

## ANALISIS BAHASA PERSUASIF DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “BNN NEWS: FILM PENDEK NARKOBA” DI YOUTUBE SEBAGAI UPAYA PENGUATAN KARAKTER REMAJA

Aiesha Medina Adani<sup>1</sup>, Roma Kyo Kae Saniro<sup>2</sup>, Dian Bachtiar<sup>3</sup>, Audya Shifa Maharani<sup>4</sup>, M. Thoriq Fasha<sup>5</sup>, Zakli Mubaraq<sup>6</sup>, Syavira Salsabilla Masri<sup>7</sup>, Farrel Ahdanur Narayatna<sup>8</sup>, M. Ihsan Rahmawansyach<sup>9</sup>  
Universitas Andalas  
Email: [romakyokae@hum.unand.ac.id](mailto:romakyokae@hum.unand.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk bahasa persuasif, teknik persuasi, dan nilai karakter yang disampaikan dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” sebagai upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis dokumen. Data penelitian meliputi video ILM serta artikel dan jurnal online terkait komunikasi persuasif dan penyalahgunaan narkoba oleh remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ILM tersebut menggunakan empat bentuk bahasa persuasif penegasan, nasihat, ajakan, dan saran serta empat teknik persuasi, yaitu rasionalisasi, identifikasi, sugesti, dan konformitas. Temuan ini juga menunjukkan pesan persuasif yang ditemukan berfungsi menumbuhkan kesadaran risiko, membangun keterlibatan emosional, serta memperkuat nilai karakter seperti tanggung jawab, kesadaran hukum, dan kemampuan pengendalian diri. Penelitian ini menegaskan bahwa bahasa persuasif merupakan strategi komunikasi publik yang efektif dalam mendorong pencegahan narkoba serta relevan untuk pengembangan pendidikan karakter remaja.

**Kata Kunci:** Bahasa Persuasif, Iklan Layanan Masyarakat, Narkoba, Karakter Remaja

### Abstract

*This study aims to analyze the forms of persuasive language, persuasion techniques, and character values conveyed in the PSA “BNN News: Short Film Narkoba” as an effort to prevent drug abuse among adolescents. The method used is descriptive qualitative with document analysis techniques. The research data includes video PSA as well as online articles and journals related to persuasive communication and drug abuse by adolescents. The results show that the advertisement uses four forms of persuasive language: affirmation, advice, invitation, and suggestion, as well as four persuasive techniques: rationalization, identification, suggestion, and conformity. These findings also indicate that the persuasive message in the advertisement functions to raise risk awareness, build emotional involvement, and strengthen character values such as responsibility, legal*

### Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker: No  
235.223.443

Prefix DOI :

[10.8734/Argopuro.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/Argopuro.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Argopuro



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <i>awareness, and self-control. This study confirms that persuasive language is an effective public communication strategy in encouraging drug prevention and is relevant for the development of adolescent character education.</i><br><b>Keyword:</b> Persuasive Language, Public Service Advertisements, Drugs, Teenage Characters |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

PENDAHULUAN

Remaja merupakan generasi penerus bangsa yang berada pada fase perkembangan emosional dan psikologis. Kondisi ini membuat mereka rentan terpengaruh oleh berbagai tren yang muncul di media sosial (Iqbal Akbar Jennof dkk., 2025). Di era digital, paparan media seperti YouTube semakin memperkuat pengaruh terhadap perilaku remaja, termasuk kecenderungan mencoba hal-hal berisiko. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahaya narkoba tidak hanya menjadi persoalan kesehatan, tetapi juga masalah moral dan karakter.

Seiring meningkatnya penyalahgunaan narkoba pada remaja, urgensi penanganan menjadi semakin jelas. Pemerintah bahkan menyatakan kondisi darurat narkoba karena dampaknya yang meluas terhadap masa depan generasi muda. Disinilah bahasa memiliki peran penting dalam komunikasi persuasif, terutama dalam media kampanye sosial, sebab bahasa adalah sarana manusia dalam berkomunikasi kepada manusia lainnya (Zaky Maulana dkk., 2024). Situasi ini menuntut strategi komunikasi publik yang lebih efektif dan mudah diterima oleh remaja. ILM hadir sebagai media yang strategis karena menggabungkan elemen visual, naratif, dan bahasa persuasif untuk membangun kesadaran dan mendorong perubahan perilaku.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas tentang ILM dan menunjukkan bahwa bahasa persuasif memiliki peran penting dalam memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada tema seperti Covid-19, stunting, atau demam berdarah, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji ILM bertema penyalahgunaan narkoba untuk sasaran remaja masih terbatas. Selain itu, kekosongan penelitian juga terlihat pada minimnya studi yang menghubungkan analisis bahasa persuasif dengan pembentukan karakter remaja, sekaligus keterkaitannya dengan contoh kasus hukum dan penegakan hukum mengenai penyalahgunaan narkoba. Dengan demikian, penelitian ini menempati posisi penting dalam upaya mengisi celah tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian meliputi bagaimana penggunaan bahasa persuasif yang digunakan dalam ILM, bagaimana pesan persuasif dalam ILM dikaitkan dengan contoh kasus penyalahgunaan narkoba di Indonesia serta penegakan hukumnya, dan bagaimana efektivitas bahasa persuasif dalam ILM menjadi sarana dari penguatan karakter remaja melalui pesan anti narkoba.

Sejalan dengan rumusan, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bentuk dan teknik bahasa persuasif yang digunakan dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba”, mengidentifikasi nilai karakter yang dibangun melalui pesan persuasif tersebut, serta menghubungkan temuan dengan kasus penyalahgunaan narkoba dan regulasi hukum Indonesia. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan dasar akademik bagi pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih efektif dalam mendukung pencegahan narkoba dan penguatan karakter remaja.

MÉTODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode kualitatif deskriptif, karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap bentuk-bentuk persuasif dan teknik-teknik persuasi dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” di YouTube serta relevansinya dengan upaya penguatan karakter remaja. Video ILM tersebut menjadi sumber

data primer, sedangkan artikel dan jurnal terkait persuasi dan kasus penyalahgunaan narkoba menjadi data sekunder.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Analisis Dokumen, dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah pesan persuasif dalam media audiovisual secara sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Peneliti terlebih dahulu menyalin dialog ILM ke dalam transkrip dengan mendengarkan video secara berulang. Setiap kalimat kemudian dicocokkan dengan kategori bentuk dan teknik persuasif berdasarkan definisi teoritisnya.

Analisis data dilakukan dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman (1992), yang meliputi (1) reduksi data, yaitu memilah, memfokuskan, dan menyederhanakan data terkait bentuk serta teknik persuasif yang muncul dalam video; (2) penyajian data, yaitu menyusun temuan penelitian dalam bentuk uraian kategorisasi jenis persuasif; dan (3) penarikan kesimpulan, yaitu menafsirkan penggunaan bahasa persuasif dalam video serta mengaitkannya dengan upaya pendidikan karakter dan contoh kasus penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Dengan demikian, metodologi ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang utuh mengenai penggunaan bahasa persuasif dalam ILM tersebut serta konteks sosial yang melatarbelakanginya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasa persuasif memiliki sifat untuk memengaruhi pemikiran pendengar atau pembaca, sehingga menimbulkan keterkaitan untuk melakukan sesuai yang diperintahkan (Rahmawati, Soleh, & Winarsih, 2023). Hasil penelitian ini menjelaskan penggunaan bahasa persuasif dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” khususnya pada penggunaan bentuk-bentuk persuasif dan teknik-teknik persuasi serta keterkaitannya dalam upaya pembentukan karakter remaja.

a. Bentuk-Bentuk Bahasa Persuasif pada Iklan Layanan Masyarakat “BNN News: Film Pendek Narkoba”

Berdasarkan hasil analisis terhadap ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” telah ditemukan 6 kalimat yang termasuk dalam 4 bentuk bahasa persuasif, yakni bentuk persuasif bersifat menegaskan, nasihat, ajakan, dan saran. Adapun 1 bentuk Bahasa persuasif yang tidak digunakan yaitu larangan. Berikut disajikan tabel hasil analisis bentuk persuasif yang akan membantu melihat lebih jelas bagaimana strategi komunikasi membentuk pemahaman dan kesadaran remaja terhadap isu yang disampaikan.

| No. | Bentuk Persuasif                                                                           | Contoh Kalimat                                                                                            | Fungsi dalam Video                                                         | Implikasi terhadap Remaja                                 |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 1.  | Menegaskan: bentuk bahasa persuasif yang menjelaskan suatu fenomena secara jelas dan logis | “Sebaik apapun kita berusaha, ada hal-hal yang memang tak terduga, dan terkadang itu di luar kuasa kita.” | Menegaskan bahwa risiko penyalahgunaan narkoba terjadi secara tak terduga. | Meningkatkan kewaspadaan remaja terhadap ancaman narkoba. |
| 2.  | Menegaskan: bentuk bahasa persuasif yang menjelaskan suatu fenomena secara jelas dan logis | “Kita tidak akan pernah tahu apa yang akan menimpa keluarga kita, anak kita.”                             | Menekankan urgensi perlindungan keluarga.                                  | Remaja memahami bahwa semua orang berisiko                |

|    |                                                                                               |                                                                                                   |                                                                    |                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 3. | Nasihat: ditandai dengan upaya memberikan sebuah pembelajaran, pengingat, atau anjuran moral. | “Zaman memang sudah berubah dan untuk menjadi orang tua yang baik selalu penuh dengan tantangan.” | Memberikan nasihat moral kepada orang tua tentang pengasuhan.      | Remaja menyadari perubahan sosial dan seriusnya bahaya narkoba. |
| 4. | Nasihat: ditandai dengan upaya memberikan sebuah pembelajaran, pengingat, atau anjuran moral. | “Dukungan, kasih sayang dan perhatian kitalah yang akan melindungi mereka dari narkoba.”          | Menasihatkan keluarga agar senantiasa peduli antar satu sama lain. | Remaja terdorong membangun kedekatan dengan keluarga.           |
| 5. | Ajakan: bertujuan menggerakkan penonton melakukan tindakan sesuai perintah.                   | “Pastikan kita selalu di sisi mereka.”                                                            | Menggerakkan tindakan pencegahan.                                  | Remaja lebih terbimbing dan merasa diperhatikan.                |
| 6. | Saran: pendapat atau anjuran halus yang memberikan solusi atas masalah yang dihadapi          | “Kita mesti berkomunikasi senantiasa terbuka dan saling berbagi saat suka maupun duka.”           | Memberi solusi pencegahan melalui komunikasi.                      | Remaja belajar pentingnya sikap terbuka dan komunikasi.         |

Tabel 1. Bentuk Persuasif dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba”

- **Bentuk Bahasa Persuasif Bersifat Larangan**

Bentuk persuasif larangan adalah kalimat melarang tindakan yang harus dihindari, bentuk ini tidak muncul secara eksplisit dalam ILM ini karena tidak terdapat tuturan dengan kata seperti “jangan” atau “hindari”. Tetapi secara implisit telah melarang perilaku seperti sikap acuh dan kurangnya pengawasan orang tua. Namun, karena tidak ada kalimat langsung yang memuat larangan, bentuk persuasif ini tidak dapat disertakan sebagai contoh kutipan dari video.

- **b. Teknik-Teknik Persuasi Pada Iklan Layanan Masyarakat “BNN News: Film Pendek Narkoba”**

Berdasarkan hasil analisis terhadap ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” telah ditemukan 6 kalimat dan 1 adegan yang termasuk dalam teknik-teknik persuasi. Dari tujuh jenis teknik persuasi yang telah dikemukakan oleh Keraf (2007), hanya ditemukan empat jenis teknik yang digunakan, yaitu teknik rasionalisasi, identifikasi, sugesti, dan konformitas. Sedangkan teknik kompensasi, proyeksi, dan penggantian tidak ditemukan dalam ILM tersebut. Untuk memperjelas bagaimana teknik-teknik yang digunakan dalam ILM, berikut disajikan tabel hasil analisis teknik.

| No. | Teknik Persuasi                                                                  | Contoh Kalimat/Adekan                                                                             | Fungsi dalam Video                                                                           | Implikasi terhadap Remaja                                         |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Rasionalisasi: penggunaan penjelasan logis, argumentatif dan faktual.            | “Kita tidak akan pernah tahu apa yang akan menimpa keluarga kita, anak kita.”                     | Menyampaikan logika risiko dan pentingnya kewaspadaan.                                       | Remaja sadar bahwa risiko narkoba dapat terjadi kepada siapa pun. |
| 2.  | Rasionalisasi: penggunaan penjelasan logis, argumentatif dan faktual.            | “Zaman memang sudah berubah dan untuk menjadi orang tua yang baik selalu penuh dengan tantangan.” | Menjelaskan alasan logis tantangan sosial yang semakin bertambah seiring perkembangan zaman. | Remaja memahami konteks bahaya narkoba.                           |
| 3.  | Identifikasi: menyamakan posisi, pengalaman, atau identitas dengan para penonton | “Mungkin seperti anda juga.”                                                                      | Menyamakan pengalaman dengan penonton.                                                       | Remaja merasa dekat dan mudah menerima pesan.                     |
| 4.  | Sugesti: mengandalkan pengaruh emosional atau perasaan penonton                  | “Anda adalah secercah cahaya. Anda adalah harapan.”                                               | Memberi sugesti positif melalui afirmasi emosional.                                          | Meningkatkan rasa percaya diri dan harapan remaja.                |
| 5.  | Sugesti: mengandalkan pengaruh emosional atau perasaan penonton                  | Adekan tragedi Angga jatuh ke narkoba                                                             | Membangkitkan empati dan ketakutan sebagai peringatan.                                       | Remaja terdorong untuk menghindari narkoba.                       |
| 6.  | Sugesti: mengandalkan pengaruh emosional atau perasaan penonton                  | “Pastikan kita selalu di sisi mereka.”                                                            | Ajakan untuk mencegah penyalahgunaan narkoba dengan menggunakan tekanan emosional.           | Remaja sadar akan pentingnya hubungan baik dalam keluarga.        |

|    |                                                                                                                   |                                                                                         |                                                                     |                                          |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 7. | Konformitas: membangun keyakinan bahwa mengikuti pesan berarti mengikuti standar sosial yang “semestinya” diikuti | “Kita mesti berkomunikasi senantiasa terbuka dan saling berbagi saat suka maupun duka.” | Membentuk standar sosial bersama tentang perilaku benar atau ideal. | Remaja mengikuti standar sosial positif. |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|

Tabel 2. Teknik Persuasi dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba”

- **Teknik Proyeksi**

Teknik proyeksi adalah Teknik yang mengubah sesuatu yang awalnya merupakan persoalan diri pembicara (subjek), kemudian dipindahkan atau ditimpakan kepada pihak lain (objek), teknik ini tidak ditemukan dalam ILM. Meskipun terdapat adegan ayah mengusir Angga, tindakan tersebut merupakan luapan emosi, bukan upaya memindahkan kesalahan kepada pihak lain. Karena itu, elemen proyeksi tidak dapat diidentifikasi dalam narasi.

- **Teknik Kompensasi**

Teknik kompensasi adalah teknik yang membujuk audiens dengan menawarkan sesuatu sebagai pengganti atas kekurangan, kegagalan, atau kondisi yang tidak menyenangkan, teknik tidak muncul, karena ILM ini tidak menawarkan alternatif atau penyeimbang emosional sebagai kompensasi atas situasi yang tidak menyenangkan. Cerita hanya menampilkan realitas berat keluarga Angga tanpa unsur kompensasi.

- **Teknik Penggantian**

Teknik penggantian, mengalihkan fokus dari satu hal ke hal lain yang dianggap lebih mudah diterima atau lebih menarik. Teknik tersebut tidak digunakan karena alur ILM konsisten fokus pada bahaya narkoba tanpa mengalihkan isu ke topik lain. Tidak ada pergeseran masalah untuk meredakan tekanan atau mengubah fokus penonton.

### c. Kaitan Penggunaan Bahasa Persuasif dengan Karakter Remaja dan Contoh Kasusnya

Analisis bahasa persuasif dalam ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” menunjukkan bahwa pemilihan bahasa persuasif, gaya penyampaian, dan penggambaran visual bekerja sebagai satu kesatuan yang membentuk pemahaman remaja mengenai risiko penyalahgunaan narkoba. Melalui penggunaan bahasa persuasif inilah remaja diajak untuk memahami konsekuensi sosial dan hukum dari perbuatan tersebut. Indonesia sudah dalam situasi darurat narkoba karena terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna di kalangan remaja, yang disebabkan oleh sifat remaja yang ingin tahu dan senang mencoba hal baru. (Lukman, Alifah, Divarianti, dan Humaedi 2021).

Salah satu contoh kasus nyata adalah remaja berinisial R, yang tertangkap menggunakan narkoba jenis sabu-sabu di Lhoksukon, Aceh, dan diadili di Pengadilan Negeri setempat (Mudassa, 2022). Kasus tersebut menunjukkan bahwa tindakan yang digambarkan dalam ILM bukanlah drama semata, melainkan refleksi langsung dari situasi remaja Indonesia yang memang menghadapi bahaya narkoba dan konsekuensi hukum yang berat.

Relevansi tersebut semakin kuat ketika dikaitkan dengan UU No. 35 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa penyalahgunaan, kepemilikan, dan peredaran narkoba tanpa izin merupakan tindak pidana yang dapat dikenai hukuman penjara, rehabilitasi, hingga sanksi tambahan. Dengan demikian, visual tragedi Angga tidak hanya berfungsi sebagai stimulus emosional, tetapi juga sebagai jembatan untuk memahami konsekuensi hukum yang dialami remaja seperti R.

Dalam konteks tersebut, ILM seperti “BNN News: Film Pendek Narkoba” bekerja sebagai strategi preventif, yaitu membantu remaja mengenali risiko hukum dan sosial sebelum mereka terlibat lebih jauh. Hal ini disebabkan remaja rentan terhadap penyalahgunaan, dan mudah

rapuh apabila digerogoti zat-zat adiktif penghancur saraf yang dapat menghancurkan masa depan bangsa (Sekretariat Daerah Kabupaten Buleleng, 2023).

Setelah memahami relevansi sosial dan hukum, efektivitas ILM ini dapat dijelaskan melalui teori persuasi. Seperti melalui logos, penonton diarahkan untuk memahami fakta risiko narkoba kemudian pathos, menggambarkan adegan kehancuran keluarga yang berhasil membangkitkan empati dan ketakutan, yang terakhir adalah melalui ethos, narator tampil sebagai figur ibu yang dipercaya sehingga meningkatkan kredibilitas pesan. Kerja sama dari tiga unsur ini membuat pesan ILM mudah diterima oleh remaja yang masih berada dalam tahap perkembangan emosional dan pencarian identitas. Teori Health Belief Model (HBM) semakin menegaskan bahwa ILM berhasil membangkitkan persepsi kerentanan, keseriusan ancaman, dan dorongan untuk bertindak melalui ajakan memperkuat komunikasi keluarga, yang merupakan sebuah poin kunci mengingat remaja sering kali mengambil keputusan impulsif di bawah tekanan teman sebaya.

Dari perspektif pendidikan karakter, nilai-nilai yang dibangun ILM dapat disusun secara sistematis sesuai Profil Pelajar Pancasila. Pesan logis dan visual tragedi Angga mendorong remaja untuk bernalar kritis terhadap dampak narkoba, ajakan untuk mengambil keputusan yang tepat menunjukkan nilai kemandirian, pesan menjauhi perilaku merusak diri mencerminkan akhlak mulia, dan pentingnya komunikasi keluarga menekankan nilai gotong royong.

Seluruh rangkaian analisis tersebut memperlihatkan novelty penelitian ini, yaitu fokus pada hubungan antara bahasa persuasif dalam ILM, konteks hukum, teori persuasi klasik, serta pembentukan karakter remaja dalam satu kajian komprehensif. Sebagian besar penelitian terdahulu telah mengkaji ILM pada tema yang beragam, namun penelitian ini memperluas cakupan tersebut dengan menyoroti ILM bertema kenakalan remaja dan penyalahgunaan narkoba.

Melalui pendekatan ini, penelitian memberikan kontribusi penting bagi tiga bidang. Pertama, terhadap studi bahasa persuasif, penelitian ini menunjukkan bagaimana kombinasi bentuk dan teknik persuasi dapat meningkatkan efektivitas pesan. Kedua, terhadap komunikasi publik, penelitian ini memperlihatkan bagaimana ILM dapat dirancang dengan pendekatan interdisipliner untuk menghasilkan pesan yang lebih berdampak. Ketiga, terhadap strategi pencegahan narkoba pada remaja, penelitian ini menegaskan bahwa pesan persuasif yang terhubung dengan konteks hukum dan sosial nyata dapat menjadi salah satu mekanisme preventif yang relevan untuk menghadapi kondisi penyalahgunaan narkoba pada kalangan remaja di Indonesia.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa ILM “BNN News: Film Pendek Narkoba” memanfaatkan berbagai bentuk dan teknik bahasa persuasif yang efektif membangun kesadaran remaja tentang risiko narkoba dan nilai karakter positif. Analisis menunjukkan bahwa pesan dalam ILM membantu remaja memahami dampak perilaku berisiko dan mendorong tindakan pencegahan. Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa bahasa persuasif berperan penting dalam penyampaian pesan edukatif bagi remaja. Penelitian ini menyarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek kajian dan memanfaatkan hasil ini sebagai referensi belajar serta agar praktisi komunikasi mengembangkan ILM yang lebih menarik, dan masyarakat turut mendukung upaya pencegahan narkoba.

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrasi Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Buleleng. (2023, May 9). *Bahaya narkoba bagi remaja dan pelajar*. Pemerintah Kabupaten Buleleng, Bagian Umum.
- Akbar Jenhof, I., Kyo Kae Saniro, R., Mawaddah, F., Fariza, F., Agustia, F., Arlena Putri, N., & Hidayah, N. (2025). *Pengaruh media sosial dalam menormalisasi penyimpangan*

*seksual pada remaja menurut perspektif agama Islam. Jurnal Kajian Agama dan Dakwah*, 10(2).

Keraf, G. (2017). *Argumentasi dan narasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Profil Pelajar Pancasila*. Kemendikbud.

Lukman, G. A., Alifah, A. P., Divarianti, A., & Humaedi, S. (2021). Kasus narkoba di Indonesia dan upaya pencegahannya di kalangan remaja. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 405-417.

Maulana, Z., Kyo Kae Saniro, R., Zefanya Pasaribu, D., Afifah, D., Aurellia, K., Anggun Salsabila, K., & Hazim Al-MuafiiK, M. (2024). *Analisis etika dan kesantunan berbahasa remaja terhadap orang tua dalam perspektif Pancasila. Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*, 4(5).

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif: Metode-metode baru*. UI Press.

Mudassa, M. al R. (2022). Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh*, 5(3).

Rahmawati, F., Soleh, D. R., & Winarsih, E. (2023). Penggunaan bahasa persuasif pada Iklan Layanan Masyarakat di televisi tahun 2022. *Sambhasana*, 146-158.

Rosenstock, I. M., Strecher, V. J., & Becker, M. H. (1988). Social learning theory and the Health Belief Model. *Health Education Quarterly*, 15(2), 175-183.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika. (2009). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 143.

Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. Kennedy, Trans.). Oxford University Press.