

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Efektivitas dalam manajemen merujuk pada pencapaian target yang telah direncanakan melalui optimalisasi kemampuan manajerial yang dimiliki oleh suatu organisasi. Efektivitas juga diartikan sebagai konsistensi kerja yang tinggi dalam mencapai sasaran yang telah disepakati. Selain itu, efektivitas mencerminkan kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa efektivitas lebih menitikberatkan pada hasil dari suatu aktivitas di media sosial Instagram, dengan tujuan yang ingin dicapai.

Media sosial merupakan contoh konkret dari media baru yang berbasis pada teknologi komunikasi, didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi modern yang memanfaatkan internet, dilengkapi dengan aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan interaksi antar pengguna. Media sosial juga memiliki sejumlah keunggulan, terutama dalam menyediakan komunikasi interaktif dua arah serta mempermudah pengguna dalam mengakses berbagai jenis informasi.¹

Media sosial kini sudah dijadikan sebagai *platform* baru dalam menjalin hubungan komunikasi. Mayfield (2008) berpendapat bahwa media sosial

¹ Desi Anggraini, "Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdawahcom)", (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2019), hal. 1.

merupakan sekelompok *online* yang mempunyai karakteristik seperti keterlibatan, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan juga hubungan. Sosial media berinteraksi dengan bebas yang sudah menghubungkan individu *online* dengan individu yang lainnya, secara cepat dan mudah. Saat ini media sosial terus mengalami peningkatan, seperti media sosial Instagram.²

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat saat ini, dan Indonesia saat ini berada di peringkat keempat dunia dalam jumlah pengguna aktif. Instagram adalah salah satu media sosial dengan trafik yang sangat cepat, yang di mana sebuah informasi atau berita yang sudah dibagikan oleh seorang pengguna melalui satu akun yang sudah terhubung dengan pengguna Instagram lainnya. Instagram juga menyediakan berbagai konten untuk penggunanya, seperti informasi terbaru, pendidikan dan hiburan.

Dengan adanya hal ini yang membuat masyarakat mudah untuk mendapatkan berbagai jenis informasi. Disisi lain, munculnya sumber informasi yang sudah ada yang menimbulkan kekhawatiran masyarakat tentang sebuah informasi yang belum tentu akurat kebenarannya. Pengguna juga bisa merasakan kerugian dari penyebaran informasi yang benar-benar belum akurat atau belum jelas kebenarannya.³ Seperti saat ini Instagram bisa digunakan untuk melakukan kampanye anti narkoba, yang dilakukan oleh

² Mohd Zuwairi Mat Saad. "Adaptasi Budaya: Kesan Media Sosial ke Atas Kegunaan dan Kepuasan, Jurnal Of Techno Social." Universiti Utara Malaysia, Malaysia. Vol. 11. No. 1. 2019.

³ Vania Zana Nabila. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jabarsaberhoaks Terhadap pemenuhan Kebutuhan Informasi Publik Dalam Memverifikasi Berita Hoaks, Jurnal. Universitas Padjajaran, Sumedang Jawa Barat. Vol. 2. 2024.

BNN, yang berguna untuk menangani narkoba yang berada di Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengadakan sosialisasi kampanye anti narkoba, dapat menggunakan sosial media.

Efektivitas kampanye anti narkoba saat ini telah mengalami transformasi besar yang diikuti oleh perkembangan teknologi dan media digital. Kampanye tradisional seperti penyuluhan di daerah hingga menggunakan poster di tempat umum sudah jarang digunakan untuk menjangkau dan mempengaruhi generasi muda. Adanya penggunaan media sosial strategi kampanye anti narkoba kini dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, sehingga kampanye anti narkoba kini dapat dibuat secara inovatif dan interaktif.⁴

Dapat diamati dari informasi yang terdapat pada media cetak maupun media digital, penyalahgunaan narkoba semakin meningkat. Hampir setiap hari, media melaporkan kasus-kasus terkait pelaku penyalahgunaan narkoba, mirisnya pelaku penyalahgunaan narkoba merupakan remaja di bawah umur. Narkoba masih menjadi masalah utama penyebab terjadinya tindakan kriminal yang terjadi di Indonesia. Penyalahgunaan narkoba terus menjadi ancaman serius bagi generasi muda yang sedang dalam proses pencarian jati diri. Situasi ini sangat mengkhawatirkan karena kelompok pelajar dan mahasiswa menjadi sasaran utama penyebaran narkoba yang paling rentan.

BNN Kota Kediri saat ini menggunakan media sosial untuk melakukan kampanye anti narkoba, salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh BNN

⁴ Antinarkoba.com “Kampanye Anti Narkoba Yang Beda Di Era” Diakses, 30 Juni 2024.

adalah Instagram melalui akun resminya @bnn_cegahnarkoba. Hingga saat ini Juli 2024 terdapat 32.600 *followers* yang mengikuti akun instagram @bnn_cegahnarkoba. Melalui akun media sosial tersebut BNN aktif memberi sosialisasi anti narkoba serta berkampanye tentang pencegahan menggunakan narkoba dan memberantas Narkoba. BNN juga selalu memberikan informasi bahwa bahaya dan dampak dari narkoba kepada masyarakat.



Gambar 1. 1 Instagram BNN Cegah Narkoba



Gambar 1. 2 Akun Instagram Resmi BNN Kota Kediri

BNN Kota Kediri mengadakan kampanye yang disampaikan melalui media sosial seperti Instagram @bnn_cegahnarkoba mencakup berbagai informasi, mulai dari bahaya narkoba, langkah-langkah pencegahan, hingga proses rehabilitasi. Instagram @bnn_cegahnarkoba memanfaatkan ilustrasi, gambar, karikatur, dan video animasi yang disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan, sehingga masyarakat tertarik untuk melihat ilustrasi dan menonton video yang disajikan. Diharapkan, para pengikut Instagram @bnn_cegahnarkoba dapat memahami bahaya narkoba, memperluas wawasan mengenai berbagai jenis narkoba, mengubah sikap mereka, serta memiliki

prinsip yang kokoh dalam memilih lingkungan yang positif dan terhindar dari penyalahgunaan obat-obatan terlarang.⁵

Menurut data yang dilaporkan oleh Kompas.com, jumlah pengguna narkoba di Indonesia pada November 2015 mencapai 5,9 juta orang. Informasi tersebut disampaikan oleh Komjen Pol Budi Waseso, Kepala Badan Narkotika Nasional (BNN), saat melakukan kunjungan ke Pondok Pesantren Blok Agung Banyuwangi Senin (11/1/2016). "Indonesia telah berada dalam keadaan darurat terkait bahaya narkoba, yang telah disampaikan oleh Presiden. Sebelumnya, pada bulan Juni 2015 tercatat jumlah pengguna narkoba sebanyak 4,2 juta, dan pada bulan November angka tersebut mengalami peningkatan signifikan menjadi 5,9 juta."⁶

Untuk mencegah dan memberantas penyalahgunaan narkoba, pemerintah membentuk Badan Narkotika Nasional (BNN) sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 83 Tahun 2007. Lembaga ini juga mencakup Badan Narkotika Nasional, Badan Narkotika Daerah, serta Badan Narkotika Kabupaten/Kota. Berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika, BNN merupakan Lembaga Pemerintah Non-Kementerian (LPNK) yang memiliki kedudukan dan tanggung jawab langsung kepada Presiden.

⁵ Ghanis Wahyurini, Herta Armianti Soemardjo, Sumiati. "Efektivitas Instagram @bnn_cegahnarkoba Sebagai Media Kampanye Pencegahan Narkoba, Jurnal Nasional Pariwisata Kewirausahaan." E-ISSN NO: 2829-2006. 2020.

⁶ Imam Kanafi. "Kampanye Anti Narkoba Dan Tingkat Penyalahgunaan Narkoba Di Kalangan Remaja," (Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo, 2018).

Untuk mengantisipasi meluasnya peredaran narkoba, BNN bertanggung jawab untuk mendorong masyarakat supaya terhindar dari pengaruh narkoba. Oleh karena itu, BNN bisa memberikan peran yang signifikan serta bekerja sama dengan penegak hukum dan masyarakat untuk memberantas hal-hal yang berbau narkoba, di wilayah kabupaten maupun kota.

THN	JML	J. KELAMIN		PEKERJAAN				RENTANG USIA				JENIS ZAT			
		L	P	PLJR	MHSW	WRSWST	TDK KRJA	10-24	25-39	40-54	55>	LL	SABU	GANJA	LAIN2
2015	558	380	178	25	5	356	172	164	276	110	8	445	76	12	25
2016	29	25	4	15	0	10	4	20	8	1	0	24	3	0	2
2017	25	20	5	4	2	17	2	16	8	1	0	10	15	0	0
2018	30	26	4	3	0	18	9	13	10	7	0	16	14	0	0
2019	17	15	2	2	0	13	2	5	11	1	0	5	12	0	0
2020	11	11	0	0	1	10	0	2	9	0	0	4	6	1	0
2021	25	25	0	0	0	5	20	7	14	4	0	0	25	0	0
2022	41	3	38	1	0	18	22	12	23	6	0	1	38	2	0
2023	29	28	1	1	0	23	6	12	17	0	0	3	25	1	0
Σ	765	533	232	51	8	470	237	251	376	130	8	508	214	16	27

Gambar 1. 3 Jumlah Pecandu Narkoba di Kota Kediri Dalam 5 Tahun Terakhir Yang Dirilis Oleh Badan Narkotika Nasional.

Sumber: Data Badan Narkotika Nasional Kota Kediri, 2023

Grafik yang tertera di atas menunjukkan data jumlah pecandu narkoba di Kota Kediri dari tahun 2015 hingga 2023. Secara keseluruhan, jumlah pecandu narkoba di Kota Kediri mengalami penurunan yang signifikan, dari 558 orang pada tahun 2015 menjadi hanya 29 orang pada tahun 2023. Penurunan jumlah klien yang terdata ini menjadi kabar baik bagi kinerja BNN di Kota Kediri.

Kota Kediri patut diberikan apresiasi atas pencapaiannya, terutama karena jumlah peredaran narkoba yang dari kalangan perempuan sudah berhasil mengurangi sampai tersisa 2 orang saja pada tahun terakhir. Namun demikian,

perlu dicatat bahwa jumlah pengguna sempat meningkat dari 25 orang pada tahun 2017 menjadi 30 orang pada tahun 2018.

Meskipun jumlah yang terdata oleh BNN relatif rendah, grafik yang tertera di atas menunjukkan bahwa korban penyalahgunaan narkoba masih memiliki potensi untuk terus bertambah, karena kinerja BNN belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, hambatan teknis dan nonteknis dalam penanggulangan penyalahgunaan narkoba perlu diminimalisir, serta melibatkan berbagai pihak terkait agar kinerja BNN dapat ditingkatkan.⁷

Meskipun pemerintah telah mengerah BNN untuk melakukan kampanye anti narkoba melalui sosial media masih banyak masyarakat yang terjebak dalam penyalahgunaan narkoba, bahkan tidak sedikit dari mereka yang sudah masuk kedalam tahap kecanduan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan kajian yang lebih lanjut dengan judul “Efektivitas Sosial Media Dalam Gerakan Kampanye Anti Narkoba”.

B. Fokus Penelitian

Untuk menghindari kesalahan penelitian, peneliti akan membatasi topik penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada:

1. Sejauh mana efektivitas kampanye anti-narkoba BNN di Instagram dalam meningkatkan motif dan kebutuhan perilaku terkait pengguna narkoba?
2. Seberapa efektif dari mengikuti akun BNN terhadap motif dan kebutuhan pengguna Instagram terkait penggunaan narkoba?

⁷ Aula Zulfa. “Upaya Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Kediri Dalam Menanggulangi Penyalahgunaan Narkoba, jurnal.” Kediri. Vol. 3. No. 1. 2019.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengamati sejauh mana efektivitas kampanye anti-narkoba BNN di Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku terkait pengguna narkoba.
2. Untuk mengetahui dan memahami seberapa efektif dari mengikuti akun BNN terhadap sikap dan perilaku pengguna Instagram terkait pengguna narkoba.

D. Manfaat Penelitian

Salah satu manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan menambah wawasan untuk orang tua dalam mendidik anak-anak mereka. Tidak hanya itu, bisa juga menjadi referensi atau panduan bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut lagi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dilakukan untuk mengamati upaya pemerintah dalam melakukan gerakan kampanye anti narkoba agar tidak ada lagi masyarakat yang terjerumus dalam penyalahgunaan narkoba. Hasil pengamatan tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat dalam

memilih pergaulan yang tepat agar terhindar dari hal-hal negatif dan merugikan diri sendiri.

- b. Penelitian ini dapat berguna bagi para orang tua untuk lebih diperhatikan lagi ketika anaknya memilih teman, selama menempuh pendidikan tinggi yang jauh dari pengawasa mereka. Karena, pemilihan teman sangat berpengaruh terhadap pergaulan anak-anak mereka.

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan kajian pustaka dari penelitian terdahulu yang memiliki persamaan yakni terkait pembahasan terkait efektivitas media dalam gerakan kampanye anti narkoba di kota Kediri. Dengan begitu kajian pustaka dari penelitian terdahulu dapat dijadikan rujukan bagi penelitian ini, sebagai berikut:

1. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Rajab Mahendra, Rangga Putra Perssela, Winda Ramhadianti dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi.”⁸

Penelitian ini menggunakan metode observasi dan sosialisasi. Penelitian ini bertujuan untuk, mengetahui bagaimana perkembangan teknologi infomasi (TIK) yang dimana sudah dijadikan sebagai internet alat komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Maka dari itu, hal ini yang menjadikan sebuah alasan utama fenomena perubahan teknologi

⁸ Mahendra Rajab. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi", Jurnal. Bengkulu. 2022.

komunikasi yang berawal dari konvensional beralih ke modern dan serba digital.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa, kemajuan media sosial saat ini mengalami perubahan yang sangat cepat. Seperti aplikasi Instagram, Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat yang bertujuan untuk mengupload foto dengan mudah. Dengan adanya kemajuan media sosial yang memiliki pengaruh pada perilaku manusia, yang digunakan sebagai sumber informasi maupun sebagai sarana interaksi sosial dan komunikasi. Media sosial itu sendiri sudah dijadikan sebagai tempat untuk berinteraksinya masyarakat, mereka juga sering kali mengabaikan etika yang ada. Contohnya seperti penggunaan bahasa yang kurang baku untuk berkomunikasi.

2. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Gede Rai Utama dan Putu Aditya Pratama, dengan judul “Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Digital.” Vol.02, No.01 Oktober 2023. Hal. 8 – 11.⁹

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa di zaman era modern ini yang dimana digital memiliki koneksi utama dalam aspek kehidupan. Tidak hanya itu saja, media social juga dijadikan sebagai tujuan utama dalam strategi pemasaran digital. Dengan adanya kekuatan media sosial yang sangat pesat, yang menyebabkan jutaan orang di seluruh dunia secara mudah mengubah lanskap pemasaran secara signifikan. Media sosial tidak

⁹ Utama Rai Gede. “Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Digital”, Jurnal. Bali. Vol. 2. No. 1. 2023.

hanya digunakan untuk berinteraksi saja, bisa juga digunakan sebagai peluang besar sebuah merek untuk alat berkomunikasi, menambah pengetahuan dan meningkatkan penjualan.

Ketika paradigma pemasaran terus berubah, fokus utama mereka juga mengalami pergeseran menjadi interaksi secara langsung dengan konsumen. Dalam hal ini, media sosial sudah menyediakan sebuah platform yang memiliki tujuan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen, mudah mengerti apa yang mereka butuhkan dan mudah merespons secara pribadi.

3. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Gita Sagara, Ergi Rifaldi dan Aura Maharani dengan judul “Kontruksi Identitas dan Popularitas Maya: Analisis Uses and Gratification Pada Fenomena Mandi Lumpur di Tiktok”, Vol. 1, No. 3 Oktober 2023. Hal 14 – 23.¹⁰

Hasil penelitian ini menjelaskan menurut teori uses and gratification, praktik “Mandi Lumpur” di Tiktok menunjukkan bahwa audiens memiliki peran menjadi seorang konsumen yang aktif di media untuk memilih sebuah konten yang berdasarkan dari kebutuhan dan tujuan pribadi mereka. Pengguna media sosial yang berpartisipasi dalam konten tersebut, mereka hanya mencari sebuah hiburan dan sensasi unik yang menghasilkan konten “Mandi Lumpur” menjadi sebuah alternatif yang menarik dari konten

¹⁰ Sagara Gita. “Kontruksi Identitas dan Popularitas Maya: Analisis Uses and Gratification Pada Fenomena Mandi Lumpur di Tiktok”, Jurnal. Tangerang Selatan, Banten. Vol. 1. No. 3. 2023.

konvensional. Dengan adanya live streaming ini yang menghasilkan sebuah variasi hiburan online.

Adapun aspek interaksi sosial memiliki peran penting dalam analisis ini. Dengan adanya live streaming ini, bisa digunakan seorang kreator dan penonton bisa berinteraksi secara langsung dan bisa juga digunakan untuk membentuk sebuah komunitas online yang dinamis. Sedangkan menurut teori uses and gratification menjelaskan bahwa orang yang menggunakan media, mereka memiliki tujuan dan konteks yang tertentu. Hal tersebut bertujuan untuk mencakup partisipasi yang masih aktif digunakan untuk interaksi sosial dan pembuatan konten.

4. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Aisah Meri, Lee Kuok Tiung, Siti Nurbayu Mohd Yusoff dan Cyril Modili dengan judul “Keperluan, Kegunaan dan Kepuasan Portal Berita Dalam Kalangan Remaja Kadazandusun di Sabah Needs, Uses and Gratificatifications Of News Portal Among Kadazandusun Teenagers In Sabah.” Juni 2020. Hal. 41 – 58.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa teori uses and gratification (U&G), sudah dianggap sangat tepat untuk memahami pengguna media dan perilaku khalayak. Pada awalnya, studi komunikasi menggunakan teori uses and gratification digunakan untuk mempelajari kesenangan yang sudah didapatkan oleh khalayak, dari berbagai jenis media yang bersedia mencakup kebutuhan sosial dan psikologis mereka. Pertama kali teori uses and gratification ditemukan pada tahun 1940- an dan awal 1950- an yang bersifat deskriptif. Akan tetapi, usaha tersebut memiliki kelemahan

dikarenakan gagal untuk menguji distribusi frekuensi dalam populasi. Oleh sebab itu, hasil penelitian yang berawal dari metode kualitatif akan bersifat investigatif.

Tidak hanya itu saja, teori uses and gratification, memiliki perkembangan. Menurut para peneliti di bidang komunikasi, mereka memiliki pendapat bahwa, sebuah kejadian “media baru” sudah membawa pengguna dan memiliki kepuasan media baru kepada manusia masa kini. Teori ini juga dikenal sebagai kerangka teori pertama yang sudah digunakan untuk media baru yang mulai diperkenalkan kepada publik.

5. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Didi Pemadi dan Akhmad Habibullah dengan judul “Strategi Komunikasi Humas BNN Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik.” Vol. 5. No. 1. Maret 2020. Hal. 150 – 162.¹¹

Hasil dari penelitian ini kasus peredaran narkoba di Indonesia saat ini sangat memprihatinkan, bahkan pemerintah secara resmi mengeluarkan pernyataan bahwa negara Indonesia saat ini mengalami kasus keadaan darurat narkoba. Jumlah penggunaan narkoba di Indonesia saat ini mengalami peningkatan secara terus menerus.

Badan Narkotika Nasional (BNN) memperkirakan bahwa jumlah pengguna narkoba telah mencapai 5,9 juta orang. BNN juga mengungkapkan bahwa sebanyak 4 juta orang di antaranya terlibat dalam penyalahgunaan narkoba, tidak hanya itu saja sebanyak 1,6 juta jiwa

¹¹ Pemadi Didi. “Strategi Komunikasi Humas BNN Dalam Memberikan Informasi Kepada Publik”, Jurnal. Tegal. Vol. 5. No. 1. 2022.

melakukan percobaan memakai narkoba, 1,4 juta jiwa sudah menggunakan secara berturut-turut dan sebanyak 934 ribu jiwa sudah terkena kecanduan narkoba. BNN juga mengungkapkan bahwa sebanyak 807 kasus narkotika dan sudah menan 1.238 tersangka, BNN juga sudah membawa barang bukti sebanyak 2,6 ton ganja kering, 20.000 batang pohon ganja, 16 hektar ladang ganja, 1.016 ton sabu dan 754.094 butir ekstasi.

BNN merupakan lembaga pemerintahan non-kementrian, sudah memiliki mekanisme yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah informasi kepada public sesuai dengan Undang-Undang No. 14 tahun 2008, menjelaskan tentang terbukanya publik yang sudah diresmikan sejak Mei 2010. Dengan diberlakukannya Undang-Undang ini, Indonesia menjadi salah satu negara ke 76 di dunia yang sudah resmi menyimpan prinsip-prinsip keterbukaan sebuah informasi. Humas memiliki tujuan untuk menyebarkan sebuah informasi kepada masyarakat dengan melalui berbagai media. Cara ini juga sangat efektif, karena informasi akan mudah tersebar. Yang menyebabkan masyarakat dengan cepat mengaksesnya, baik menggunakan televisi atau media cetak. M. Lingga Anggoro menyatakan bahwa secara umum memiliki tiga metode utama untuk menyebarkan sebuah informasi yaitu konferensi pers, resepsi pers dan kunjungan pers.

6. Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Gilza Azzahra Lukman, Anisa Putri Alifah, Almira Almira Dilvampiranti, dan Sahade Humaedi dengan judul “Kasus

narkoba di Indonesia dan Upaya Pencegahannya di Kalangan Remaja.” Vol. 2. No. 3. Desember 2021. Hal. 405 – 417.¹²

Hasil penelitian ini dalam beberapa tahun terakhir kasus penyalahan narkoba di kalangan remaja terus mengalami peningkatan, terutama pada tahun 2019. Dengan adanya kasus penyalahgunaan narkoba atau napza telah menjadi masalah kronis yang serius di Indonesia. Misalnya, adanya peredaran dan penyalahgunaan narkoba jenis sabu yang sudah menyebabkan banyak bandar sabu tertangkap dalam beberapa tahun terakhir. Peristiwa ini menunjukkan bahwa, Indonesia memasuki kasus darurat narkoba.

Menurut Kepala Badan Narkotika Nasional (BNN), jumlah korban penyalahgunaan narkoba di Indonesia hingga tahun 2019 telah mencapai 3,6 juta orang. Dari angka tersebut, menyebabkan meningkatnya sebanyak 24 hingga 28 persen dalam pengguna narkoba di kalangan remaja. Peristiwa ini disebabkan karna beberapa faktor seperti, semakin beratnya kehidupan dan meningkatnya kesibukan masyarakat yang mengakibatkan banyaknya masyarakat yang terkena depresi. Hal ini yang menyebabkan dampak kurangnya perhatian dari orang tua atau keluarga membuat banyak anak dan remaja mencari pelarian pada narkoba sebagai cara untuk mengatasi permasalahan mereka.

¹² Gilza Azzahra Lukman. “Kasus Narkoba di Indonesia dan Upaya Pencegahannya di Kalangan Remaja”, Jurnal. Universitas Padjajaran, Sumedang Jawa Barat. Vol. 2. No. 3. 2021.

Kasus narkoba yang ada di kalangan remaja tidak mudah diatasi, karena penanganannya membutuhkan keterlibatan dari berbagai pihak perlu terlibat dan bekerja sama. Termasuk pemerintah, aparat kepolisian, elemen masyarakat, media massa, keluarga, lingkungan sekolah, serta para remaja itu sendiri. Masa remaja adalah periode pencarian identitas jati diri. Pada fase ini, remaja lebih banyak mendapat berbagai nilai dan norma baru yang mereka anggap berguna untuk memperkuat identitas mereka. Mereka memiliki rasa ingin tahu yang besar dan keinginan kuat untuk mencoba hal-hal baru.