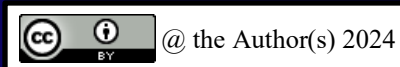




Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2024

Volume 7 Number 1, January-March 2026

Submitted 11 Dec 2026

Revised 14 Feb 2026

Accepted 17 March 2026

<https://doi.org/10.53565/nivedana.v7i1.2327>

PERAN HUMAS DALAM KAMPANYE PENCEGAHAN NARKOTIKA MELALUI INSTAGRAM BADAN NARKOTIKA NASIONAL KABUPATEN SUKABUMI

Khayla Zahwa Annisa¹, Willy Bachtiar²

Sekolah Vokasi IPB

*Corresponding Author: khaylazahwa@apps.ipb.ac.id

Abstract

Drug abuse remains a serious problem in Indonesia, especially among adolescents and young adults, making effective prevention strategies necessary. This study aims to understand the role of Public Relations unit of BNNK Sukabumi in designing and implementing drug prevention campaigns through Instagram. The research method uses a descriptive qualitative approach, with data collected through participant observation, interviews, and literature study. The results show that the Public Relations unit of BNNK Sukabumi has carried out strategic messages in accordance with the Excellence in Public Relations model. The PR unit does not only disseminate information, but also designs content, maintains ethics and social responsibility, and builds two-way communication with the public through Instagram.

Keywords: BNNK Sukabumi, Instagram, campaign narcotics, abuse.

Abstrak

Penyalahgunaan narkotika tetap menjadi masalah serius di Indonesia terutama di kalangan remaja dan dewasa muda, sehingga diperlukan strategi pencegahan yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran Humas BNNK Sukabumi dalam merancang dan melaksanakan kampanye pencegahan narkotika melalui media sosial Instagram. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan data yang dikumpulkan melalui observasi, partisipatif, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas BNNK Sukabumi telah menjalankan pesan strategis sesuai dengan model Excellence in Public Relations. Humas BNNK Sukabumi tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga merancang konten, menjaga etika dan tanggung jawab sosial, serta membangun komunikasi dua arah dengan publik melalui Instagram.

Kata Kunci: BNNK Sukabumi, instagram, kampanye, narkotika, penyalahgunaan.

¹Sekolah Vokasi IPB, khaylazahwa@apps.ipb.ac.id

²Sekolah Vokasi IPB, willybachtiar@apps.ipb.ac.id

PENDAHULUAN

Permasalahan narkoba merupakan isu global yang hingga kini masih menjadi perhatian serius di berbagai negara. Berdasarkan data dari pusiknas.polri.go.id, jumlah kejahatan narkoba mengalami kenaikan pada Februari 2025 sebesar 5,54% dari jumlah kejahatan narkoba sebelumnya dan kelompok usia remaja paling rentan menyalahgunakan narkoba. Penyalahgunaan narkoba tidak hanya berdampak pada kesehatan individu, melainkan juga menimbulkan masalah sosial, ekonomi, dan hukum. Kondisi tersebut menuntut adanya strategi yang komprehensif dalam upaya pencegahan, pemberantasan, serta penanggulangan penyalahgunaan narkoba.

Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai lembaga negara di Indonesia yang memiliki kewenangan penuh dalam penanganan masalah narkoba, memegang peran strategis dalam melaksanakan program pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN). BNN mempunyai tugas yaitu menjalankan amanat pemerintah dalam bagian pencegahan dan penanggulangan atas banyaknya penyebaran gelap narkoba (Setiaawan *et al.* 2020). BNN tidak hanya berfokus pada aspek penindakan hukum, tetapi juga pada aspek pencegahan melalui penyebaran informasi, edukasi, dan kampanye publik. Pencegahan dipandang sebagai langkah yang lebih efektif dan efisien untuk mengurangi angka penyalahgunaan narkoba, khususnya di kalangan masyarakat usia produktif.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan menyebarkan informasi. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa. Mayoritas dari jumlah tersebut berasal dari Generasi Z (lahir 1997 - 2012) sebesar 34,40% dan Generasi Milenial (lahir 1981 - 1996) sebesar 30,62%. Data tersebut menunjukkan bahwa kedua generasi memiliki peran penting dalam aktivitas digital, baik dalam pencarian informasi, komunikasi, maupun partisipasi pada isu-isu melalui media sosial.

Platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Twitter kini menjadi ruang utama bagi generasi muda, khususnya Gen Z dalam berinteraksi sekaligus memperoleh informasi (Anhar *et al.* 2024). Instagram menempati posisi sebagai salah satu media sosial terpopuler di Indonesia dengan jumlah pengguna yang terus bertambah setiap tahunnya. Data dari napoleoncat.com per Januari 2025, mencatat penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 orang. Fakta tersebut memperlihatkan potensi Instagram sebagai sarana penyebaran informasi yang mampu

menjangkau masyarakat secara luas. Berdasarkan hal tersebut, fungsi hubungan masyarakat (humas) menjadi sangat penting.

Humas atau *public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen yang berfokus pada evaluasi sikap publik, mengkaji kebijakan serta prosedur individu maupun organisasi agar selaras dengan kepentingan publik, serta melaksanakan program yang bertujuan memperoleh pemahaman dan dukungan dari masyarakat (Soetantri dan Sukasah 2020). Humas berperan dalam merancang, mengelola, dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun pemahaman, kesadaran, serta partisipasi masyarakat dalam program-program pemerintah. Peran humas pada lembaga pemerintahan seperti Badan Narkotika Nasional (BNN), tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga harus mampu mengemas pesan kampanye pencegahan narkotika agar lebih menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan audiens yang dituju.

Badan Narkotika Nasional (BNN) Kabupaten Sukabumi sebagai salah satu perpanjangan tangan BNN pusat, menghadapi tantangan dalam melaksanakan program pencegahan narkotika di wilayahnya. Tingkat kerentanan penyalahgunaan narkotika yang cukup tinggi, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi yang tepat. Instagram sebagai platform visual dan interaktif dipilih BNN Kabupaten Sukabumi untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye pencegahan narkotika, baik melalui unggahan konten informatif, poster digital, video edukasi, maupun interaksi dengan masyarakat.

Humas BNNK Sukabumi menerapkan prinsip-prinsip yang sejalan dengan teori *Excellence in Public Relations* yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (1960, dalam Sutanto, 2024). Teori ini menjelaskan bahwa humas yang unggul harus mampu berperan secara strategis dalam organisasi, bukan sekedar melaksanakan fungsi teknis. Humas dituntut untuk menjalankan komunikasi dua arah yang seimbang (*two-way symmetrical communication*), pengambilan keputusan organisasi (*Strategic Management Role*), menjaga etika dan tanggung jawab sosial (*ethic and social responsibility*), serta menyelaraskan aktivitas komunikasi dengan tujuan organisasi (*integration with organizational goals*).

Penerapan teori tersebut relevan dengan humas BNNK Sukabumi karena humas tidak hanya menjadi pelaksana kampanye, tetapi juga perancang strategi komunikasi yang mendukung program nasional Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Keberhasilan kampanye pencegahan narkotika melalui Instagram tidak hanya diukur

dari seberapa banyak informasi disebarkan, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut mampu membangun kesadaran publik dan menciptakan hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat.

Penelitian sebelumnya oleh Hardian dan Parsono (2024) yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam Menyebarkan Informasi P4GN melalui Media Sosial Instagram @infobnn_ri”, menemukan bahwa humas BNN menjalankan serangkaian tahapan sistematis mulai dari penetapan komunikator, penentuan audiens target, perumusan pesan, pemilihan kanal komunikasi, hingga evaluasi program untuk memastikan Pencegahan narkoba tersampaikan secara efektif dan terukur. Meskipun penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, namun terdapat perbedaan objek penelitian sehingga dapat mengisi kekosongan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, kajian mengenai “Peran Humas dalam Kampanye Pencegahan Narkoba melalui Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten Sukabumi” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana peran humas BNN Sukabumi merancang dan melaksanakan strategi komunikasi melalui media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya narkoba. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian ilmu komunikasi, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi BNN dalam mengoptimalkan strategi kampanye pencegahan narkoba di era digital.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Badan Narkotika Nasional (BNN) Kabupaten Sukabumi yang berlokasi di Jalan R.A. Kosasih No. 270, Cibereum Hilir, Kec. Cibereum, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43165. Kegiatan pengambilan data dilakukan selama empat bulan, mulai dari Agustus hingga Desember 2025. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber dan dikumpulkan melalui beberapa teknik, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Data mencakup sekumpulan fakta yang diperoleh melalui pengamatan terhadap objek penelitian, baik berupa angka maupun kata-kata, dan digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis fenomena yang dikaji.

Data primer pada penelitian ini dikumpulkan secara langsung melalui keterlibatan penulis di bidang humas BNN Sukabumi serta melalui wawancara dengan staff humas yang memberikan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, Jan-March 2026 / nivedana@radenwijaya.ac.id

gambaran mendalam mengenai pelaksanaan kampanye pencegahan narkoba melalui media sosial khususnya media sosial Instagram. Sementara itu, data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai referensi seperti artikel, jurnal, dan sumber informasi lain yang relevan untuk mendukung keabsahan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi literatur. Keempat teknik ini saling melengkapi dalam menyediakan data yang komprehensif agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan masyarakat (Humas) memiliki peran penting dalam menjembatani komunikasi antara organisasi dan publik. Kehadiran media sosial telah membuka ruang baru bagi instansi pemerintah untuk menyampaikan informasi secara cepat, langsung, dan menjangkau audiens yang lebih luas (Supriyanto *et al.*, 2024). Badan Narkotika Nasional Kabupaten Sukabumi (BNNK Sukabumi) memanfaatkan platform Instagram sebagai salah satu media utama dalam melaksanakan kampanye Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).

Humas BNNK Sukabumi berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi komunikasi kampanye pencegahan narkoba melalui akun Instagram @infobnn_kab_sukabumi. Peran tersebut sejalan dengan konsep *Excellence in Public Relations* yang menekankan bahwa humas tidak hanya bertindak sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai bagian dari fungsi strategis organisasi. Berikut merupakan peran humas BNNK Sukabumi dalam pelaksanaan kampanye pencegahan narkoba melalui Instagram dengan menggunakan konsep *Excellence in Public Relations*.

Komunikasi Dua Arah yang Seimbang (*Two-Way Symmetrical Communication*)

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan yang signifikan terhadap cara masyarakat mengakses informasi. Kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin cepat turut mendorong peningkatan kebutuhan teknologi (Danuri 2019). Media sosial, termasuk Instagram menjadi ruang publik baru yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakat. Instagram dipilih karena bersifat visual, interaktif, serta memiliki tingkat keterjangkauan tinggi pada segmen usia produktif.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, Jan-March 2026 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Humas Badan Narkotika Nasional Kabupaten Sukabumi (BNNK Sukabumi) berupaya membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui akun Instagram @infobnn_kab_sukabumi. Bentuk komunikasi ini terlihat dari adanya interaksi melalui kolom komentar, pesan langsung (*Direct Message*), serta respon terhadap pertanyaan atau tanggapan dari pengikut akun. Walaupun interaksi yang terjadi masih terbilang sederhana dan belum sepenuhnya optimal, langkah tersebut menunjukkan adanya kesadaran humas terhadap pentingnya membuka interaksi dengan publik. Komunikasi ini tidak hanya bersifat satu arah saja, tetapi mulai mengarah pada komunikasi dua arah yang seimbang (*two-way symmetrical communication*).

Praktik komunikasi dua arah ini turut memperkuat hubungan kelembagaan antara BNNK Sukabumi dengan masyarakat. Ketika publik merasa didengar dan diperhatikan, akan tumbuh rasa percaya serta kedekatan emosional terhadap institusi. Kondisi ini penting karena keberhasilan kampanye pencegahan narkoba sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat. Hal tersebut dapat membangun hubungan yang saling percaya, sehingga masyarakat akan lebih terbuka menerima pesan-pesan pencegahan narkoba serta terdorong untuk ikut terlibat dalam menciptakan lingkungan yang bersih dari narkoba.

Keterlibatan masyarakat diukur melalui indikator seperti jumlah *like*, komentar, *share*, *save* dan pertumbuhan jumlah pengikut. Namun keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh angka-angka tersebut saja, melainkan juga dari peningkatan pemahaman kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap konten edukatif yang dipublikasikan. Hadirnya komunikasi dua arah ini menjadikan humas BNNK Sukabumi dapat menerima masukan dari masyarakat yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk memperbaiki strategi kampanye pencegahan selanjutnya.

Pengambilan Keputusan Organisasi (*Strategic Management Role*)

Humas BNNK Sukabumi memiliki peran penting dalam menentukan jenis, tema dan format konten yang akan dipublikasikan di Instagram. Penentuan konten dilakukan melalui beberapa pertimbangan, seperti menyesuaikan pesan dengan kondisi sosial masyarakat Sukabumi dan perilaku penggunaan media sosial khususnya di kalangan generasi muda. Humas tidak hanya mengikuti arahan dari Badan Narkotika Nasional pusat dalam pembuatan kampanye pencegahan narkoba, tetapi juga lebih aktif dalam menganalisis isu-isu aktual yang berkaitan dengan penyalahgunaan narkoba, kebutuhan informasi masyarakat, serta momen-momen penting seperti

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, Jan-March 2026 / nivedana@radenwijaya.ac.id

peringatan Hari Anti Narkoba Internasional (HANI).

Humas BNNK Sukabumi mempertimbangkan pendekatan kreatif dan inovatif agar pesan kampanye tidak terkesan monoton. Format konten yang dipilih tidak hanya berupa poster digital, tetapi juga mencakup video pendek, infografis, hingga penggunaan caption yang persuasif dan mudah dipahami. Pemilihan format ini bertujuan untuk menyesuaikan dengan karakteristik pengguna Instagram yang cenderung lebih banyak menyukai konten visual dan ringkas. Sehingga pesan pencegahan narkoba dapat disampaikan secara lebih menarik dan tidak membosankan.

Evaluasi konten penting dilakukan untuk mengukur sejauh mana kampanye pencegahan narkoba tersampaikan kepada publik. Humas BNNK Sukabumi melakukan analisis *insight* atau performa konten yang telah diunggah sebelumnya, seperti melihat jumlah interaksi yang dihasilkan (*Like*, komentar, *share*, *view* dan *save*) untuk mengetahui jenis konten yang paling menarik dan efektif. Evaluasi tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan konten kampanye pencegahan narkoba agar lebih baik lagi kedepannya.

Koordinasi internal juga menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan strategi komunikasi. Humas tidak bekerja sendiri, melainkan berkoordinasi dengan bidang pencegahan dan pemberdayaan masyarakat (P2M), pemberantasan, dan rehabilitasi untuk memastikan akurasi dan kesesuaian pesan yang disampaikan. Kolaborasi ini menunjukkan bahwa humas berperan sebagai penghubung antar bagian sekaligus sebagai penyaring informasi sebelum dipublikasikan ke masyarakat. Hal ini semakin menegaskan posisi humas sebagai bagian dari manajemen strategis dalam mendukung keberhasilan program P4GN.

Menjaga Etika dan Tanggung Jawab Sosial (*Ethic and Social Responsibility*)

Sebagai lembaga pemerintah, BNNK Sukabumi dituntut untuk menyampaikan informasi yang akurat, bertanggung jawab, dan tidak menimbulkan kepanikan atau kesalahpahaman di masyarakat. Oleh karena itu, Humas memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan telah melalui proses pengecekan data dan menggunakan bahasa yang santun, edukatif, serta mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

Selain memastikan keakuratan informasi, Humas BNNK Sukabumi juga berhati-hati dalam menampilkan visual dan narasi yang berkaitan dengan narkoba. Pemilihan gambar, ilustrasi, maupun simbol yang digunakan disesuaikan agar tidak memicu hal negatif atau justru

mempromosikan perilaku menyimpang. Konten yang disusun tidak hanya memperhatikan dampak buruk narkoba saja, tetapi juga menawarkan pesan positif seperti pentingnya gaya hidup sehat, penguatan karakter, serta ajakan untuk menjauhi lingkungan yang berisiko.

Konten yang diunggah oleh BNNK Sukabumi tidak hanya bersifat himbauan atau persuasif saja, tetapi juga mengandung unsur edukatif berbasis fakta. Hal ini menunjukkan bahwa humas tidak hanya mengejar jumlah interaksi semata, tetapi juga memegang prinsip etika dan tanggung jawab sosial dalam menyebarkan informasi. Upaya ini penting dilakukan untuk mencegah terjadinya disinformasi serta membangun kepercayaan publik terhadap lembaga. Peran ini sejalan dengan konsep *ethic and social responsibility* dalam teori *excellence in public relations*, di mana humas diharapkan mampu menjadi penjaga nilai moral organisasi, sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu sosial yang serius seperti penyalahgunaan narkoba.

Tanggung jawab sosial humas juga tercermin dalam upaya membangun empati dan kepedulian masyarakat terhadap korban penyalahgunaan narkoba. Konten yang dipublikasikan juga menekankan pentingnya dukungan sosial, rehabilitasi, dan pemulihan bagi para korban penyalahgunaan narkoba. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa kampanye yang dijalankan tidak hanya bersifat represif, tetapi juga mengedepankan nilai kemanusiaan dan keberlanjutan sosial. Humas BNNK Sukabumi turut berkontribusi dalam membentuk perspektif masyarakat yang lebih bijak dalam memandang permasalahan narkoba.

Menyelaraskan Aktivitas Komunikasi dengan Tujuan Organisasi (*Integration with Organizational Goals*)

Konten yang diunggah melalui akun Instagram @infobnn_kab_sukabumi disusun dengan memperhatikan tujuan utama BNN yaitu menciptakan masyarakat yang sehat, produktif, dan bebas dari penyalahgunaan narkoba. Oleh karena itu, setiap pesan yang disampaikan selalu dikaitkan dengan program nasional P4GN. Salah satu contoh penerapannya yaitu dengan membuat konten edukasi mengenai bahaya narkoba, dampak negatif penyalahgunaan narkoba terhadap kesehatan fisik dan mental, gangguan hubungan sosial, serta ancaman hukum yang menyertainya. Selain itu, humas juga menyisipkan ajakan kepada masyarakat untuk ikut berperan aktif dalam gerakan “Bersinar” (Bersih Narkoba) sebagai bentuk keterlibatan langsung publik dalam upaya pencegahan narkoba.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, Jan-March 2026 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Penyelarasan antara konten dan tujuan organisasi ini menunjukkan bahwa humas BNNK Sukabumi telah menjalankan fungsi *integration with organizational goals*, yakni memastikan bahwa seluruh kegiatan komunikasi yang dilakukan mendukung visi, misi, dan program lembaga. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media eksistensi lembaga saja, tetapi benar-benar dimanfaatkan sebagai platform yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Penyelarasan ini juga tercermin dari konsistensi tema dan pesan yang disampaikan dalam setiap unggahan. Humas BNNK Sukabumi berusaha menjaga relevansi narasi kampanye pencegahan narkoba agar tidak keluar dari fokus utama pencegahan narkoba. Konten yang diproduksi secara berkelanjutan membentuk pola komunikasi yang terarah dan terstruktur, sehingga audiens dapat dengan mudah mengenali identitas pesan yang dibawa oleh akun Instagram @infobnn_kab_sukabumi. Konsistensi ini penting dalam membangun citra lembaga yang tegas, peduli, dan berkomitmen terhadap pencegahan, pemberantasan, penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.

Aktivitas komunikasi yang terintegrasi dengan tujuan organisasi mendorong terbentuknya efektivitas jangka panjang. Tidak hanya berorientasi pada dampak yang hanya dapat dirasakan sesaat, tetapi lebih kepada perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara bertahap. Pesan yang diunggah secara rutin dan terencana dapat menanamkan nilai-nilai kesadaran akan bahaya narkoba dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Sehingga Instagram bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi *platform* dalam membangun budaya anti-narkoba di lingkungan masyarakat Sukabumi.

KESIMPULAN

Kampanye pencegahan narkoba melalui Instagram @infobnn_kab_sukabumi merupakan strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Humas BNNK Sukabumi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya generasi muda mengenai bahaya narkoba. Berdasarkan teori *Excellence in Public Relations* oleh Grunig dan Hunt (1960, dalam Sutanto, 2024), humas BNNK Sukabumi telah menerapkan keempat elemen utama teori tersebut, yaitu *two-way symmetrical communication*, *strategic management role*, *ethics and social responsibility*, serta *integration with organizational goals*.

Peran humas tidak hanya sebatas publikasi, tetapi juga membangun komunikasi dua arah, menjaga etika informasi, serta memastikan seluruh kegiatan komunikasi selaras dengan tujuan organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa praktik humas di BNN Kabupaten Sukabumi telah mengarah pada konsep *excellence public relations*, yaitu humas yang mampu memengaruhi kebijakan, membangun kepercayaan publik, dan memperkuat citra lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Anhar, A., Hazlin, N.A.A., Simanjuntak, A., Nurbidayah, D. (2024). Interaksi media sosial dan minat baca di kalangan Gen Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6241-6248. Doi <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1973>
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Infokam*, 2(15), 116-123. Doi <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>
- Hardian, B.R., & Parsono, S. (2024). Strategi komunikasi humas pemerintahan Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam menyebarkan informasi P4GN melalui media sosial instagram @infobnn_ri. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 8(1), 167-180. Doi <https://doi.org/10.32534/jike.v8i1.6276>
- Setiawaan, I.B.T., Widiati, I.A.P., & Sudibya, D.G. (2020). Peranan Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam upaya pencegahan terhadap tindak pidana narkotika. *Jurnal Analogi Hukum*, 2(3), 361-365. Doi <https://doi.org/10.22225/ah.2.3.2517.361-365>
- Soetantri, I., & Sukasah, T. (2020). Praktik kegiatan humas BNN dalam pemanfaatan media sosial. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(1), 89-117. Doi <https://doi.org/10.24246/precious.v1i1.4192>
- Supriyanto, D., Nuryanti, & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796-7810. Doi <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>
- Sutanto, D.A. (2024). Strategi humas Badan Narkotika Nasional (BNN) pusat dalam pencegahan penggunaan narkotika di media sosial Instagram @INFOBNN_RI [Tesis]. Jakarta: Universitas Nasional.