



## TikTok dan Persepsi Generasi Z tentang Bahaya Narkoba: Analisis Konten Edukatif BNN Surabaya

Muhammad Fajar Eka Febrianto\*

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: [04020522066@student.uinsby.ac.id](mailto:04020522066@student.uinsby.ac.id)

Alamat: Jalan Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur, 60237.

\*Penulis korespondensi

**Abstract:** This study examines how social media use, particularly the TikTok account of the National Narcotics Agency (BNN) of Surabaya City, influences adolescents' perceptions of the dangers of drug abuse. Against the backdrop of the high prevalence of drug abuse among Indonesian adolescents and the increasing penetration of social media, this study employs a literature review method with thematic analysis to synthesize findings from relevant scholarly sources on the role of social media in shaping adolescents' perceptions. The results indicate that adolescents' perceptions are influenced by social environmental factors, the type of content consumed, psychological conditions, as well as family and educational support. TikTok functions as an effective information medium through short-form videos, interactive campaigns, and testimonials that convey anti-drug messages in an engaging and easily comprehensible manner. The analysis further reveals that the TikTok content produced by BNN Surabaya City successfully performs an agenda-setting function by positioning drug abuse issues as a salient concern among adolescents. Interviews with three informants confirm that most BNN content enhances their understanding of the dangers of drugs, although some criticisms were noted regarding visual consistency and narrative depth. Overall, the study concludes that the TikTok account of BNN Surabaya City is effective in shaping negative perceptions of drug abuse through adaptive communication strategies aligned with contemporary adolescent characteristics.

**Keywords:** social media, adolescent perception, drug abuse prevention

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan media sosial, khususnya akun TikTok Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Surabaya, terhadap persepsi remaja mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tingginya angka penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja Indonesia serta meningkatnya intensitas penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka dengan analisis tematik untuk mensintesis temuan dari berbagai sumber ilmiah yang relevan terkait peran media sosial dalam membentuk persepsi remaja. Hasil kajian menunjukkan bahwa persepsi remaja dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, jenis konten yang dikonsumsi, kondisi psikologis, serta dukungan keluarga dan pendidikan. TikTok berfungsi sebagai media informasi yang efektif melalui video berdurasi singkat, kampanye interaktif, dan testimoni yang mampu menyampaikan pesan anti narkoba secara menarik dan mudah dipahami. Analisis juga menunjukkan bahwa konten TikTok BNN Kota Surabaya menjalankan fungsi agenda setting dengan menempatkan isu narkoba sebagai perhatian utama di kalangan remaja. Wawancara terhadap tiga informan mengonfirmasi bahwa sebagian besar konten BNN meningkatkan pemahaman mereka tentang bahaya narkoba, meskipun terdapat catatan kritis terkait konsistensi kualitas visual dan kedalaman narasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok BNN Kota Surabaya efektif dalam membentuk persepsi negatif terhadap penyalahgunaan narkoba melalui strategi komunikasi yang adaptif dan sesuai dengan karakteristik remaja masa kini.

**Kata kunci:** media sosial, persepsi remaja, bahaya narkoba

## PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase perkembangan kritis yang ditandai oleh perubahan biologis, psikologis, dan sosial yang signifikan. Pada tahap ini, individu berada dalam proses transisi menuju kedewasaan, namun belum sepenuhnya memiliki kematangan emosional dan kognitif dalam pengambilan keputusan. World Health Organization (WHO) dan Badan

Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengklasifikasikan remaja sebagai individu berusia 10–24 tahun yang belum menikah. Kondisi perkembangan yang belum stabil ini menjadikan remaja kelompok yang rentan terhadap perilaku berisiko, termasuk penyalahgunaan narkotika dan obat-obatan terlarang (narkoba).

Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja merupakan persoalan serius di Indonesia. Data Badan Narkotika Nasional (BNN) tahun 2023 menunjukkan bahwa sekitar 2,3 juta remaja terindikasi sebagai penyalahguna narkoba. Angka ini menegaskan urgensi upaya pencegahan yang tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga komunikatif dan kontekstual. Penanaman pemahaman mengenai bahaya narkoba sejak dini menjadi strategi krusial untuk melindungi generasi muda dari dampak kesehatan, sosial, dan hukum yang ditimbulkan.

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan remaja. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai sumber utama pembentukan pengetahuan, nilai, dan persepsi sosial. Namun, media sosial bersifat ambivalen: di satu sisi dapat menjadi medium edukasi yang efektif, sementara di sisi lain berpotensi menyebarkan konten yang menormalisasi gaya hidup berisiko, termasuk glamorisasi penyalahgunaan narkoba.

Salah satu platform yang memiliki tingkat popularitas tinggi di kalangan remaja Indonesia adalah TikTok. Dengan format video pendek yang menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi, TikTok memiliki daya tarik tinggi serta kemampuan viral yang kuat. Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai medium strategis dalam kampanye komunikasi publik, termasuk dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba. Menyadari potensi tersebut, BNN Kota Surabaya memanfaatkan TikTok sebagai saluran komunikasi edukatif melalui akun resmi @sahabatbnnksby untuk menyampaikan pesan Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN).

Meskipun berbagai studi telah membahas peran media sosial dalam pencegahan narkoba, kajian yang secara spesifik menganalisis bagaimana konten TikTok institusi pemerintah membentuk persepsi remaja masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penggunaan media sosial TikTok BNN Kota Surabaya memengaruhi persepsi remaja terhadap bahaya narkoba, dengan merujuk pada perspektif teori agenda setting.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi metode literature review dengan pendekatan analisis tematik untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam membentuk persepsi remaja mengenai bahaya

narkoba. Sumber data utama diperoleh dari artikel jurnal nasional dan internasional yang peer-reviewed, laporan institusi resmi, dan publikasi akademik relevan terkait media sosial, perilaku remaja, penyalahgunaan narkoba, dan platform TikTok. Proses pencarian literatur dilakukan secara sistematis menggunakan kata kunci terstruktur, seperti “*social media*”, “*adolescent perception*”, “*drug abuse*”, dan “*TikTok*”, yang dikombinasikan dengan Boolean operators untuk memastikan cakupan pencarian yang komprehensif dan relevan. Seluruh artikel yang dikumpulkan kemudian dievaluasi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi untuk menjamin validitas dan kredibilitas sumber.

Data literatur dianalisis melalui pendekatan tematik, dengan identifikasi tema-tema utama yang muncul berulang di berbagai studi, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi persepsi remaja, efektivitas konten edukatif, serta strategi komunikasi media sosial. Analisis ini memungkinkan sintesis temuan secara sistematis, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pembentukan persepsi remaja.

Sebagai pelengkap, penelitian ini juga menggunakan wawancara eksploratif semi-terstruktur dengan tiga remaja sebagai informan untuk memperoleh perspektif empiris mengenai tanggapan audiens terhadap konten TikTok BNN Kota Surabaya. Wawancara difokuskan pada pemahaman, daya ingat, dan persepsi terhadap pesan edukatif mengenai bahaya narkoba. Data kualitatif dari wawancara dianalisis secara deskriptif-analitis, kemudian ditriangulasikan dengan hasil literatur review untuk memperkuat interpretasi temuan, meningkatkan validitas internal, dan memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai interaksi antara konten media sosial dan persepsi remaja.

Pendekatan metodologis ini memungkinkan penelitian tidak hanya menilai efektivitas konten secara teoretis, tetapi juga mengeksplorasi respons audiens nyata, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang komunikasi publik berbasis media sosial dalam konteks pencegahan perilaku berisiko pada remaja.

## **PEMBAHASAN**

Hasil kajian menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap bahaya narkoba dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor lingkungan sosial, jenis konten media sosial yang dikonsumsi, kondisi psikologis individu, serta dukungan keluarga dan pendidikan. Faktor lingkungan sosial, termasuk teman sebaya dan komunitas daring, memainkan peran signifikan dalam membentuk pandangan remaja terhadap narkoba. Remaja yang berada dalam lingkungan yang menolak narkoba cenderung memiliki persepsi negatif terhadap substansi

terlarang ini, sementara mereka yang terpapar konten atau norma sosial yang menormalisasi penggunaan narkoba berpotensi memiliki persepsi permisif (Bandura, 1977; Valkenburg & Peter, 2011).

Jenis konten media sosial yang dikonsumsi juga menjadi penentu utama. Konten edukatif, informatif, dan naratif, terutama yang berasal dari sumber resmi seperti BNN, efektif meningkatkan kesadaran remaja akan risiko narkoba. Sebaliknya, konten yang mengglamorisasikan penggunaan narkoba, menampilkan gaya hidup bebas, atau tidak memiliki dasar ilmiah dapat mengurangi rasa takut terhadap bahaya narkoba dan menimbulkan distorsi persepsi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa konten visual, interaktif, dan naratif memiliki pengaruh kuat terhadap pembentukan sikap dan opini remaja (Huang et al., 2022; Tiggemann & Slater, 2014).

TikTok berfungsi sebagai medium informasi yang efektif karena mampu menyampaikan pesan edukatif dalam format singkat, menarik, dan mudah dicerna. Platform ini menggabungkan elemen visual, audio, teks, dan interaksi, yang memungkinkan pesan anti-narkoba disampaikan secara emosional, simbolis, dan naratif. Konten TikTok BNN Kota Surabaya memanfaatkan berbagai strategi komunikasi, termasuk video edukasi singkat, storytelling berbasis testimoni mantan pengguna narkoba, serta kampanye partisipatif melalui kolaborasi dengan influencer. Strategi-strategi ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang responsif terhadap pesan yang bersifat visual, naratif, interaktif, dan dapat memicu keterlibatan emosional (Prensky, 2001; Seemiller & Grace, 2016).

Analisis wawancara dengan tiga informan remaja menguatkan temuan literatur, menunjukkan bahwa konten yang mengandung storytelling dan partisipasi audiens lebih mudah diingat dan lebih berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman mereka mengenai bahaya narkoba. Misalnya, konten sketsa naratif seperti “Rama Dhani” dan tantangan interaktif yang melibatkan audiens tidak hanya menyampaikan informasi faktual, tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang bersifat emosional dan partisipatif. Temuan ini mendukung konsep cognitive-affective processing yang menyatakan bahwa pesan yang menggabungkan aspek kognitif (informasi) dan afektif (emosi, pengalaman) lebih efektif membentuk persepsi dan perilaku (Petty & Cacioppo, 1986).

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan signifikan terkait efektivitas komunikasi publik melalui media sosial. Pertama, kualitas visual konten yang tidak konsisten, seperti gambar yang blur atau editing yang kurang rapi, dapat mengurangi kredibilitas pesan dan menarik perhatian audiens. Kedua, kedalaman narasi konten yang

terbatas terkadang membuat pesan anti-narkoba terasa dangkal atau kurang meyakinkan bagi remaja yang telah memiliki pengetahuan dasar mengenai narkoba. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi publik di media sosial tidak hanya bergantung pada keberadaan konten, tetapi juga kualitas produksi, kesesuaian format, dan relevansi pesan dengan preferensi audiens (Kietzmann et al., 2011; Kaplan & Haenlein, 2010).

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa TikTok sebagai media sosial memiliki potensi strategis untuk membentuk persepsi remaja terhadap bahaya narkoba, selama pesan dikemas secara kreatif, relevan dengan budaya remaja, dan didukung kualitas visual serta narasi yang konsisten. Penelitian ini juga menekankan perlunya integrasi strategi komunikasi publik berbasis bukti, dengan mempertimbangkan faktor psikologis, sosial, dan kognitif remaja, agar konten edukatif dapat diterima secara efektif dan membentuk kesadaran anti-narkoba yang berkelanjutan.

## **RELEVANSI TEORITIS: AGENDA SETTING**

Temuan penelitian ini secara jelas relevan dengan teori agenda setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972), yang menegaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk memengaruhi isu apa yang dianggap penting oleh publik. Teori ini menyatakan bahwa media tidak hanya memberi informasi, tetapi secara tidak langsung membentuk prioritas isu dan menentukan fokus perhatian audiens melalui intensitas, konsistensi, dan penekanan konten tertentu. Dalam konteks penelitian ini, TikTok BNN Kota Surabaya berfungsi sebagai agen agenda setting digital, yang menempatkan isu bahaya narkoba sebagai perhatian utama di benak remaja.

Melalui produksi konten yang konsisten dan berulang, akun TikTok BNN Kota Surabaya menekankan risiko kesehatan, dampak sosial, dan konsekuensi hukum dari penyalahgunaan narkoba. Strategi ini meliputi video edukasi singkat, testimoni mantan pengguna, sketsa naratif, dan kampanye partisipatif bersama influencer. Pengulangan dan variasi bentuk penyampaian konten ini tidak hanya mempertahankan eksposur terhadap isu narkoba, tetapi juga menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik Generasi Z, yang responsif terhadap konten visual, naratif, dan interaktif (Seemiller & Grace, 2016; Prensky, 2001).

Hasil wawancara dengan tiga informan remaja menunjukkan bahwa mereka mampu mengingat dan mengidentifikasi konten tertentu dari akun TikTok BNN, seperti sketsa “Rama Dhani” dan tantangan tes urine dengan influencer. Temuan ini mengindikasikan bahwa pesan

yang disampaikan telah berhasil memasuki kesadaran audiens dan memengaruhi persepsi mereka mengenai prioritas isu—yaitu pentingnya menghindari narkoba. Hal ini sesuai dengan konsep agenda setting tahap kedua (second-level agenda setting), di mana media tidak hanya menentukan isu yang dianggap penting, tetapi juga membentuk atribut dan penilaian terkait isu tersebut (McCombs, 2004). Dalam hal ini, atribut yang dibentuk meliputi kesadaran akan risiko, moralitas penggunaan narkoba, serta konsekuensi sosial dan hukum, yang secara kolektif membentuk persepsi remaja terhadap bahaya narkoba.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial dapat berperan ganda dalam agenda setting. Pertama, sebagai agenda media, TikTok BNN Kota Surabaya secara aktif memilih isu narkoba untuk diberitakan secara konsisten, menyesuaikan gaya komunikasi dengan tren remaja. Kedua, sebagai agenda publik, konten ini memengaruhi persepsi dan prioritas isu di kalangan remaja, sehingga mereka mulai melihat narkoba sebagai masalah yang relevan dan penting untuk diperhatikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dapat memperluas fungsi tradisional media massa dalam konteks digital, menjadikan audiens lebih aktif dalam mengingat, menilai, dan mendiskusikan isu tertentu.

Namun, efektivitas agenda setting melalui media sosial juga dipengaruhi oleh kualitas produksi konten, relevansi pesan, dan keterlibatan audiens. Konten yang visualnya kurang konsisten atau narasinya dangkal berpotensi mengurangi efek agenda setting, karena remaja cenderung menuntut kualitas informasi yang menarik dan autentik (Kietzmann et al., 2011; Kaplan & Haenlein, 2010). Oleh karena itu, strategi komunikasi publik yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai agen agenda setting harus memperhatikan integrasi antara konten edukatif, kreativitas visual, dan interaktivitas audiens untuk membangun kesadaran dan persepsi sosial yang efektif.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok BNN Kota Surabaya telah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis agenda setting untuk isu narkoba, bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kesadaran, prioritas, dan persepsi sosial remaja. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa media sosial memiliki kapasitas yang signifikan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku sosial, khususnya di kalangan remaja yang berada pada fase perkembangan kritis dalam membentuk identitas dan nilai.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial TikTok yang dikelola oleh BNN Kota Surabaya memiliki peran strategis dan signifikan dalam membentuk persepsi remaja terhadap bahaya narkoba. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai agen agenda setting, yang secara konsisten menempatkan isu narkoba sebagai prioritas utama dalam kesadaran remaja. Melalui strategi komunikasi yang adaptif, kreatif, dan disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z yang responsif terhadap konten visual, naratif, dan interaktif—konten yang disajikan berhasil meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan sikap negatif terhadap penyalahgunaan narkoba.

Strategi yang diterapkan meliputi: video edukasi singkat yang mudah dicerna, storytelling berbasis testimoni mantan pengguna, serta kampanye partisipatif yang melibatkan influencer dan komunitas remaja. Pendekatan ini memperkuat daya ingat pesan melalui unsur naratif dan interaktivitas, sehingga remaja tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terdorong untuk aktif memproses dan menginternalisasi pesan anti narkoba. Temuan wawancara menunjukkan bahwa konten yang mengandung storytelling, elemen partisipatif, dan relevansi budaya digital lebih efektif dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi sikap audiens.

Lebih jauh, penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial oleh institusi pemerintah harus dilakukan secara strategis. Keberhasilan BNN Kota Surabaya menunjukkan bahwa kualitas produksi konten—meliputi visual yang menarik, narasi yang jelas, dan pesan yang kontekstual dengan pengalaman remaja—sangat menentukan efektivitas kampanye kesehatan publik di platform digital. Media sosial, khususnya TikTok, menawarkan keunggulan unik berupa kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat, luas, dan menarik, sekaligus memfasilitasi interaksi dua arah yang memperkuat internalisasi pesan.

Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi penting bagi strategi pencegahan perilaku berisiko di kalangan remaja. TikTok dapat dimanfaatkan sebagai medium komunikasi publik untuk isu-isu kesehatan, di mana pesan edukatif dikemas sesuai preferensi audiens muda, memanfaatkan tren digital, dan memaksimalkan partisipasi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye kesehatan berbasis media sosial tidak hanya sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga dapat membentuk opini, sikap, dan prioritas isu, sejalan dengan prinsip agenda setting.

Temuan ini menegaskan bahwa institusi pemerintah perlu memperhatikan strategi konten yang adaptif, kreatif, dan partisipatif, sekaligus menjaga konsistensi kualitas dan

relevansi pesan untuk memaksimalkan pengaruh terhadap persepsi remaja. Keberhasilan TikTok BNN Kota Surabaya dapat dijadikan model bagi lembaga lain yang ingin mengimplementasikan komunikasi publik berbasis media sosial untuk pencegahan risiko kesehatan dan perilaku sosial di kalangan remaja, serta memperkuat peran digital dalam inovasi kampanye kesehatan masyarakat.

**Rekomendasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:**

1. **Peningkatan kualitas konten:** Lembaga pemerintah perlu memperkuat kualitas produksi konten, termasuk visual yang lebih menarik, narasi yang lebih mendalam, dan format kreatif yang sesuai tren digital remaja, untuk memastikan pesan edukatif tersampaikan secara optimal.
2. **Pengembangan strategi storytelling dan partisipatif:** Kampanye harus memanfaatkan storytelling berbasis pengalaman nyata dan elemen interaktif agar pesan anti narkoba lebih mudah diingat dan mempengaruhi sikap remaja.
3. **Monitoring dan evaluasi konten secara rutin:** Institusi harus melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas konten, termasuk tanggapan audiens dan relevansi pesan, untuk menjaga konsistensi dan akurasi informasi.
4. **Kolaborasi lintas sektor:** Penguatan kampanye dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan influencer, komunitas, lembaga pendidikan, dan media digital lainnya untuk memperluas jangkauan dan dampak pesan edukatif.
5. **Replikasi model komunikasi publik:** Keberhasilan TikTok BNN Kota Surabaya dapat dijadikan model bagi lembaga lain dalam mengimplementasikan strategi komunikasi berbasis media sosial untuk pencegahan risiko kesehatan dan perilaku sosial di kalangan remaja.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang adaptif, kreatif, dan partisipatif, disertai dengan konsistensi kualitas dan relevansi pesan, dapat memaksimalkan pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi, kesadaran, dan sikap remaja terhadap isu-isu kesehatan dan perilaku berisiko.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anggraini, Nadia Putri. “Dampak Adiksi Media Sosial Tiktok Pada Remaja Di Daerah Mranggen.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2023.

Arsyad, Ikhsan Fuady. “Pengaruh Sikap, Norma Sosial, Persepsi Perilaku Terhadap Intensi Penggunaan Narkoba Di Kalangan Remaja.” *AL MA’ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya* 1, no. 2 (2020): 118–24. <https://doi.org/10.35905/almaraief.v1i2.1088>.

- Atikah Elnisa Fikri, Purwanti. "Pengaruh Narkoba Pada Remaja Di Indonesia" 6, no. 7 (2025).
- BKKBN. "Ketahanan Keluarga Berbabasis Kelompok Kegiatan (Poktan)," 2022.
- Blog Anti Narkoba. "Kampanye Anti Narkoba Yang Beda Di Era Digital," n.d.
- Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, and Nur Riswandy Marsuki. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri Dan Pembentukan Identitas Remaja Di Indonesia." *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 2, no. 1 (2024): 46–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>.
- Fidiyansyah, Amir, Rizka Octaviana, and Wulan Asriani. "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Mempengaruhi Perilaku Sosial Remaja Di Era Digital" 1, no. 2 (2023): 9–15.
- Gumelar, Wahyu Retno, Heny Ekawati, Nurul Fadhila, and Universitas Muhammadiyah Lamongan. "Pengaruh Edukasi Media Short Movie Animasi Pada Tiktok Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Bahaya Narkolema ( Narkoba Lewat Mata ) Di SMAN 1 Bluluk" 9 (2025): 4345–52.
- Harisman, Shermina Oruh, and Andi Agustang. "Pengaruh Media Sosial Pada Remaja." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 7221–26. <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>.
- Kesehatan, Jurnal Ilmiah, Sandi Husada, and Mia Audina. "LITERATURE REVIEW Penggunaan Media Sosial Terhadap Penyalahgunaan Obat Terlarang Pada Remaja Use of Social Media Against Drug Abuse in Adolescents." *Jiksh* 10, no. 2 (2019): 103–8. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.123>.
- Mustafa, Isvi Rahmatul, Muhammad Bastomi Abdillah, Novi Rani Winata, Riki Pratama, Rosi Isnanda, Teguh Dias Arestu Putra, and Wahyu Djoko Sulistyo. "Edukasi Gerakan Siswa Anti Narkoba" (Geswana) Era Desrupsi 4.0 Di Smp Wahid Hasyim Malang." *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2020): 189–97. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.3214>.
- Ni'amulloh Ash Shidiqie, Nouval Fitra Akbar, and Andhita Risko Faristiana. "Perubahan Sosial Dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram Dalam Membentuk Identitas Diri Remaja." *Simpatis* 1, no. 3 (2023): 98–112. <https://doi.org/10.59024/simpatis.v1i3.225>.
- Ritonga, Elfi Yanti. "Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 4, no. 1 (2018): 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>.
- Santrock, J.W. *Life Span Development-Perkembangan Masa Hidup, Ed Ke-13. Terjemahan Oleh Widyasinta, B.;Sallama, N.I.* Jakarta: PT.Kompas Media Nusantara., 2011.
- Santrock, John W. *Adolescence. Perkembangan Remaja.* Jakarta, 2003.
- Tolhah, M. "Pengaruh Tayangan Video Kriminal Narkoba Di Media Sosial Terhadap Perilaku Siswa SMPN 5 Tapung," 2019.
- WeAreSocial, "Digital 2026 Global Overview Report," Accessed November 5, 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/10/digital-2026-global-overview-report/>