BAB I
PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkermbangan media sosial telah mengubah cara institusi publik dalam menyampaikan informasi edukatif. Badan Narkotika Nasional (BNN) Kabupaten Blitar memanfaatkan Instagram *Reels* untuk menjagkau audiens muda dengan pesan anti narkoba. *Social Network Analysis* (*SNA*) membantu memetakan hubungan antar aktor seperti BNN, aktor kunci, *kolaborator*, dan audiens aktif. Penelitian ini bertujuan memahami struktur relasi digital dalam kampanye tersebut. Hal ini penting karena interaksi digital di *Reels* bersifat kolaboratif dan strategis.

Instagram Reels memiliki fitur tagging, *co-posting*, komentar, dan *repost* yang menciptakan jejaring digital yang kaya makna. Melalui *Social Network Analysis* (*SNA*), penelitian ini berfokus pada pemahaman narasi kolaborasi dan dinamika relasi sosial yang terbentuk di dalamnya. Penelitian akan melakukan observasi digital untuk mendokumentasikan interaksi seperti *tagging, co-posting,* dan balasan komentar, yang kemudian dianalisis secara tematik dan naratif untuk memahami bagaimana makna kolaborasi, motif interaksi, dan hubungan sosial terjalin di antara akun BNN, aktor kunci, kolaborator, dan audiens.

Penelitian oleh Fadhilah Nurdzati menunjukkan bahwa kolaborasi YouTuber menghasilkan peningkatan *engagement* dan memperkuat struktur

jejaring[1]. Penelitian tersebut menggunakan *SNA* dalam konteks digital kreator independen dan relevansinya terhadap penyebaran pesan terbukti signifikan. Namun, penelitian tersebut tidak mempertimbangkan konteks lembaga publik seperti BNN. Maka, penelitian ini hadir untuk menerapkan *SNA* dalam membuka ruang kajian yang lebih luas terhadap jejaring digital kampanye edukatif.

Namun berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan kecenderungan bahwa kajian mengenai media sosial masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada metrik keterlibatan (*engagement metrics*) seperti jumlah *likes, views,* atau comments, tanpa menguraikan secara mendalam struktur relasi antaraktor di balik proses komunikasi tersebut. Penelitian Noor & Akbar menganalisis Reels Kopi Kenangan hanya dari sisi *engagement* tanpa eksplorasi jejaring.[2] Dalam penelitiannya tidak mengeksplorasi bagaimana hubungan antaraktor digital memengaruhi distribusi pesan. Kondisi ini menimpulka gap teori, karena efektivitas komunikasi di media sosial tidak hanya bergantung pada intensitas interaksi, tetapi juga pada struktur jejaring sosial yang menentukan arah, kekuatan, dan persebaran pesan di dalam jaringan digital.

---

[1] Fadhilah Nurdzati, *ANALISIS KOLABORASI YOUTUBE INFLUENCER MENGGUNAKAN SOCIAL NETWORK ANALYSIS (CASE STUDY PADA YOUTUBER JEROME POLIN)* (Universitas Telkom, S1 Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), 2023), https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/197231/slug/analisis-kolaborasi-youtube-influencer-menggunakan-social-network-analysis-case-study-pada-youtuber-jerome-polin-.html.

[2] Ridwan Noor dan Yonarisman Muhammad Akbar, "ANALISIS KONTEN REELS INSTAGRAM @KOPIKENANGAN.ID SEBAGAI BENTUK PEMASARAN," *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi* 3, no. 2 (2023): 24–31, https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.6143.

Bermula dari kesenjangan tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi ruang teoritis yang belum banyak dikaji, yakni dengan menelusuri bagaimana struktur hubungan sosial dan pola kolaborasi digital terbentuk melalui aktivitas *tagging* dan *co-posting* di platform Instagram *Reels*. Fokus ini menjadi relevan karena relasi digital tidak hanya merepresentasikan interaksi teknis, tetapi juga menunjukkan dinamika sosial, koordinasi, dan distribusi peran antaraktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan penyebaran pesan publik.

Dalam konteks empiris, hasil observasi pra-lapangan di BNNK Blitar memperlihatkan bahwa kolaborasi digital yang dilakukan melalui Instagram *Reels* telah melibatkan mitra pendidikan seperti SMPN 6 Blitar dan MTs Hassanudin Kanigoro, namun masih menunjukkan struktur hubungan yang cenderung hierarkis. BNNK Blitar berperan dominan sebagai pengendali pesan dan koordintaor teknis, sementara sekolah bertindak sebagai pelaksana kegiatan yang menyesuaikan arahan lembaga. Secara ideal, strategi komunikasi publik lembaga pemerintah seharusnya bersifat partisipatif dan berbasis jejaring horizontal yang memungkinkan mitra berperan aktif dalam produksi dan penyebaran pesan edukatif.

Instagram Reels memungkinkan penyampaian pesan dengan format visual singkat yang mudah di-*share* antar pengguna. Namun, jangkauan pesan tidak hanya tergantung pada jumlah *views*, melainkan pada kekuatan hubungan antar aktor. Dalam konteks ini, pendekatan *Social Network Theory (SNA)* menjelaskan bahwa kekuatan hubungan sosial yang bersifat timbal

balik dan berbasis kepercayaan mampu meningkatkan jangkauan dan pengaruh pesan secara signifikan[3]. Kolaborasi strategis seperti *tag, mention, collab,* dan *co-creation* memberi ruang bagi pengguna sebagai kreator yang turut memberi makna terhadap konten yang dibagikan[4]. Fenomena ini menunjukkan bahwa kolaborasi digital dapat dijalankan secara strategis berpotensi menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih inklusif, dinamis, dan berorientasi pada keterlibatan aktif masyarakat digital.

Analisis jaringan sosial akan membantu mengidentifikasi aktor kunci atau akun kolaborator lebih efektif. Hal ini dapat digunakan untuk merancang strategi kolaborasi yang lebih terarah. Dengan demikian, kampanye edukatif dapat diperluas jangkauan dan kedalaman pesannya. Temuan ini akan menjadi dasar pengembangan praktik komunikasi publik di era media digital.

Kontribusi teoritis penelitian ini adalah menyediakan model analisis jejaring sosial kolaboratif di kampanye edukatif institusional. Studi ini memperkaya literatur komunikasi digital di Indonesia. Selain itu, penelitian ini membuka jalan untuk studi lanjutan tentang jejaring digital kolaboratif di media sosial. Penelitian ini juga menyoroti nilai interaksi digital sebagai bagian penting dari struktur komunikasi publik.

Struktur jejaring sosial digital menyajikan parameter penting untuk mengukur kekuatan dan efektivitas penyebaran pesan. Penelitian oleh Zhang

[3] Thomas W. Valente, *Social Networks and Health: Models, Methods, and Applications*, 1 ed. (Oxford University PressNew York, 2010), https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195301014.001.0001.

[4] Crystal Abidin, "Visibility Labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram," *Media International Australia* 161, no. 1 (2016): 86–100, https://doi.org/10.1177/1329878X16665177.

menunjukkan bahwa Analisis Jaringan Sosial (*SNA*) sangat efektif dalam dunia pemasaran untuk mengidentifikasi simpul yang memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan engagement dan personalisasi pesan[5]. Dalam konteks kampanye Instagram Reels *@infobnn_kab_blitar*, pendekatan ini digunakan untuk menentukan apakah akun BNN bertindak sebagai pusat jaringan (hub), sementara aktor kunci dan kolaborator berfungsi sebagai penghubung ke audiens yang lebih luas. Identifikasi aktor sentral tersebut membantu memahami mekanisme pemberdayaan pesan edukatif anti narkoba melalui *tag*, *co-posting*, dan komentar. Oleh karena itu, penelitian ini menerapkan metrik *SNA* seperti centralitas dan densitas jaringan untuk mengungkap pola distribusi informasi dan kekuatan relasi digital dalam jejaring kolaboratif.

Peran audiens juga tidak dapat dipandang pasif dalam jaringan sosial. Mereka dapat menjadi simpul penting ketika mereka aktif memberi komentar, menyukai, menyebarluaskan ulang (*repost*), atau menandai akun lain[6]. Aktivitas semacam ini menciptakan efek viral secara organik yang memperluas jangkauan pesan. Penelitian oleh Prasetyo Bonifasius dan Atori Firdaus (2022) menunjukkan bahwa paparan konten dari akun tersebut berdampak positif terhadap keterlibatan pengikut, yang ditunjukkan melalui aktivitas seperti menyukai, mengomentari, hingga menyimpan postingan

[5] Xinqian Zhang, "The Application and Value of Social Network Analysis in Marketing," *Frontiers in Business, Economics and Management* 17, no. 1 (2024): 5–9, https://doi.org/10.54097/52y9v960.

[6] M Ficky Irsandi dan Muhammad Zahran Sulthon, "Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Bisnis dan Sebaran Informasi," *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen* 4, no. 2 (2024): 262–73, https://doi.org/10.54951/sintama.v4i2.642.

untuk referensi di masa mendatang. Temuan ini menegaskan bahwa partisipasi aktif followers sangat berperan dalam efektivitas penyebaran informasi edukatif di Instagram, sehingga keterlibatan follower menjadi aspek penting yang turut dianalisis dalam penelitian ini[7].

Dengan menerapkan metode kualitatif berbasis analisis jaringan sosial, penelitian ini secara komprehensif menginvestigasi struktur hubungan antar aktor dalam jaringan. Analisis tidak hanya berfokus pada identifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi, melainkan juga mendalami pola, mekanisme, serta tujuan di balik terjadinya interaksi tersebut. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai dinamika komunikasi digital di lingkungan lembaga pemerintah. Selain itu, model analisis yang digunakan dalam penelitian ini memiliki potensi untuk diadaptasi oleh instansi lain yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat aplikatif, tetapi juga menawarkan refleksi kritis terhadap strategi digital yang diterapkan saat ini.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kolaborasi digital di Instagram Reels menciptakan jaringan sosial yang kompleks dan bermakna. Struktur jejaring sosial dapat menjadi indikator seberapa efektif pesan edukatif menyebar dan diadopsi oleh publik. Penelitian ini mengisi celah teoretis dalam studi komunikasi digital yang sebelumnya kurang

[7] Prasetyo Bonifasius dan Atori Firdaus, "PENGARUH TERPAAN AKUN INSTAGRAM @SAHABAT.KIPKULIAH TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (KIP-KULIAH) PADA FOLLOWERS," *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 2, no. 3 (2023): 01–04, https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i3.1008.

memperhatikan relasi sosial digital dalam konteks lembaga pemerintah. Dengan menyajikan data yang berbasis observasi kualitatif dan analisis jaringan, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi yang lebih strategis. Oleh karena itu, studi ini penting baik secara akademik maupun praktis.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini diarahkan pada analisis struktur jejaring sosial digital dan dinamika hubungan kolaboratif antara BNNK Blitas dengan mitra, aktor kunci serta audiens di Instagram *Reels*. Dengan menggunakan pendekatn *Social Network Analysis (SNA)*, penelitian menelaah bagaimana posisi, peran, dan keterhubungan antaraktor membentuk pola komunikasi yang mendukung penyebarann pesan edukatif anti-narkoba.

Kajian menyoroti fungsi BNNK Blitar sebagai aktor pusat dalam mengatur arus komunikasi, mengoordinasikan kolaborasi lintas lembaga, serta menjaga konsistensi pesan di ruang digital. Selain pemetaan hubungan antaraktor, penelitian juga menggali makna kolaborasi digital lembaga publik, di mana interaksi tida hanya bersifat teknis tetapi juga mengandung nilai sosial dan edukatif.

2. Pertanyaan Penelitian

a. Bagaimana pola hubungan (relasi) antara BNN Kabupaten Blitar dengan mitra kolaborasi SMPN 6 Blitar dan MTs Hassanudin Kanigoro dalam pembuatan konten Instagram *Reels*?

b. Bagaimana BNN Kabupaten Blitar membangun jaringan sosial dalam pelaksanakan strategi kolaborasi digital melalui konten Instagram *Reels*?

C. Tujuan Penelitian

a. Untuk mendeskripsikan pola hubungan (relasi) antara BNN Kabupaten Blitar dengan mitra kolaborasi SMPN 6 Blitar dan MTs Hassanudin Kanigoro dalam pembuatan konten Instagram *Reels*.

b. Untuk mengetahui bagaimana BNN Kabupaten Blitar membangun jaringan sosial dalam pelaksanakan strategi kolaborasi digital melalui konten Instagram *Reels*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi komunikasi digital dan media sosial berbasis *Social Network Analysis (SNA)*, khususnya dalam konteks kolaborasi kampanye institusional di media sosial. Penelitian ini memperkaya literatur tentang komunikasi publik digital, relasi antaraktor dalam ruang media sosial, serta pemetaan jejaring sosial konten edukatif. Pendekatan kualitatif yang digunakan juga menunjukkan bahwa *SNA* dapat diaplikasikan tidak hanya secara kuantitatif, melainkan juga untuk menggali makna sosial dari struktur relasi digital.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi Kepala BNNK Blitar sebagai bahan pertimbangan dalam merancang dan mengembangkan strategi komunikasi publik berbasis kolaborasi digital yang lebih efektif dan berkelanjutan. Temuan mengenai pola jejaring sosial dan dinamika hubungan antaraktor dapat digunakan sebafai dasar dalam memperkuat koordinasi lintas lembaga serta meningkatkan partisipasi mitra pendidikan dalam kampanye edukatif anti-narkoba.

Bagi peneliti terdahulu, penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk pengayaan perspektif kualitatif mengenai penerapan *Social Network Analysis* di aranah komunikasi publik digital, sekaligus membuka peluang untuk melakukan studi lanjutan yang lebih mendalam mengenai kolaborasi antar instansi pemerintah dan institusi pendidikan di ruang media sosial.

E. Penegasan Istilah

1. Instagram Reels

Fitur video pendek berdurasi maksimal 90 detik pada platform Instagram, yang memungkinkan pengguna mengunggah konten dengan tambahan musik, efek visual, dan teks, serta dapat menjangkau audiens lebih luas melalui algoritma eksplorasi.

2. Akun @infobnn_kab_blitar

Akun resmi milik Badan Narkotika Nasional (BNN) Kabupaten Blitar yang digunakan untuk menyampaikan informasi, edukasi, dan

kampanye publik terkait pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan narkoba di wilayah Blitar.

3. Kolaborasi Digital

Bentuk kerja sama antara dua atau lebih aktor dalam menghasilkan, membagikan, atau memperkuat konten di platform digital, baik melalui *co-posting*, *tagging*, maupun interaksi timbal balik di ruang komentar.

4. Jejaring Sosial

Struktur relasi yang terbentuk dari keterhubungan antar aktor (akun Instagram) dalam suatu sistem digital, ditandai dengan adanya interaksi, komunikasi, dan pengaruh antara satu aktor dengan aktor lainnya.