

Strategi Pengelolaan Media Sosial dalam Program Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) Pada Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas

Azka Akmalul Birri¹, Syifa ur Rahmah²

Universitas Peradaban^{1,2}

Jl. Raya Pagojengan Km.3 Paguyangan Kec. Paguyangan Kab. Brebes

birriiiazka123@gmail.com¹, syifa ur1696@gmail.com²

Kata kunci

Media Sosial, Instagram, Pengelolaan Media Instagram

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat, khususnya melalui media sosial, telah menciptakan peluang strategi bagi lembaga seperti Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas. Instagram, dengan 185 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2024, menjadi platform yang banyak digunakan oleh remaja, termasuk target audiens BNNK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan media sosial akun @infobnn_kabupaten_banyumas dalam menyebarkan Program Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) menggunakan teori SOME yang dikemukakan oleh Regina Luttrell (2022). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat tahapan teori SOME diterapkan dengan baik: Sharing melalui pemilihan platform Instagram dan publikasi konten yang bermanfaat; Optimizing dengan memaksimalkan fitur Instagram; Managing melalui penggunaan Media Monitoring Sistem (MMS) untuk pemantauan; serta Interacting dengan menyediakan halaman pengaduan dan merespons pertanyaan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram BNNK Banyumas

telah mengikuti strategi yang efektif dalam menjangkau target audiens

Keywords

Social Media,
Instagram,
Instagram Media
Management.

Abstract

Rapid communication and information technology, particularly through social media, have created strategic opportunities for institutions such as the Banyumas National Narcotics Agency (BNNK). With 185 million internet users in Indonesia as of January 2024, has become a platform widely used by teenagers, including BNNK's target audience. This study aims to examine the social media management strategy of the @infobnn_kabupaten_banyumas account in disseminating the Narcotics Abuse and Illicit Drug Trafficking Eradication Program (P4GN) using the SOME theory proposed by Regina Luttrell (2022). The research employs a descriptive qualitative method with a case study approach, through observation, documentation, and interviews. The results show that the four stages of the SOME theory are well-implemented: sharing through the selection of Instagram as a platform and the publication of useful content; optimizing by leveraging Instagram features for optimal performance; managing through the use of the Media Monitoring System (MMS) for oversight; and interacting by providing a complaint page and responding to audience inquiries. The study concludes that the social media management of BNNK Banyumas' Instagram account has effectively followed a strategy to reach its target audience

PENDAHULUAN

Di era digital, perkembangan teknologi terus meningkat untuk memenuhi kebutuhan informasi manusia. Media komunikasi digital yang semakin berkembang mempermudah masyarakat dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi. Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perubahan cepat, membantu masyarakat bekerja, belajar, dan berkomunikasi dengan lebih efisien (yuni Fitriani, 2017). Menurut We Are Social dalam databooks, pada Januari 2024, terdapat 185 juta pengguna internet di Indonesia, atau 66,5% dari total populasi. Kekuatan internet dan kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam bidang komunikasi, termasuk munculnya media sosial sebagai salah satu bentuk media baru.

Instagram adalah platform media sosial berbasis internet yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video. Menurut Chen Yang (2021), Instagram berfungsi sebagai aplikasi sosial berbasis foto, memungkinkan pengguna untuk mengambil, memperbaiki, dan membagikan gambar, sehingga membangun jaringan sosial berbasis visual. Aplikasi ini diluncurkan di Appstore pada Oktober 2010 dan berkembang pesat, mencapai lebih dari 100 ribu pengguna dalam satu minggu. We Are Social dalam databooks pada April 2023, Instagram memiliki 106 juta pengguna di Indonesia, menjadikannya negara dengan pengguna Instagram terbesar keempat di dunia, dengan peningkatan 18,9% dibandingkan Januari 2023. Instagram semakin diminati sebagai media promosi dan iklan oleh perusahaan dan lembaga. Menurut Qadri (2023), banyak individu, kelompok, organisasi, dan pemerintah menggunakan Instagram untuk memperbaiki citra diri mereka. Instagram juga dianggap efektif untuk menyebarkan informasi. Ramaputra & Affi (2021) menyatakan bahwa Instagram bisa digunakan untuk edukasi dan menciptakan konten kreatif di era globalisasi.

Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas adalah salah satu lembaga yang memanfaatkan Instagram dalam program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas menggunakan Instagram dengan nama akun @infobnn_kabupaten_banyumas sejak 2016 untuk mendukung program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Akun tersebut menyajikan informasi seperti nama instansi, alamat, kontak, dan situs web resmi. Konten yang diunggah mencakup aktivitas program pemerintah, layanan, pelaporan, serta konten edukatif mengenai larangan penggunaan narkoba, efek penyalahgunaan narkotika, cara pembuatan Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Narkoba (SKHPN), dan lainnya.

Instagram BNNK Banyumas memiliki jumlah pengikut terbanyak ketiga di Jawa Tengah. Dari sembilan wilayah, termasuk tujuh kabupaten (Banyumas, Cilacap, Batang, Purbalingga, Kendal, Magelang, Temanggung) dan dua kota (Tegal, Surakarta), akun Instagram dengan pengikut terbanyak adalah Info_kabupaten_cilacap dengan 19.000 pengikut, sementara yang terendah adalah Infobnn_kabupaten_temanggung dengan 1.513 pengikut.

Penyalahgunaan narkoba di Kabupaten Banyumas terus meningkat, dengan 89 kasus pada 2022, 99 kasus pada 2023, dan 122 kasus di tahun yang sama, menurut Kapolresta Banyumas Kombes Pol Edy Suranta Sitepu. Pada Januari 2024, sebelas tersangka telah diidentifikasi. Kepala BNNK Banyumas, Agus Untoro, menyebutkan bahwa 80% pelaku adalah remaja berusia 15-20 tahun, mayoritas terkait penyalahgunaan obat keras. BNNK Banyumas telah merehabilitasi 56 penyalahguna pada 2020. Kabupaten Banyumas menempati peringkat ketiga kasus narkoba terbanyak di Jawa Tengah, setelah Semarang dan Surakarta.

Dari latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas dalam mengatur akun Instagram @infobnn_kabupaten_banyumas sebagai alat penyebaran informasi dalam program Pencegahan Dan Pemberantasan Narkoba. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih detail peneliti membutuhkan teori yang dapat menganalisis masalah tersebut. Untuk mengetahui bagaimana proses akurasi strategi yang dijalankan oleh Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk penyebaran informasi. Maka peneliti menggunakan Teori SOME dari Regina Luttrell Model sirkular ini terdiri dari empat tahap: sharing (menyebarluaskan), optimizing (mengoptimalkan), managing (mengatur), dan engaging (melibatkan). sebagai alat untuk menganalisis konten pada akun Instagram @infobnn_kabupaten_banyumas untuk membahas masalah yang ingin diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian lapangan yang dilakukan jenis ini bersifat kualitatif. Lexy J. Moleong mengutip definisi dari Kirk dan Miller, yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan tradisi dalam ilmu sosial yang terutama mengandalkan pengamatan terhadap manusia, baik di

lokasi mereka maupun di lingkungan sekitarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, Suyitno (2018) Penelitian lapangan (*field study*) disebut juga sebagai "penelitian lapangan". Interaksi antara unit penelitian (seperti unit sosial atau pendidikan) secara apa adanya dipelajari dalam penelitian ini. Subjek penelitian bisa berupa individu, masyarakat, ataupun lembaga. Subjek dalam penelitian ini adalah konten media sosial Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas dalam penyebaran informasi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek pada penelitian ini adalah Strategi pengelolaan konten pada akun Instagram @infobnn_kabupaten_banyumas. Teknik validasi penelitian ini memanfaatkan triangulasi sumber, teknik ini membandingkan data dengan apa yang dikatakan seseorang, membandingkan data dengan pendapat orang lain dari berbagai perspektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan media sangat penting untuk memaksimalkan tujuan organisasi atau perusahaan. Konten, sebagai "pesan" dalam komunikasi, bertujuan untuk menyampaikan hiburan, pendidikan, persuasi, atau informasi kepada audiens (Wahyuti, 2023). Dalam buku *How to Engage, Share, and Connect* karya Regina Luttrell, pengelolaan media sosial yang efektif terdiri dari empat tahapan: *sharing* (menyebarluaskan), *optimizing* (optimalisasi), *managing* (mengatur), dan *engage* (melibatkan) (Luttrell, 2022). Peneliti menemukan bahwa akun Instagram @infobnn_kabupaten_banyumas menerapkan keempat tahapan ini, menerapkan empat tahapan antara lain:

Share (Menyebarluaskan)

a. Publikasi Konten yang Bermanfaat

Pada tahap ini, konten yang dipublikasikan difokuskan pada penyebarluasan informasi yang relevan dan edukatif terkait program P4GN. Menurut Yudha Yudhistira, konten Instagram BNNK Banyumas terdiri dari video reels dan poster, yang difokuskan pada dokumentasi kegiatan lapangan. Ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan bukan hanya berupa informasi statis, tetapi juga mencakup aspek visual yang menarik untuk menjangkau audiens lebih luas.

Dalam wawancaranya, Yudha menyebutkan bahwa konten disajikan secara deskriptif agar pesan mudah dipahami oleh audiens. Ini penting dalam strategi komunikasi karena pesan yang disampaikan dengan jelas dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran audiens terhadap bahaya narkoba.

b. Pesan yang Jelas dan Informatif

Kejelasan pesan adalah kunci dalam menyebarluaskan informasi melalui media sosial. Pada gambar 4.3, dijelaskan bahwa penggunaan konten visual seperti efek ganja dipadukan dengan caption yang relevan sangat membantu dalam menyampaikan pesan hukum terkait penyalahgunaan narkoba. Caption yang jelas, seperti yang ditunjukkan dalam gambar 4.4, menekankan bahwa ganja merupakan narkotika golongan 1 yang dilarang oleh UU No. 35 tahun 2009 tentang Narkotika. Dengan cara ini, BNNK Banyumas menggabungkan aspek

hukum dengan pesan visual yang menarik.

c. Penggunaan Instagram sebagai Platform yang Tepat

Dalam memilih platform media sosial, Instagram dipilih oleh BNNK Banyumas karena popularitasnya di kalangan remaja. Menurut Yudha Yudhistira, Instagram dianggap memiliki peran penting sebagai media informasi yang mudah diakses dan disukai oleh kalangan muda. Ini didukung oleh fakta bahwa Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis konten (seperti instastory, reels, dan feed) yang dapat meningkatkan interaksi dan engagement dengan audiens.

Pemilihan platform yang sesuai juga mempengaruhi strategi komunikasi yang diterapkan. Yudha menyebutkan bahwa Instagram tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyebarkan informasi terkini. Dengan semakin banyaknya remaja yang menggunakan Instagram, harapannya informasi tentang P4GN dapat dengan cepat dan mudah diakses oleh target audiens utama remaja yang rentan terhadap penyalahgunaan narkoba.

Optimize (Optimal)

a. Konten yang Dikuratori

Dalam hal kurasi konten, strategi BNNK Banyumas adalah memaksimalkan penggunaan konten yang dimiliki untuk menyebarkan informasi terkait P4GN (Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba). Konten ini sering dilengkapi dengan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan. Contohnya adalah penggunaan konten terkait bahaya narkoba seperti tembakau gorila dan jamur beracun, yang menjadi senjata utama dalam menyebarkan pesan pencegahan narkoba melalui Instagram.

Dari sisi manajemen, Yudha Yudhistira menyatakan bahwa ada komitmen untuk membuat konten minimal satu kali seminggu, yang menunjukkan konsistensi dalam pengelolaan media sosial.

b. Upaya dengan Media yang Terkonvergensi

Optimalisasi konten tidak hanya dilakukan melalui media sosial saja, tetapi juga dengan menggabungkan berbagai media lain, baik yang dimiliki, diperoleh, maupun berbayar. Dalam kasus ini, BNNK Banyumas bekerja sama dengan RRI Purwokerto sejak tahun 2022 untuk mendukung program P4GN. Selain itu, mereka juga melakukan siaran di radio CNS Corner, yang menargetkan audiens remaja. Dengan cara ini, BNNK Banyumas memanfaatkan media terkonvergensi untuk memperluas jangkauan pesan dan menyasar audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda.

Manage (Mengatur)

a. Pengelolaan Media Sosial dengan Pemantauan Data Statistik

Proses pengelolaan media sosial memerlukan alat bantu untuk memantau perkembangan akun secara berkala. Dalam konteks ini, Luttrell (2022) menekankan

pentingnya identifikasi alat pemantauan yang tepat untuk memperoleh data yang akurat terkait performa konten dan interaksi audiens di media sosial. Pemantauan ini penting untuk memahami tren dan pola yang dapat mendukung strategi komunikasi.

BNNK Banyumas telah mengadopsi MMS (Media Monitoring System), sebuah sistem yang dirancang untuk memantau dan melaporkan aktivitas media sosial secara berkala, tidak hanya di Instagram, tetapi juga di platform lain seperti YouTube, TikTok, Facebook, dan X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter). Sistem ini digunakan untuk memudahkan pelaporan mingguan kepada BNN Pusat, yang mengawasi perkembangan akun-akun media sosial di bawah pengelolaan BNNK.

b. **Fungsi Media Monitoring System (MMS)**

MMS berfungsi sebagai alat pemantauan untuk melacak berbagai metrik performa media sosial. Menurut Yudha Yudhistira, MMS mencakup dasbor yang menyajikan data statistik penting, seperti jumlah pengikut, kenaikan pengikut dalam satu minggu, jumlah suka (like), mention, dan komentar di Instagram. Sistem ini memungkinkan BNNK Banyumas untuk mengakses informasi secara cepat dan efisien, sehingga dapat digunakan untuk membuat keputusan strategis mengenai pengelolaan konten dan interaksi dengan audiens.

Dengan adanya MMS, BNNK Banyumas dapat lebih mudah mengidentifikasi apakah ada peningkatan atau penurunan dalam aktivitas media sosial mereka. Ini membantu mereka mengoptimalkan strategi konten berdasarkan data yang akurat, memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan sesuai dengan target audiens.

c. **Pelaporan kepada BNN Pusat**

Selain memantau perkembangan internal, MMS juga digunakan untuk pelaporan mingguan kepada BNN Pusat. Pelaporan ini mencakup semua aktivitas di platform media sosial yang dikelola oleh BNNK Banyumas. Dengan pelaporan ini, BNN Pusat dapat mengawasi secara langsung bagaimana kinerja media sosial di setiap cabang BNN, termasuk efektivitas program-program komunikasi yang diterapkan di daerah. Pelaporan rutin ini tidak hanya berfungsi sebagai evaluasi performa, tetapi juga sebagai bentuk akuntabilitas. Dengan data yang jelas dan terukur, BNNK Banyumas dapat menunjukkan hasil konkret dari upaya komunikasi digital mereka.

d. **Manfaat MMS dalam Pengelolaan Media Sosial**

MMS memberikan beberapa manfaat penting dalam pengelolaan media sosial, antara lain:

- 1) Kemudahan dalam akses data: Seluruh informasi terkait performa media sosial dapat diakses secara terpusat melalui dasbor MMS, yang memudahkan proses analisis dan evaluasi.
- 2) Pemantauan perkembangan audiens: MMS memberikan laporan mengenai perubahan jumlah pengikut dan interaksi audiens, sehingga BNNK dapat menilai apakah strategi konten mereka berhasil dalam menarik perhatian audiens.
- 3) Perencanaan konten yang lebih baik: Dengan memahami data statistik yang disediakan oleh MMS, BNNK dapat merencanakan konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens, serta mengukur dampak dari konten yang dipublikasikan.

Engage (Melibatkan)

a. Strategi Masuk ke Percakapan Audiens

Salah satu strategi penting dalam membangun hubungan dengan audiens adalah aktif terlibat dalam percakapan dan merespon kebutuhan mereka secara langsung. Menurut Luttrell (2022), kepercayaan dapat dibangun dengan memberikan ruang komunikasi terbuka antara lembaga atau perusahaan dengan masyarakat. Ini dilakukan melalui upaya menjawab pertanyaan audiens, mendengarkan keluhan, dan menyediakan kanal yang mudah diakses untuk mengadukan masalah.

Di BNNK Banyumas, Yudha Yudhistira, selaku pengelola media sosial, menjelaskan bahwa mereka telah menyediakan nomor aduan dan link pengaduan di bio Instagram serta di website resmi BNNK. Ini memudahkan masyarakat untuk melaporkan masalah atau aduan yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan bahwa BNNK Banyumas berkomitmen untuk masuk ke dalam percakapan dengan audiensnya, membentuk hubungan yang lebih responsif dan dekat dengan masyarakat.

b. Respon Cepat pada Komentar

Selain menyediakan jalur pengaduan, respons cepat pada komentar Instagram juga menjadi bagian dari strategi keterlibatan. Menurut Yudha Yudhistira, tim mereka berusaha merespon komentar terutama pada jam kerja, yang menunjukkan keseriusan dalam menjaga interaksi dengan audiens. Respon cepat ini penting untuk membangun citra lembaga yang tanggap dan peduli terhadap pertanyaan maupun kekhawatiran publik. Strategi ini sesuai dengan teori Luttrell yang menyatakan bahwa komunikasi yang baik antara lembaga dan masyarakat memerlukan tanggapan yang cepat dan relevan untuk memperkuat hubungan.

c. Pelayanan bagi Masyarakat Melalui Media Sosial

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai platform informasi, tetapi juga sebagai medium pelayanan publik. Menurut Luttrell (2023), perusahaan atau lembaga harus mampu memberikan pelayanan kepada audiens secara real-time, mendengarkan dan menanggapi masalah yang beredar di masyarakat. Di BNNK Banyumas, hal ini diterapkan dengan adanya berbagai menu pelayanan online yang dapat diakses oleh masyarakat melalui web dan Instagram. Menu ini mencakup: Pengaduan, Rehabilitasi, Layanan tes urin, Informasi dan edukasi, Konsultasi hukum, Layanan uji lab dan perizinan prekursor

Лayanan ini memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi atau mengajukan permohonan layanan secara fleksibel. Dengan menyediakan berbagai pilihan layanan online, BNNK Banyumas memastikan bahwa masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi penting atau mendapatkan bantuan kapanpun dibutuhkan, tanpa harus datang langsung ke kantor.

PENUTUP

Penelitian Strategi Pengelolaan Media Sosial Pada Akun Instagram Badan Narkotika Nasional Kabupaten (BNNK) Banyumas Sebagai Media Penyebaran Informasi dalam Program Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN), menggunakan teori

yang dikemukakan oleh Regina Luttrell yang menyebutkan bahwapengelolaan media sosial yang efektif di bagi menjadi empat tahapan yang disebut dengan SOME yaitu sharing (menyebarluaskan), optimizing (optimalisasi), managing (mengatur), dan engage (melibatkan) (luttrell 2022).

Adapun hasil penenelitian yang telah dilakukan mendapatkan data bahwa BNNK banyumas memiliki awalan Username sama dengan Instagram diwilayah jateng dengan awalan @infobnn_kabupaten/kota_x. ini merupakan awal startegi yang dibangun BNN RI untuk memperkuat pengelolaan media sosial dengan memenyerukan BNNK memiliki pengelola media sosial Instagram dengan legalitas surat perintah. Laporan mingguan di kerjakan pada Media Monitoring Sistem MMS. Dalam penemuan baru ini peneliti menyimpulkan bahwa program yang dilakukan oleh BNNK Banyumas untuk mengelola akun media Instagram mendapat perintah dari BNN RI yang keseluruhan laporan perwilayahnya dapat di kirimkan lewat Media Monitoring Sistem MMS.

Dalam tahapan Share pemilihan media Instagram sudah tepat hal ini dibuktikan dengan data pengguna media sosial terbanyak di pegang oleh Instagram dan sesuai dengan target audiens remaja. selain itu tak kalah penting bagaimana memberikan informasi pada konten harus jelas dan dapat dipahami oleh audiens, hal ini sudat tepat dilakukan oleh pengelola dengan cara memberikan narasi yang sesuai dengan peristiwa atau poster, hal ini sudah di sampaikan oleh Yudha Yudistira.

Kemudian pada bagian Optimize pengelola BNNK Bnayumas masih mengandalkan dan fokus pada konten mandiri, dalam hal ini BNNK Banyumas belum mengambil langkah pada konten beriklan dan influencer sebagai penguat informasi. Dalam hal ini iklan memang perlu pertimbangan apakah lembaga atau perusahaan memerlukan iklan dan influens, namun dalam pengamatan peneliti, influens dan iklan dapat meningkatkan kredibilitas bagi audiens BNNK Banyumas.

Pada bagian Manage memiliki Media Monitoring Sistem MMS, hal ini peneliti menyimpulkan BNNK Banyumas mendapatkan pengawasan tambahan dari BNN RI untuk mengelola Instagram, untuk MMS sendiri sudah baik seperti yang di sampaikan Regina luttrell (2022) bahwa , sesuai dengan tahapan manage menggunakan alat bantu akan memudahkan pengguna mendapatkan informasi berupa data statistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cindy M.A. (2023). Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia. databoks.katadata.co.id diakses 1 Oktober 2024
- Moleong Lexy J.. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Luttrell, R. (2022). *Social Media How to Engage, Share, and Connect*. london, United Kingdom: An Imprint of the Rowman & Littlefied Publishing Group, Inc.
- Qadri, M. A. Al. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME. *Al-DYAS*, 2(3), 685–710.

- Teguh Priyono. (2022) Pengguna Narkoba Berada pada Rentang Usia 15-64 Tahun, www.rri.co.id diakses 1 Oktober 2024
- Wahyuni, D. L., Masyurah, A., & Suwuh, L. (2020). Analisis Kegiatan Komunikasi Pemasaran Restoran Bacco Wine Culture Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis* ..., X(X), 1–14.
- Wilibordus M.W.(2020). Remaja Dominasi Penyalahgunaan Obat Keras di Banyumas, www.kompas.id diakses 2 oktober 2024
- Yuni Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.