

Strategi Konten Kreatif Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Penanggulangan Terorisme (Studi Kasus: Akun Instagram @BNPTRI)

Widi Budjia¹, Intan Leliana²

¹²Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Komunikasi dan Bahasa
Jakarta Pusat, Indonesia

email : widibudjia.budjia@gmail.com

Abstrak - Penanggulangan terorisme tidak lagi hanya dilakukan melalui pendekatan konvensional, tetapi telah berkembang ke dalam ranah digital, termasuk media sosial. Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) sebagai Lembaga negara memiliki akun Instagram resmi bernama @bnptri yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan deradikalisasi dan membangun kesadaran publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi konten kreatif yang digunakan oleh BNPT melalui akun Instagram @bnptri dalam komunikasi publik untuk menanggulangi terorisme. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan Teknik analisis isi dan observasi dokumentasi terhadap konten-konten Instagram @bnptri selama periode tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BNPT menggunakan strategi visual, naratif, dan simbolik dalam menyampaikan pesan-pesan kebangsaan, toleransi, serta kontra-radikalisme. Konten yang disajikan bersifat edukatif dan komunikatif, yang dikemas secara menarik dan relevan dengan karakteristik generasi muda sebagai target utama. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi alat komunikasi publik yang efektif dalam mendukung program deradikalisasi jika dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat dan konsisten.

Kata Kunci : BNPT, media sosial, Instagram, deradikalisasi, komunikasi publik

Abstracts - Countering terrorism is no longer limited to conventional approaches but has extended into the digital realm, including social media. The National Counter Terrorism Agency (NCTA) of Indonesia operates an official Instagram account @bnptri, used to disseminate deradicalization messages and build public awareness. This research aims to explore the creative content strategies implemented by BNPT through the @bnptri Instagram account as a public communication tool to counter terrorism. The study uses a qualitative method with analysis and documentation observation techniques focused on selected posts from the account during a specific period. The result indicate that BNPT applies visual, narrative, and symbolic strategies in delivering messages of nationalism, tolerance, and counter-radicalism. The content is educational and communicative, designed in an engaging and relevant way that resonates with the youth as the primary audience. These findings demonstrate that social media can serve as an effective public communication platform to support deradicalization programs when managed with consistent and strategic messaging.

Keywords: BNPT, social media, Instagram, deradicalization, public communication

PENDAHULUAN

Terorisme merupakan salah satu ancaman serius bagi keamanan nasional dan perdamaian global. Indonesia, sebagai negara dengan keberagaman agama, suku, dan budaya, menjadi salah satu target penyebaran ideologi radikal. Laporan *Global Terrorism Index (2024)* menempatkan Indonesia pada peringkat ke-31 negara dengan Tingkat ancaman terorisme. Tantangan terbesar Adalah bagaimana kelompok radikal berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana propaganda, penyebaran narasi kebencian, dan rekrutmen anggota baru.

Dalam era digital pada masa sekarang, media sosial merupakan bagian dari saluran utama dalam menyebarluaskan informasi, termasuk informasi yang mengandung muatan radikalisme. Oleh karena itu, BNPT sebagai lembaga yang memiliki mandat dalam penanggulangan terorisme, mengembangkan strategi kontra-radikalisasi melalui platform media sosial Instagram @BNPTRI. Strategi tersebut meliputi kampanye digital, penyebaran konten kontra-narasi, serta kolaborasi dengan Kementerian/Lembaga lainnya untuk menyuarakan pesan-pesan damai dan moderat.



Sementara itu, masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, merupakan pengguna aktif media sosial. Data We Are Social (2025) menunjukkan bahwa lebih dari 170 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial setiap hari, dengan Instagram sebagai salah satu platform paling populer. Kondisi ini memberikan peluang sekaligus tantangan. Jika media sosial dapat dimanfaatkan oleh kelompok radikal, maka negara juga harus di ruang digital dengan strategi komunikasi yang efektif.

Indonesia sebagai negara yang pernah menjadi sasaran berbagai aksi terorisme memiliki tanggung jawab besar dalam mencegah penyebaran paham radikal, tidak hanya melalui pendekatan hukum, tetapi juga melalui strategi komunikasi publik yang inovatif dan efektif. Upaya yang dilaksanakan oleh pemerintah salah satunya melalui akun Instagram resmi @bnptri yang dikelola oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme, akun ini menjadi saluran komunikasi publik dalam menyampaikan pesan-pesan damai, moderasi beragama, serta edukasi terkait bahaya terorisme. Namun, efektivitas komunikasi publik melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun resmi, melainkan juga oleh bagaimana konten didalamnya dirancang secara kreatif, relevan, dan menarik bagi audiens digital, khususnya generasi muda. Sementara itu, konten visual yang kuat, *storytelling* yang menyentuh, serta pendekatan budaya populer menjadi kunci dalam menarik perhatian pengguna media sosial (Scolere & Humphreys, 2021). Dalam konteks inilah, Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) mengelola akun Instagram (@bnptri) sebagai media komunikasi publik untuk menyebarkan pesan damai, deradikalisasi, serta memperkuat narasi kebangsaan dan toleransi. Namun, efektivitas strategi komunikasi melalui media sosial pemerintah masih jarang diteliti secara mendalam.

Penelitian terdahulu menyoroti pentingnya media sosial dalam kontra-radikalisasi (Ratna Puspita, 2020; Ali Ridhod kk, 2022). Strategi komunikasi (Effendy, 2025) menekankan pentingnya perencanaan pesan, media, dan audiens. Sementara itu, strategi kreatif menurut Gilson & Berkman (dalam Ramaputra & Afif, 2021) menitikberatkan pada pengembangan ide-ide baru yang mampu menarik perhatian publik.

Melalui pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan dalam menganalisis strategi komunikasi konten kreatif yang dipakai oleh akun Instagram @BNPTRI sebagai sarana komunikasi dalam penanggulangan terorisme. Terorisme sebagai kejahatan luar biasa kini berkembang melalui media digital, dimana kelompok radikal memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan propaganda dengan cara yang kreatif dan persuasif. Untuk menghadapinya, pemerintah melalui Badan Nasional Penanggulangan Terorisme memanfaatkan platform Instagram @BNPTRI sebagai sarana komunikasi publik yang menyebarkan pesan damai dan kontra radikalisme. Namun, efektivitas komunikasi tersebut sangat bergantung pada strategi konten yang digunakan, apakah mampu menarik perhatian, relevan dengan audiens, dan dikemas secara kreatif agar dapat membangun kesadaran serta daya tangkal masyarakat terhadap paham radikal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian Adalah menggambarkan, memahami, dan menganalisis strategi konten kreatif yang digunakan oleh akun Instagram @bnptri sebagai sarana komunikasi public dalam penanggulangan terorisme. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan makna dari data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Creswell, 2018; Sugiono, 2018).

Penelitian dilakukan di Kantor Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT), Citeureup, Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa admin humas BNPT selaku pengelola akun Instagram @bnptri dapat memberikan data primer terkait strategi komunikasi yang diterapkan. Waktu penelitian berlangsung selama April-Juni 2025, mencakup persiapan instrument, pengumpulan data, analisis, hingga validasi hasil.

Unit analisis Adalah konten Instagram @bnptri yang dipublikasikan selama periode penelitian. Konten tersebut mencakup unggahan feedm reels, caption, dan highlights yang relevan dengan isu deradikalisasi, kontra radikalisme, toleransi, dan kebangsaan.

Sumber data terdiri dari:

- a. Data Primer: hasil wawancara mendalam dengan admin humas BNPT
- b. Data Sekunder: dokumen internal BNPT (laporan kinerja media sosial, rencana konten), literatur, dan publikasi terkait.

Prosedur Penelitian dilaksanakan secara bertahap sesuai kronologi.

Table 1. Prosedur Penelitian

No	Bulan	Keterangan
1	April 2025	Persiapan - Pengajuan judul dan proposal - Penyusunan instrument penelitian (panduan wawancara, kerangka coding analisis konten) - Studi literatur terkait strategi komunikasi, startegi kreatif, dan teori komunikasi persuasif.
2	Mei 2025	Pengumpulan Data - Observasi dan dokumentasi akun Instagram @bnptri, termasuk pencatatan metadata unggahan (tanggal, format, jumlah like/comment/share, caption, hashtag) - Wawancara semi terstruktur dengan admin humas BNPT
3	Juni 2025	Pengolahan dan Analisis Data - Transkrip wawancara secara verbatim - Reduksi data (memilah unggahan yang relecvan sesuai kriteria penelitian) - Koding awal pada teks caption & visual konten - Pengelompokan kode menjadi kategori/tema - Penyusunan tema sentral
4	Akhir Juni 2025	Validasi Hasil - Triangulasi sumber (unggah IG, wawancara, dokumen) - Member checking (konfirmasi interpretasi hasil kepada narasumber) - Penyusunana laporan akhir & Kesimpulan.

Peneliti memperoleh persetujuan resmi dari BNPT untuk melakukan wawancara dan akses dokumen. *Informed conect* diberikan kepada narasumber sebelum wawancara. Identitas informan disamarkan kecuali yang bersifat public. Data sensitive secara aman dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

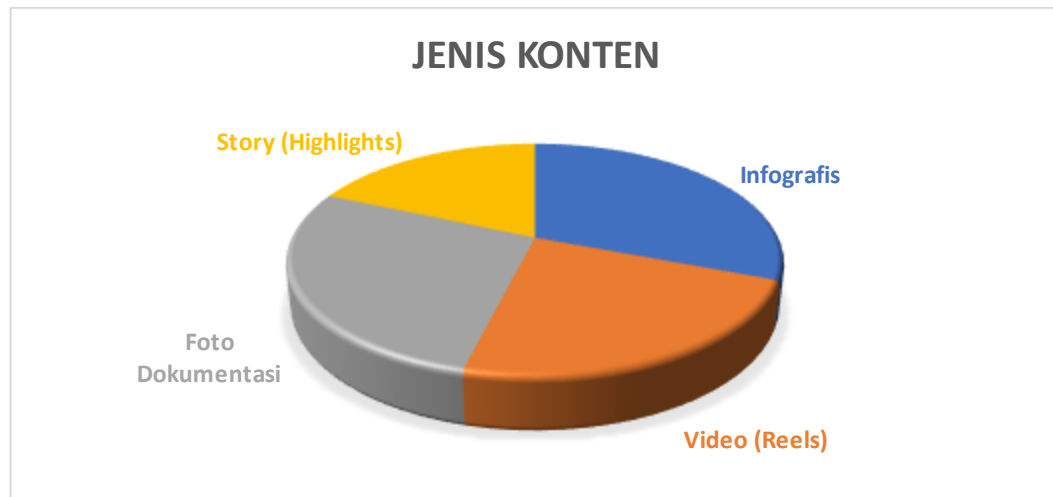
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran umum akun Instagram @bnptri

Akun resmi Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) di Instagram (@bnptri) berfungsi sebagai media komunikasi publik yang memuat informasi, edukasi, dan kampanye kontra radikalisme. Berdasarkan data periode April-Juni 2025, akun ini mengunggah 65 postingan (feed dan reels) yang relevan dengan penelitian. Jenis konten terbagi sebagai berikut:

Tabel 2. Jenis Konten

Jenis Konten	Jumlah	Persentase (%)
Infografis	20	30,8%
Video (reels)	15	23,1%
Foto Dokumentasi	18	27,7%
Story (Highlights)	12	18,4%
Total	65	100%



Gambar 1. Jenis Konten

Keterlibatan audiens (*engagement*) rata-rata per unggahan Adalah 1.200 like dan 85 komentar, menunjukkan Tingkat interaksi yang relatif tinggi untuk akun Lembaga pemerintah.

2. Strategi Visual

Hasil analisis isi menunjukkan BNPT menggunakan pendekatan visual dengan ciri utama:

- Warna dan symbol nasional: mayoraitas desain grafis menggunakan kombinasi merah-putih, lambing Garuda, dan symbol Pancasila.
- Format konten modern: reels berdurasi 30-60 detik dengan animasi dan music latar populer.
- Tipografis jelas dan sederhana: huruf *sans-serif* tebal untuk menekankan pesan inti.

Implikasi: Strategis visual ini memperkuat identitas nasionalisme dan meningkatkan keterbacaan pesan. Inovasi terlihat pada penggunaan infografis interaktif yang memecah informasi kompleks menjadi poin sederhana.

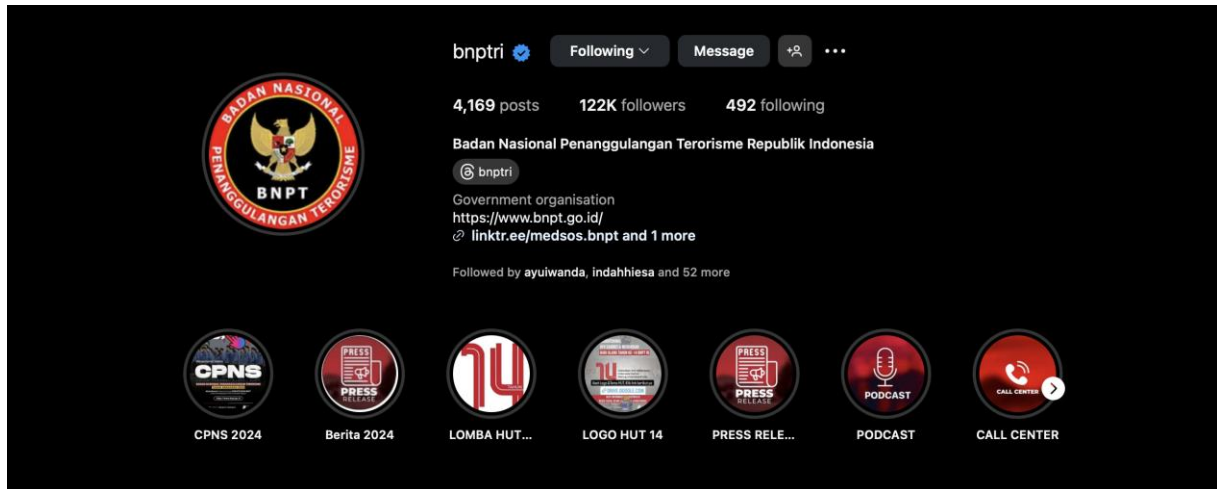
3. Strategi Naratif

Analisis *caption* dan narasi konten menunjukkan tiga pola utama:

- Edukasi langsung: menyampaikan informasi tentang bahaya radikalisme, Undang-undangan Terorisme, dan Langkah pencegahan.
- Storytelling*: kisah nyata mantan narapidana terorisme, kisah korban, dan testimoni keluarga.
- Ajakan partisipatif: penggunaan tagar seperti #IndonesiaDamai, #CintaNKRI, dan *call-to-action* "Laporkan jika menemukan indikasi radikalisme."

Implikasi: Strategi naratif BNPT menekankan persuasive humanis, tidak hanya bersifat instruktif. Nilai bari terletak pada kombinasi edukasi + *storytelling* + *call-to-action* yang jarang ditemukan pada akun Lembaga pemerintah lain.

4. Strategi Simbolik



Gambar 2. Profil Instagram BNPT

BNPT memanfaatkan momen nasional untuk memperkuat pesan, misalnya:

- Hari Pancasila (1 Juni). Konten menekankan ideologi Pancasila sebagai benteng radikalisme.
- Hari Kemerdekaan (17 Agustus). Unggahan bertema persatuan bangsa.
- Hari Raya Keagamaan. Pesan toleransi antar umat beragama.

Implikasi: Pendekatan ini menempatkan kontra radikalisme dalam bingkai nilai kebangsaan, sehingga pesan lebih mudah diterima publik.

5. Keterlibatan Audiens

Dari 65 unggahan, 10 postingan dengan *engagement* tertinggi rata-rata berupa video *reels storytelling*. Berikut cuplikan data *engagement*:

Tabel 3. Keterlibatan Audiens

Jenis Konten	Rata-rata Like	Rata-rata Komentar	<i>Engagement Rate</i> *
Infografis	980	70	4,1%
Video (Reels)	1.750	125	7,6%
Foto Dokumentasi	950	65	3,8%
Story (Highlights)**	n/a	n/a	n/a

**Engagement Rate* dihitung dari jumlah interaksi disbanding jumlah pengikut (sekitar 500ribu)

***Stories* tidak dihitung karena sifatnya sementara

Temuan penting: konten berbasis *video storytelling* menghasilkan *engagement* tertinggi. Artinya audiens lebih responsif terhadap narasi visual humanis daripada infografis statis.

6. Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa kombinasi startegi visual, naratif, dan simbolik terbukti meningkatkan daya Tarik konten serta memperkuat pesan deradikalisasi.

Nilai baru dari penelitian ini adalah:

- Menunjukkan bahwa Lembaga Pemerintah (BNPT) berhasil mengadopsi gaya komunikasi kreatif khas media sosial, berbeda dari pendekatan birokratis konvensional.
- Menemukan bahwa *video storytelling* lebih efektif disbanding infografis statis dalam mengkomunikasikan pesan kontra radikalisme.

- c. Menyediakan kerangka strategi konten kreatif (visual – naratif – simbolik) yang bisa direplikasi oleh lembaga lain.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten kreatif yang digunakan akun Instagram resmi @bnptri sebagai sarana komunikasi publik dalam penanggulangan terorisme. Harapan yang dinyatakan dalam pendahuluan, yakni perlunya strategi komunikasi digital yang efektif dan sesuai dengan karakteristik audiens muda, terbukti sejalan dengan hasil penelitian. Analisis isi konten menunjukkan bahwa BNPT tidak sekedar menyebarkan informasi formal, tetapi telah mengadopsi strategi komunikasi kreatif dengan menggabungkan kekuatan visual, naratif, dan simbolik.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi visual penggunaan infografis, warna nasional, dan tipografis sederhana berhasil meningkatkan keterbacaan pesan. Strategi naratif berbasis edukasi, *storytelling*, dan ajakan partisipatif membuat pesan kontra radikalisme terasa lebih dekat dengan audiens, sementara strategi simbolik yang mengaitkan pesan dengan memontum kebangsaan dan keagamaan berhasil menempatkan isu radikalisme dalam kerangka nilai persatuan. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan adanya kompatibilitas antara masalah yang diangkat dalam pendahuluan dengan temuan yang diperoleh dalam hasil dan pembahasan.

Selain mengonfirmasi efektivitas strategi komunikasi BNPT, penelitian ini juga menawarkan nilai kebaruan berupa kerangka strategi tiga dimensi (visual – naratif – simbolik) yang dapat menjadi model komunikasi digital bagi Lembaga Pemerintah lainnya. Temuan penting lainnya adalah efektivitas konten berbasis video *storytelling* yang lebih persuasif dibandingkan dengan infografis statis. Hal ini memperlihatkan bahwa inovasi format konten menjadi kunci dalam menjangkau generasi muda yang terbiasa dengan pola konsumsi media visual dan interaktif.

Hasil penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memperluas objek kajian, misalnya dengan menganalisis strategi komunikasi digital BNPT di platform lain seperti TikTok atau YouTube, yang saat ini memiliki basis pengguna lebih luas pada generasi muda. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur Tingkat efektivitas konten secara lebih objektif, misalnya melalui survei persepsi audiens atau analisis statistik *engagement*.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan interaktivitas akun @bnptri, baik melalui fitur *live session*, *polling*, maupun kolaborasi dengan *influencer*. Hal ini sejalan dengan rekomendasi literatur yang menekankan pentingnya partisipasi audiens dalam kampanye digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis berupa pengembangan teori komunikasi persuasif dalam konteks media sosial pemerintah, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi BNPT dan Lembaga Pemerintah lain dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih efektif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan teknologi digital.

REFERENSI

- Akhdan, M., Styawan, T., & Wibowo, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Penanggulangan Kasus Terorisme dalam Lingkungan Mahasiswa. *Jumara*, 1(1), 37–44.
- Ardianto, E. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (2019). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Armico.
- Effendy. (2025). *Media Massa: Teori dan Praktik Jurnalisme*. PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Mubarak, & Wulandari, D. (2018). Konstruksi Media dalam Pemberitaan Kontra Terorisme di Indonesia (Studi Kasus Froyonion). *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 48(1).
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada @ Celyne. Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 82–91.
- Onong Ucjana, E. (2007). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.

- Pahlevi, F., & Hamzah, F. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Puspita, R. (2020). Kontra-Radikalisasi Pada Media Sosial Dalam Perspektif Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(2), 509–529.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 67–81.
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis strategi konten dalam meraih engagement pada media sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.
- Ridho, A., Aksan, N. I. S., & Sujud, M. (2022). Simbiosis mutualisme media massa dan terorisme: Sebuah analisis kebijakan pemerintah RI melawan terorisme. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 109–128.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram@ Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo.
- Zamzamy, A., & Marijan, K. (2023). Atensi Gubernur terhadap Mantan Narapidana Terorisme dalam Pemberitaan Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–274.