

ABSTRAK

Mohamad Rinaldi Nugroho: Kampanye *Public Relations* P4GN Untuk Menekan Angka Penggunaan Narkoba Di Kota Bandung (Studi Kasus Badan Narkotika Nasional Kota Bandung)

Kampanye *public relations* merupakan kegiatan yang biasa dilakukan untuk memberi informasi, mengedukasi dan mensosialisasikan kebijakan program organisasi. Kegiatan kampanye *public relations* dilakukan karena kegiatan ini bentuk dari tindakan komunikasi yang sudah direncanakan dan untuk memengaruhi khalayak di suatu organisasi demi tercapainya tujuan dari sebuah program dan berusaha memengaruhi khalayak sebagai target sasaran utamanya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Humas Badan Narkotika Nasional Kota Bandung dalam melakukan kampanye sesuai dengan model kampanye ostegaard yaitu melakukan tahapan pra kampanye, tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, tahapan pasca kampanye untuk menekan angka penggunaan narkoba di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Penggunaan metode dalam penyajian data penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara terperinci mengenai Kampanye *Public Relations* yang dilakukan BNN Kota Bandung pada program P4GN untuk menekan angka penggunaan narkoba di Kota Bandung. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui wawancara mandalam, observasi partisipasi pasif dan analisis dokumen.

Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa strategi kampanye *public relations* yang digunakan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Bandung dalam upaya menekan angka penggunaan narkoba di Kota Bandung adalah dengan cara, 1) Pra kampanye 2) Perencanaan kampanye 3) Pelaksanaan kampanye 4) Pasca Kampanye.

Kata Kunci: Kampanye *Public Relations*; Narkoba; Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

ABSTRACT

Mohamad Rinaldi Nugroho: *Public Relations Campaign P4GN To Reduce Drugs Rates in the City Of Bandung (Case Study of the Bandung City National Narcotics Agency)*

Public relations campaigns are activities that are usually carried out to provide information, educate and disseminate organizational program policies. Public relations campaign activities are carried out because this activity is a form of communication action that has been planned and aims to influence audiences in an organization to achieve the goals of a program and seeks to influence audiences as its main target.

The purpose of this study was to find out the Public Relations of the Bandung City National Narcotics Agency in carrying out a campaign according to the Ostegaard campaign model, namely carrying out the pre-campaign stages, planning stages, implementation stages, post-campaign stages to reduce the number of drug use in the city of Bandung.

The method used in this research is the case study method. The use of this method in presenting research data aims to describe in detail the Public Relations Campaign conducted by BNN Bandung City in the P4GN program to reduce drug use rates in Bandung City. The data obtained in this study through in-depth interviews, passive participatory observation and document analysis.

The results of this study illustrate that the public relations campaign strategy used by the National Narcotics Agency for the City of Bandung in an effort to reduce the number of drug use in the City of Bandung is by, 1) Pre-campaign 2) Campaign planning 3) Campaign implementation 4) Post-campaign.

Keyword: *Public Relations Campaign; Drugs; Bandung City National Narcotics Agency.*