

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Badan Narkotika Nasional merupakan sebuah lembaga pemerintah non Kementerian yang dalam tugasnya untuk melakukan pencegahan, pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkotika, psikotropika, prekursor dan bahan adiktif lainnya kecuali bahan adiktif untuk tembakau dan alkohol. Dasar hukum Badan Narkotika Nasional adalah Undang-Undang Nomor 35 tahun 2009 tentang Narkotika.

Adanya peningkatan narkoba yang terus meningkat dan makin merajalela, maka Ketetapan MPR-RI Nomor VI/MPR/2002 melalui Sidang Umum Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR-RI) Tahun 2002 telah merekomendasikan kepada DPR-RI dan Presiden RI untuk melakukan perubahan atas Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Narkotika. Lalu kemudian Pemerintah dan DPR-RI mengesahkan dan mengundang Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika, sebagai perubahan atas UU Nomor 35 Tahun 1997. Berdasarkan UU ini lah Badan Narkotika Nasional diberikan kewenangan untuk melakukan penyelidikan dan penyidikan tindak pidana narkotika dan prekursor narkotika.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat pun diberikan amanah untuk memerangi penyalahgunaan narkotika di wilayah Jawa Barat. Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan tugasnya dengan memanfaatkan keberadaan teknologi komunikasi sebagai alat untuk mengkampanyekan bahaya dari penggunaan narkotika. Salah satu bentuk upaya dalam mengatasi penyalahgunaan narkotika, Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat disini melakukan

kampanye. Kampanye *public relations*, merupakan salah satu alat yang digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk guna membangun citra perusahaan yang positif ke masyarakat. Selain itu kampanye *public relations* juga digunakan sebagai wadah jalur komunikasi baik untuk memberikan informasi, edukasi maupun sosialisasi dari sebuah produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, lembaga atau organisasi. Kampanye *public relations* ini dilakukan dengan tersusun yang sebelumnya sudah direncanakan oleh perusahaan, lembaga atau organisasi untuk mendapatkan tujuan yang sudah disepakati sebelumnya.

Kegiatan kampanye *public relations* memiliki fungsi utama yakni membantu organisasi agar selalu punya hubungan yang harmonis dengan berbagai publiknya melalui kegiatan komunikasi. Menurut Ruslan (2006:60), kampanye *public relations* ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan serta menimbulkan perhatian dan persepsi yang positif guna terbentuknya citra yang baik dari publik terhadap suatu lembaga. Sesuai dengan yang dijelaskan hal ini dilakukan agar terciptakan opini yang baik dan kepercayaan dari masyarakat.

Fenomena dalam penggunaan narkoba saat ini menjadi salah satu permasalahan di era modern yang serba canggih seperti ini. Narkoba yang merupakan singkatan dari narkotika, psikotropika dan obat terlarang ini merupakan obat atau tanaman sintetis maupun semi sintetis yang mengandung zat-zat adiktif negatif yang sangat berbahaya bagi tubuh. Narkoba dapat menimbulkan dampak yang merugikan salah satunya yaitu penurunan atau

perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri dan dapat menimbulkan ketergantungan.

Efek buruk narkoba juga bisa merusak sistem saraf, jantung, hingga gangguan reproduksi. Penggunaannya jika melebihi dosis, nyawaanya bisa terancam. Penyalahgunaan narkoba bisa terjerat hukuman penjara karena penggunaan obat-obatan secara ilegal. Sesuai dengan pasal 127 UU No. 35 Tahun 2009, yang terbagi kedalam tiga golongan yakni golongan kesatu berupa pidana selama paling lama empat tahun, golongan kedua selama dua tahun dan golongan terakhir atau golongan ketiga, akan dipidana selama satu tahun. (facebook.com/divisi.humas.polri).

Berkembangnya teknologi seiring dengan masuknya budaya asing yang berpengaruh terhadap kehidupan lokal masyarakat Indonesia, sehingga perkembangan teknologi baik dalam ilmu pengetahuan, ataupun media-media elektronik menyebabkan arus modernisasi yang mempermudah aktivitas masyarakat. Mengingat perubahan teknologi informasi dalam penyebaran informasi saat ini, sayangnya digunakan kepada hal yang menyimpang. Salah satunya penyebaran narkoba. Mudahnya mendapatkan narkoba saat ini menyebabkan lonjakan pengguna narkoba bertambah di Indonesia.

Sesuai dengan uraian diatas, menurut saya penyalahan narkoba salah satu bentuk penyimpangan yang sudah masuk ke berbagai lapisan masyarakat di Indonesia khususnya di Provinsi Jawa barat sendiri memiliki status darurat narkoba atau peringkat paling atas untuk kasus narkoba. Data yang saya dapatkan ada sekitar 950.00 jiwa atau sebanding dengan 1,28 persen dari total

penduduk Jawa Barat, 49, 94 juta jiwa. Data menyebutkan data penyalahgunaan narkoba yang melaporkan diri atau *voluntary* dan telah mendapatkan pelayanan rehabilitasi di BNN Provinsi Jawa Barat pada tahun 2017 sebanyak 111 orang, tahun 2018 sebanyak 135 orang, tahun 2019 sebanyak 221 orang tahun 2020 sebanyak 100 orang, dan pada tahun 2021 hingga bulan Agustus terhitung sebanyak 100 orang. (bnn.go.id, 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh, dalam upanyanya melakukan pencegahan, Badan Narkoba Nasional sebagai lembaga pemerintah yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pencegahan, pengendalian dan peredaran gelap narkotika. (Rachmadi, 1992:3) mengatakan kampanye itu sebagai suatu usaha yang terencana dari sebuah organisasi untuk membangun hubungan dan bertanggung jawab sosial dengan mencapai tujuan melalui riset serta strategi kampanye *public relations*. Maka dari itu sesuai dengan tugasnya BNN dalam upaya mengurangi penyebaran narkotika khususnya di Provinsi Jawa Barat membuat program kampanye dalam upaya melakukan pencegahan melalui kampanye “BNN Goes to School”.

Dilansir dari IDNTimes.Jabar terkait kampanye yang dilakukan oleh BNNP Jawa Barat mengenai pencegahan narkotika dilingkungan pelajar mendapatkan antusias yang cukup baik. BNNP Jawa Barat yang mengunjungi sekolah SMPN 2 Bandung dan SMKN 7 Bandung ini yang dihadiri sebanyak 800 siswa, guru, dan komite ini mendapatkan respon yang luar biasa dari para siswa dan siswinya. (jabar.idntimes, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai proses kampanye *public relations* yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam menekan angka penyalahgunaan narkoba dalam program “BNN *GOES TO SCHOOL*”. Melalui kampanye ini peneliti akan memberikan gambaran bagaimana pengelolaan kampanye anti narkoba di lingkungan pelajar sebagai bagian dari strategi yang dilakukan Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. Serta pesan yang ingin disampaikan mengenai bahayanya narkoba untuk generasi muda Indonesia. Peneliti menggunakan model Ostegaard dan metode kualitatif karena peneliti merasa sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah dijelaskan, maka peneliti memiliki fokus penelitian “Bagaimana strategi kampanye *public relations* yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam mengkampanyekan program kampanye BNN Goes To School”. Untuk membahas fokus penelitian tersebut lebih dalam, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana identifikasi masalah kampanye Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”?
2. Bagaimana pengelolaan kampanye Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”?

3. Bagaimana evaluasi yang akan dilakukan Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dibuat oleh Humas BNNP Jawa Barat dalam melaksanakan program “BNN *Goes to School*” . Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui identifikasi masalah yang disampaikan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan kampanye yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”
3. Untuk mengetahui evaluasi yang akan dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam menyampaikan pesan mengenai pencegahan narkoba di kalangan pelajar melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara ilmiah terhadap perkembangan ilmu Kehumasan (*Public Relations*). Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai referensi atau sumber rujukan dalam melakukan penelitian sejenis ataupun sebagai studi pembandingan bagi peneliti yang akan meneliti hal yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan bagi praktisi ataupun akademisi pada bidang kehumasan terutama dalam strategi komunikasi yang dibentuk oleh Humas BNNP Jawa Barat dalam melaksanakan program “BNN Goes to School” sehingga dapat dijadikan rujukan kegiatan selanjutnya oleh instansi terkait.

1.5 Hasil penelitian sebelumnya

1.5.1 Penelitian Sebelumnya

Peneliti menelusuri penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, berikut beberapa hasil penelitian-penelitian yang penulis temukan, diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Damiarti Arini Aprillia (2019) dengan penelitian yang diberi judul “Kampanye #ThinkBeforeYouShare oleh Organisasi Do Something Indonesia Untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial”. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana

strategi yang dilakukan oleh Do Something dalam mengkampanyekan program literasi “#ThinkBeforeYouShare dengan perubahan perilaku persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Damiarti adalah sama-sama bertemakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan , dengan menggunakan metode deskripsi kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objek penelitian, lokasi penelitian, dan tujuan penelitian. Hasil dari penelitian ini mengemukakan kampanye #ThinkBeforeYouShare melalui beberapa tahap yaitu penetapan tujuan, indentifikasi target sasaran, strategi dan taktik, timeline, sumber dana, dan evaluasi. Sedangkan hasil perubahan perilaku generasi milenial pada aspek kognisi dan konasi sudah cukup tinggi. Namun kampanye ini belum berhasil menyentuh aspek afeksi publik sepenuhnya sehingga perilaku generasi milenial terhadap penggunaan media sosial yang negatif belum bisa berubah.

2. Penelitian yang berjudul “Strategi Kampanye Alzheimer Indonesia #JanganMaklumDenganPikun dalam Membangun Kesadaran akan Isu Demensia” yang diteliti oleh Immanuel Joel (2021). Penelitian ini memiliki kesamaan yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap beberapa informan. Sama dengan penelitian terdahulu sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yang berbeda. Dari hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa terdapat tiga unsur dalam membangun kesadaran, yaitu pertama adanya konsistensi penggunaan #JMDP pada setiap kegiatan kampanye. Kedua, strategi proaktif dapat

membantu untuk menjangkau masyarakat. Ketiga, penempatan pada sesi peningkatan kesadaran dengan ALZI dinilai sudah tepat dalam meningkatkan kesadaran peserta Summer School yang dapat menjadi agen kampanye di lingkungannya masing-masing. Maka, dapat disimpulkan bahwa kampanye #JMDP menggunakan proaktif dan *reactive strategy*, penyusunan strategi kampanye sesuai dengan model Ostergaard, dan penempatan sesi peningkatan kesadaran sudah sesuai untuk membangun kesadaran akan isu demensia.

3. Penelitian yang diberi judul “Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika) Penelitian yang diteliti oleh Sintar Nababan (2020). Penelitian yang berisikan kampanye *public relations* yang dilakukan oleh Humas Kemenkominfo Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Dirjen IKP) Melalui Media massa mengenai pembelajaran atau edukasi kepada khalayak melalui kegiatan literasi media untuk memerangi berita bohong yang tersebar di masyarakat dengan menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan menggunakan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sintar Nababan adalah yang diperoleh adalah keberhasilan Kemenkominfo sebagai humas pemerintah dalam usahanya untuk melayani informasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial. Penelitian ini

mendapatkan hasil bahwa Kemenkominfo menggunakan komunikasi teknik persuasi untuk menginformasikan agar masyarakat mengetahui dan memahami fungsi dan peran Kemenkominfo untuk peningkatan literasi media serta melaksanakan penerapan UU ITE serta UU KIP kepada khalayak dengan menggunakan model Komunikasi dua arah yaitu *two-way asymmetrical model* dan *two way symmetrical model*.

4. Kemudian penelitian yang diberi judul Proses Kampanye Public Relations Dinas Perhubungan Dalam Mensosialisasikan Transportasi Umum, Studi Deskriptif Tentang Sosialisasi Program BISKITA di Kota Bogor yang dilakukan oleh Muhammad Kurniabi Abdurrachman Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana proses kampanye yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan dalam upaya untuk mengetahui bagaimana cara proses kampanye yang dilakukan Dinas Perhubungan Kota Bogor dalam melakukan kampanye yang dimulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi untuk memperkenalkan transportasi BISKITA.. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk nantinya akan dicari tahu mengenai beragam makna dari fenomena dengan interpretasi yang sangat beragam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ega Yolanda (2023) dengan judul penelitian “Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Aplikasi “Super Sukabumi” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana humas pemerintah selaku komunikator sangat dituntut untuk melakukan kampanye sosialisasi,

pengenalan, edukasi sekaligus mempengaruhi minat masyarakat Kota Sukabumi dalam menggunakan Aplikasi Super.”. Proses kampanye yang melewati 3 tahap yakni tahap identifikasi, tahap pengelolaan dan terakhir tahap evaluasi. Penelitian ini bertujuan agar masyarakat mengenal dan juga bisa menerapkan Aplikasi Super sebagai salah satu sarana yang dibuat oleh Diskominfo untuk bisa menerima lebih banyak informasi dengan praktis. Penelitian yang menggunakan model Kampanye Ostegaard dan juga menggunakan paradigma konstruktivisme, serta menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil Penelitian Sebelumnya

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
Damiarti Arini Aprillia (2019)	“Kampanye #ThinkBefore YouShare oleh Organisasi Do Something Indonesia Untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial”	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini sama- sama bertemakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas pada sebuah instansi dengan	sementara perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek penelitian, lokasi penelitian, dan	mengemukakan bahwa perencanaan kampanye #ThinkBeforeYousShare melalui beberapa tahap yaitu penetapan tujuan, identifikasi

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
			metode penelitian deskriptif kualitatif	tujuan penelitian	target sasaran, strategi dan taktik, timeline, sumber dana, pembentukan panitia, dan evaluasi.
Immanuel Joel (2019)	“Strategi Kampanye Alzheimer Indonesia #JanganMaklumDenganPikun dalam Membangun Kesadaran akan Isu Demensia”	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini sama-sama berteman strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas pada sebuah instansi dengan metode penelitian deskriptif	sementara perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek penelitian, lokasi penelitian, dan tujuan penelitian	Dari hasil penelitian yang didapat adalah menunjukkan bahwa terdapat tiga unsur dalam membangun kesadaran, yaitu pertama adanya konsistensi penggunaan #JMDP pada setiap kegiatan kampanye. Kedua, strategi

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
			kualitatif		<p>proaktif dapat membantu untuk menjangkau masyarakat.</p> <p>Ketiga, penempatan pada sesi peningkatan kesadaran dengan ALZI dinilai sudah tepat dalam meningkatkan kesadaran peserta Summer School yang dapat menjadi agen kampanye di lingkungannya masing-masing.</p>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
Sintar Nababan (2020)	“Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika) ”.	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini sama- sama bertemakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas pada sebuah instansi pemerintahan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif	sementara perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek penelitian, lokasi penelitian, dan tujuan penelitian	Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa model yang digunakan oleh Kementerian Kominfo untuk literasi media menggunakan empat model dari Grunig. Yakni model press agency (keagenan pers atau model propaganda), public information model (model informasi

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
					<p>public), twoway asymmetrical model (model asimetris dua arah), dan two way symmetrical model (model simetris dua arah). Komunikasi satu arah dengan teknik persuasi</p>
Muhammad Kurniabi (2022)	<p>“Kampanye Public Relations Dinas Perhubungan Dalam Mensosialisasikan Transportasi Umum, Studi</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini sama- sama bertemakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas</p>	<p>sementara perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek</p>	<p>Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan kegiatan kampanye yang di laksanakan oleh Dinas</p>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
	Deskriptif Tentang Sosialisasi Program BISKITA di Kota Bogor”		pada sebuah lembaga dengan metode penelitian deskriptif kualitatif	penelitian, lokasi penelitian, dan tujuan penelitian	Perhubungan Kota Bogor dapat dikatakan berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan. Hal tersebut tentunya dapat menumbuhkan rasa percaya dari publik, menumbuhkan opini positif dan membuat citra lembaga semakin baik.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Perbedaan	Hasil Penelitian
Ega Yolanda (2023)	“Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Aplikasi “Super Sukabumi”	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini sama- sama bertemakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang humas pada sebuah instansi Pemerintah dengan metode penelitian deskriptif kualitatif	sementara perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada objek penelitian, lokasi penelitian, dan tujuan penelitian	Hasil dari penelitian ini, didapatkan jika Diskominfo Kota Sukabumi ini melakukan 3 tahap kampanye dalam Aplikasi Super, yakni tahap identifikasi, tahap pengelolaan kampanye, tahap evaluasi pada kampanye Aplikasi Super.

Tabel 1. 1 Penelitian terdahulu

1.5.2 Landasan Teoritis

Sesuai dengan latar belakang yang ditulis peneliti, peneliti menggunakan model kampanye Ostegaard pada proses kampanye public relations Badan

Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam program “BNN GOES TO SCHOOL” untk mensosialisasikan bahaya narkoba dikalangan pelajar. Venus (2012:15) mengatakan model Ostegaard ini merupakan sebuah konsep kampanye, yang diciptakan oleh praktisi asal Jerman yaitu Leon Ostegaard.

Model ini menuntut praktisi humas melakukan kampanye melalui beberapa tahapan, dimulai dari tahap identifikasi masalah, lalu tahap kedua yakni pengelolaan kampanye, pada tahap ini berisikan proses perancangan, pelaksanaan, hingga tahap evaluasi. Tahap terakhir ini disebut tahap evaluasi, pada tahap ini kegiatan atau program akan dinilai apakah layak untuk dilanjutkan atau perlu diadakannya pembaharuan agar program kampanye *public relations* sesuai dengan fungsi dan tujuannya.

Tahap pertama atau bisa disebut prakampanye. Tahap identifikasi dilakukan dengan tujuan untuk menemukan permasalahannya terlebih dahulu, kemudian dinalisis, yang kemudian dilakukannya kegiatan atau program yang sesuai dengan kampanye *public relations*.

Tahap kedua, yakni pengelolaan kampanye, tahap ini akan berisikan proses kampanye *public relations* dimulai dari menganalisis untuk kemudian dijadikan perancangan program kampanye untuk nantinya bisa dipakai di lapangan agar khalayak atau masyarakat terpengaruh.

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi, tahap evaluasi atau bisa disebut pasca kampanye. Tahap ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa efektivitasnya program yang telah dibuat, apakah butuh pembaharuan atau tidak dalam mengurangi permasalahan yang ada.

Peneliti menggunakan model ini dikarenakan dalam hal strategi komunikasi dalam fungsinya tentu bukan hanya sebatas menyebar luaskan informasi kepada publik, namun adanya beberapa point yang harus diperhatikan dalam penyampaiannya suatu pesan. Identifikasi masalah merupakan tahapan agar dapat mengetahui apa yang menjadi masalah, kemudian dengan dilakukannya pengelolaan kampanye akan menjadikan pesan yang ingin disampaikan nanti bisa dipahami sesuai dengan target yang ditentukan, dan pada proses akhir yakni tahap evaluasi ini diperlukan untuk mengkaji ulang apakah kampanye public relations ini layak digunakan apa tidak, dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

1.5.3 Landasan Konseptual

a. Strategi

Menjalankan sebuah kegiatan kampanye *public relations* dibutuhkan adanya strategi, terutama saat dilakukannya komunikasi secara dua arah hal ini untuk menciptakan suasana yang nyaman ketika melakukan kampanye, Strategi sendiri merupakan alat yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan, dibutuhkan ide dan konsep yang matang agar dalam pembentukannya, sebuah strategi dapat berjalan sesuai dengan kegiatan yang berlangsung. Menurut Tjiptono (2011) strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gasasan, sebuah rencana dalam kurun waktu yang ditentukan.

b. Kampanye

Kampanye merupakan sebuah tindakan komunikasi yang dibuat dengan terencana secara bertahap dan berkelanjutan dengan tujuan untuk menciptakan efek, menyelesaikan sebuah masalah, membenarkan masalah, atau mempengaruhi sejumlah khalayak. Menurut Ruslan (2013), kampanye merupakan kegiatan terorganisir untuk mempengaruhi audiens tertentu yang bersifat persuasif sehingga menciptakan efek tertentu yang diharapkan oleh narasumber yang jelas dalam kurun waktu yang telah ditetapkan.

c. Kampanye *Public Relations*

Kampanye *public relations* merupakan suatu langkah untuk memberi informasi, pengertian kepada masyarakat melalui proses komunikasi yang terencana untuk citra yang positif. Menurut Rahmadilga (2017), kampanye *public relations* dalam berkomunikasi bertujuan menciptakan pengertian, pengetahuan, minat pemahaman, dukungan dan kesadaran dari berbagai pihak untuk memperoleh citra bagi lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Kegiatan kampanye *public relations* merupakan tindakan komunikasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak dengan komunikasi yang terencana dan dilakukan dalam kurun waktu yang berkelanjutan, memberikan pengetahuan dan mengubah kebiasaan khalayak.

1.6 Langkah – langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian menjadi tempat yang diharapkan memberikan banyak informasi

mengenai hal-hal yang diperlukan untuk penelitian. Penelitian mengenai efektivitas pola komunikasi humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam mengkampanyekan pencegahan narkoba dikalangan anak muda melalui program “BNN *GOES TO SCHOOL*”, sehingga lokasi yang peneliti ambil berlokasi di Kawa Barat khususnya Kota Bandung, dan lokasi yang memberikan informasi untuk peneliti yakni Badan Narkotika Nasional yang beralamat di JL. Soekarno Hatta, Jalan Haji Hasan No. 1, Cisaranten Kidul, Kec. Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat yang memiliki wewenang dalam tugasnya mencegah dan memberantas penyalahgunaan dan peredaran Narkotika dan Prekursor Narkotika, sehingga peneliti memperoleh relevansi objek dan fenomena yang akan menjadi bahan dalam penelitian yang akan digunakan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Hidayat (2003), Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma kontratesis dari paham yang meletakkan objektivitas dan pengamatan dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan.

Paradigma Konstruktivistik memandang realitas sosial sebagai analisis yang sistematis melalui pengamatan langsung secara terperinci terhadap para pelaku sosial yang bersangkutan. Paradigma ini menegaskan jika setiap kejadian yang dialami oleh seseorang akan dapat memahami pengalamannya melalui

peristiwa-peristiwa dan kejadian berdasarkan kesamaannya dan membedakan berbagai hal yang berdasarkan perbedaannya. Demikian penggunaan paradigma konstruktivisme ini dipilih karena peneliti melihat paradigma ini merupakan sebuah cara berpikir atau cara pandang yang akan membantu dan menghasilkan makna dalam proses permasalahan penyalahgunaan narkoba yang terjadi dalam fenomena dilingkungan tempat peneliti melakukan penelitian.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yang fokus pada pengamatan yang mendalam dan juga berdasarkan fenomena yang tengah berkembang menggunakan data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari orang yang diamati. Contohnya mengenai penyalahgunaan narkoba dikalangan anak muda, khususnya anak muda di daerah Jawa Barat. Menurut Moleong (2016:6) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Maka dari itu, penulis memilih strategi dalam penelitian ini dalam pengumpulan datanya menggunakan cara dokumentasi, wawancara, dan observasi.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif , yakni sebuah pendekatan yang digunakan oleh

setiap peneliti untuk mempelajari suatu fenomena atau permasalahan yang nantinya akan diteliti. Dimulai dengan mengumpulkan, mengolah, menganalisis, hingga akhirnya menyajikan data secara deskriptif.

Menurut Sugiyono (2017) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang dimaksud dengan paradigma ini ditujukan untuk meneliti sebagian data deskriptif kualitatif, kemudian digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Maka dari itu penulis memilih menggunakan teknik pengumpulan data secara triangulasi atau gabungan analisis data bersifat kualitatif. Sebab strategi dalam penelitian kualitatif ini memiliki keunikan, karena penelitian tersebut menggabungkan beberapa jenis sumber untuk menggunakan data. Teknik yang digunakan yakni, dokumentasi, wawancara dan observasi.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yaitu merupakan data yang berisikan kalimat, bukan berbentuk angka. Data kualitatif didapat melalui berbagai jenis cara pengumpulan data seperti dokumen, wawancara atau observasi.

b. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu:

1. Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

2. Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa data penunjang seperti buku, makalah, tesis atau sumber lainnya yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

c. Informan atau Unit Analisis

1. Informan

Informan merupakan subjek penelitian yang akan diteliti, yang kemudian oleh peneliti dimintai untuk mewawancarai. Karena informan ini merupakan sumber data yang mengerti akan fenomena yang sedang diteliti, dalam hal ini ada 3 jenis informan yaitu:

2. Informan Kunci

Informan kunci ini merupakan seseorang yang mengerti akan sebuah fenomena yang akan diteliti oleh peneliti, yang menjadi informan kunci adalah anak muda Jawa Barat, khususnya Kota Bandung yang mengkhawatirkan dengan kasus peredaran narkoba di wilayahnya

3. Informan Utama

Informan utama yaitu yang mengetahui secara teknis terkait fenomena yang akan diteliti, dalam hal ini yang akan menjadi informan utama adalah Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat

4. Informasi Pendukung

Informasi pendukung merupakan orang – orang yang akan memberikan informasi pelengkap untuk kebutuhan penelitian, informan pendukung dalam penelitian ini adalah para staff Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

d. Teknik Pengumpulan Informan

Penelitian kualitatif dalam teknik pengumpulan informan adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan secara sengaja dengan beberapa pertimbangan.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian. Menurut Sugiyono (2017:194), cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview (wawancara), observasi (pengamatan), dokumentasi maupun gabungan ketiganya. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dengan pewawancara. Menurut Moleong (2019:186) menjelaskan bahwa wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang terusun dari berbagai proses. Menurut Sugiyono (2018:229), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa catatan peristiwa, biasanya berbentuk tulisan atau gambar yang dapat diambil dari perkataan seseorang ataupun yang berasal dari media elektronik. Menurut Anggito & Setiawan (2018:255) dokumentasi merupakan sebuah informasi yang asalnya dari catatan penting organisasi, lembaga ataupun perorangan.

1.6.6 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan sesuatu yang penting dalam penelitian, hal ini guna memperkuat atau memvalidasi data yang dikumpulkan demi meminimalisir kesalahan baik dari peneliti maupun dari sumber yang akan diteliti. Penelitian ini peneliti menggunakan 3 teknik dalam memeriksa keabsahan data, diantaranya :

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan merupakan kegiatan yang dilakukan saat melakukan penelitian demi melihat dan merasakan suatu fenomena yang nantinya akan dijadikan bahan dalam penelitian yang dilakukan

b. Triangulasi Data

Triangulasi data yakni pemeriksaan keabsahan data, dimana memerlukan sesuatu yang lain untuk membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Menurut Sugiyono (2015) triangulasi data merupakan teknik

pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Triangulasi data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dilakukan secara pribadi.
- b. Membandingkan apa saja yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- c. Membandingkan keadaan dan persepektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, oang yang berada, orang pemerintahan
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan.

Model triangulasi ini diajukan untuk menghilangkan dikotomi antara penelitian kualitatif fan kuantitatif untuk memperoleh teori yang tepat. triangulasi menjanjikan kekuatan teoritis, metodologi, maupun interpretasi dari sebuah riset yang kemudian mendukung validitas data.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni menganalisis sesuai data yang diperoleh secara sistematis baik melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi untuk selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis dan dimasukkan kedalam kategori.

Analisis yang akan dibuat mengacu kepada data yang disampaikan oleh Miles dan Huberman (1984), yaitu setelah adanya data kemudian dibaca, lalu dipelajari dan diteliti, maka selanjutnya data akan disederhanakan, disajikan dan ditarik kesimpulannya.

Peneliti akan menggunakan penganalisan data dalam beberapa tahapan, untuk menentukan datanya terbukti dan valid, yaitu:

1. Reduksi data

Yusuf (2014:407) mengatakan bahwa reduksi data merupakan proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, pemisahan data yang “mentah” yang terdapat pada catatan saat meneliti lapangan. Data yang dikumpulkan nanti jumlahnya akan banyak, maka dari itu perlu dicatat secara detail dan terperinci. Dari hasil wawancara nanti, peneliti akan melakukan reduksi data dengan memilih data yang dianggap penting, terbaru, unik dan membuat kategori serta membuang data yang dianggap tidak penting.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan suatu proses pada saat peneliti mendapatkan data, kemudian data ini dibuat dalam bentuk narasi yang nantinya dapat menggambarkan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan. Informasi – informasi terkait program “BNN GOES TO SCHOOL”.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses tahap akhir dari teknik analisis data setelah melakukan penelitian, observasi dan wawancara lapangan.

Peneliti menarik kesimpulan dari yang dia amati dan kemudian akhirnya dapat dijelaskan dari sudut pandang peneliti.

1.6.8 Rencana jadwal penelitian

Daftar Kegiatan	Des 2023	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Jun 2023	Jul 2023
Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan pengumpulan								
Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
Penyusunan Proposal Penelitian								
Sidang Usulan Penelitian								
Bimbingan Proposal Penelitian								
Revisi Proposal Penelitian								
Tahap kedua : Usulan Penelitian								

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian