

## **Strategi Komunikasi BNN ( Badan Narkotika Nasional ) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba**

**Ardylas Y. Putra <sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Artikel ini menggambarkan tentang bagaimana strategi BNN ( badan Narkotika Nasional ) kota samarinda dalam mensosialisasikan bahaya narkoba. Artikel ini berargumentasi apa saja yang sudah menjadi Strategi Komunikasi BNN untuk membuat masyarakat sadar akan bahayanya penyalahgunaan narkoba serta faktor pendukung dan penghambatnya. Data yang dipaparkan dalam artikel ini bersumber dari penelitian lapangan selama bulan Januari*

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi , BNN, Bahaya Narkoba*

### **Pendahuluan**

Semakin maraknya penyalahgunaan narkoba yang terjadi belakangan ini membuat banyak orang tua yang merasa takut anak anak mereka juga menggunakan barang haram tersebut. Dan pihak BNN sendiri mengakui bahwa Samarinda merupakan kota dengan persentasi pengguna narkoba terbanyak di daerah Kaltim, sehingga lebih menguatkan rasa khawatir para orang tua dan keluarga akan penyalahgunaan narkoba yang melibatkan anggota keluarganya.

Tidak hanya orang tua dan juga keluarga yang di buat khawatir, melainkan dari hasil survey Jumlah persentase perkembangan pengguna narkoba itu sendiri dalam 2 tahun terakhir membuat BNN kota samarinda sedikit kewalahan dalam melakukan sosialisasi di karenakan hampir setiap kalangan masyarakat mengenal dan bahkan menggunakan narkoba. Beberapa strategi sosialisasi kerap di lakukan oleh BNN kota itu sendiri untuk mengurangi penyalahgunaan narkoba di kota Samarinda beberapa strategi itu dari mulai sosialisasi dengan menggunakan media elektronik,

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program studi S1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Mulawarman. Samarinda. Email :Ardylas.Yanunda@gmail.com

media cetak sampai dengan menggunakan komunikasi bertatap muka seperti penyuluhan ke sekolah - sekolah sampai dengan ke instansi –instansi pemerintahan. Kesulitan yang kerap terjadi di kalangan para pegawai swasta yang sedikit menghambat kinerja sosialisasi BNN dalam melakukan penyuluhan – penyuluhan yang di karenakan jam kerja pegawai pegawai swasta yang tidak bisa di tinggalkan untuk melakukan penyuluhan. Selain dari BNN itu sendiri, banyak pihak yang juga banyak terlibat dalam melakukan sosialisasi yang biasa di lakukan oleh BNN kota samarinda. Seperti ORMAS – ORMAS dan juga LSM yang bergerak di bidang pencegahan anti narkoba, dan sesekali meminta bantuan dari pihak kepolisian dalam melakukan sosialisasi tentang bahayanya penyalahgunaan narkoba.

### **Perumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi BNN Kota dalam mensosialisasikan bahaya narkoba

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mendiskripsikan dan menganalisa Strategi komunikasi BNN Kota Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba.

### **Kegunaan penelitian**

#### 1. Segi Teoritis:

Melalui penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan memperkaya perbendaharaan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan upaya Majalah Emusikaltim dalam meningkatkan kepedulian masyarakat di bidang kebudayaan di kota Samarinda, serta sebagai masukan pada penelitian-penelitian mendatang.

#### 2. Segi Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan juga dapat berguna bagi kedua belah pihak baik pihak Majalah Emusikaltim maupun mahasiswa khususnya mahasiswa ilmu komunikasi, dimana hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan evaluasi serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan kebudayaan yang ada di Indonesia.

## **Kerangka Dasar Teori**

### **Pengertian Teori :**

Hingga sekarang tercatat tidak kurang dari seratus teori dan model komunikasi yang diketengahkan para pakar komunikasi, terutama pakar Amerika. Di bawah ini adalah teori dan model komunikasi yang di gunakan oleh penulis :

#### **1. S-M-C-R Model (Model S-M-C-R)**

Rumus S-M-C-R adalah singkatan dari istilah-istilah: S singkatan dari Source yang berarti sumber atau komunikator; M singkatan dari Message yang berarti pesan; C singkatan dari Channel yang berarti saluran atau media; sedangkan R singkatan dari Receiver yang berarti penerimaan atau komunikasi.

Khusus mengenai istilah Channel yang di singkat C pada rumus S-M-C-R itu yang berarti saluran atau media, komponen tersebut menurut Edward Sappir mengandung dua pengertian, yakni primer dan sekunder. Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kial (gesture), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang digunakan khusus dalam komunikasi tatap muka (face-to-face communication), sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir massa, misalnya surat, telepon, atau poster.

#### **2. Lasswell's Model (Model Lasswell)**

Model komunikasi dari Harold Lasswell ini dianggap oleh pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi (1948). Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi dalam menjawab pertanyaan : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* ( siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa).

Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu *Communicator* (komunikator), *Message* (pesan), *Media* (media), *Receiver* (penerima/komunikasi) dan *Effect* (efek)

Adapun fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut :

- a. *The Surveillance of the invironment* (pengamatan lingkungan)
- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment* (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan)

- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next* (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain) (Lasswel : 1948).

### **Pengertian Strategi**

Menurut Stoner, Freeman, dan Gibert Jr yang di kutip dalam buku Fandy Tjiptono (2000:3) dalam bukunya yang mengatakan bahwa pengertian strategi dapat diartikan dalam dua perspektif yang berbeda yaitu Dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan dan dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan. Berdasarkan perspektif pertama, pengertian strategi adalah sebuah program.untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.

### **Komunikasi**

Dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. Komunikasi juga proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (the content of the message), kedua lambang (symbol).

Konkritnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan, selalu menyatu secara terpadu; secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran saja atau perasaan saja, masalahnya mana di antara pikiran dan perasaan itu, yang dominan; jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalam situasi tertentu, misalnya suami sebagai komunikator ketika sedang marah mengucapkan kata – kata menyakitkan.

#### **2.1.1 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi, untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi bertujuan agar:

- a. Pesan mudah dipahami secara benar;
- b. Penerima pesan dapat dibina dengan baik;
- c. Kegiatan dapat termotivasi untuk dilakukan.

Pada kegiatan ini, komunikator perlu mengenali terlebih dahulu siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi (disesuaikan dengan tujuan komunikasi).

Dalam pengenalan sasaran, komunikator perlu memperhatikan hal-hal sebagaiberikut.

1. Pesan yang akan disampaikan disesuaikan dengan, antara lain: pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi, dan keinginan sasaran.
2. Situasi dan kondisi di sekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, sakit, dan situasi lingkungan yang tidak mendukung (Arifin, Anwar : 1983).

## **Komunikasi Sosial dan Pembangunan**

Komunikasi Sosial dan Pembangunan merupakan gabungan dari dua istilah yaitu, Komunikasi Sosial dan Komunikasi Pembangunan. Kedua istilah tersebut mempunyai materi bahasan yang di dalamnya terkandung ilmu yang mengajarkan tentang bagaimana komunikasi harus dilakukan, sehingga berperan pada suatu penunjang pelaksanaan program - program pembangunan dalam rangka menciptakan perubahan pada suatu sistem sosial. "

### **2.1.2 Pengertian Narkoba**

Pengertian Narkoba adalah zat kimia yang dapat mengubah keadaan psikologi seperti perasaan, pikiran, suasana hati serta perilaku jika masuk ke dalam tubuh manusia baik dengan cara dimakan, diminum, dihirup, suntik, intravena, dan lain sebagainya.

Sedangkan pengertian narkoba menurut pakar kesehatan adalah psikotropika yang biasa dipakai untuk membius pasien saat hendak dioperasi atau obat-obatan untuk penyakit tertentu. Namun kini persepsi itu disalah gunakan akibat pemakaian yang telah diluar batas dosis.

### **Pengertian dan Lingkup BNN**

Badan Narkotika Nasional (BNN), sebuah lembaga yang didirikan oleh pemerintah, salah satu tugas dan fungsinya adalah untuk menanggulangi bahaya Narkotika dan kelembagannya di Indonesia dimulai tahun 1971 pada saat dikeluarkannya Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 6 Tahun 1971 kepada Kepala Badan Inteligen Nasional (BAKIN) untuk menanggulangi 6 (enam) permasalahan nasional yang menonjol, yaitu pemberantasan uang palsu, penanggulangan penyalahgunaan narkoba, penanggulangan penyelundupan, penanggulangan kenakalan kenakalan remaja, penanggulangan subversif dan pengawasan orang asing. Badan ini tidak

mempunyai wewenang operasional dan tidak mendapat alokasi anggaran sendiri dari APBN melainkan disediakan berdasarkan kebijakan internal BAKIN.

### **Definisi Konseptual**

Dari konsep yang telah peneliti paparkan di atas maka Strategi Komunikasi BNN dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di kota Samarinda ialah menggunakan komunikasi bertatap muka dan komunikasi bermedia. Komunikasi bermedia umumnya di gunakan untuk komunikasi informative, kekuatannya adalah dalam hal mengubah tingkah laku. Komunikasi tatap muka atau yang biasa disebut komunikasi intrapersonal ini sebuah komunikasi secara langsung bertemu antar manusia atau individu untuk menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun non verbal.

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti bermaksud untuk menentukan memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran yang mendalam tentang upaya Majalah Emusikaltim dalam meningkatkan kepedulian masyarakat dibidang kebudayaan di kota Samarinda. Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2010;1) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Sedangkan metode yang digunakan lebih menekankan pada metode penelitian deskriptif kualitatif, karena pendekatan ini lebih peka dalam menangkap berbagai fenomena informasi, khususnya yang berkaitan dengan fokus penelitian, disamping pendekatan ini juga dapat menyajikan holistik /utuh dalam menganalisis suatu fenomena sosial.

Selain itu juga dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2010:59-60) yang menjadi instrumen atau alat peneliti adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Peneliti kualitatif sebagai human instrument, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi. Sesuai dengan permasalahan yang di rumuskan, maka yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi BNN ( Badan Narkotika Nasional ) dengan indicator sebagai berikut:
  - A. Melalui komunikasi tatap muka
    - Seminar
    - Penyuluhan
  - B. Melalui komunikasi bermedia
    - Brosur
    - Leaflet
    - Media Elektronik

### ***Sumber dan Jenis Data***

Menurut Lofland dan Lofland (1984:47) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, dan lain-lain. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

- a. Data Primer  
Sumber data lapangan yang dapat berarti seorang tokoh atau masyarakat, tokoh agama, aparat pemerintahan, dan sebagainya yang merupakan sumber data primer. Sumber informasi dokumenter merupakan sumber data primer dapat berupa arsip-arsip yang berkaitan dengan masalah penelitian.
- b. Data Sekunder  
Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain:
  - a. Dokumen-dokumen, laporan, catatan dan profil.
  - b. Buku-buku ilmiah atau hasil penulisan yang relevan dengan penelitian ini.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

*Field Work Research*, yaitu penelitian langsung ke lapangan dengan cara :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Analisis Dokumentasi

### ***Teknik Analisis Data***

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan metode analisis data kualitatif model interaktif dari miles dan huberman dalam sugiono (2010:247) yang mencakup pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil Penelitian**

### ***Pembahasan***

Strategi Komunikasi BNN ( Badan Narkotika Nasional ) dalam mensosialisasikan Bahaya Narkoba adalah sebagai berikut:

#### **a. Komunikasi Bertatap Muka**

Strategi yang dilaksanakan oleh BNN kota Samarinda dalam pelaksanaan program sosialisasi pencegahan narkoba sudah cukup optimal. tetapi menurut peneliti kurangnya kesadaran dari masyarakat sendiri yang membuat semakin banyaknya penyalahgunaan yang terjadi di Samarinda itu sendiri. Program penyuluhan seminar dan lain sebagainya sudah sering di lakukan, tetapi masyarakat yang mendengarkan hanya sambil lalu saja tanpa ada penyerapan informasi yang sangat mendalam.

#### **b. Komunikasi Bermedia**

Salah satu strategi BNN dalam mensosialisasikan bahaya narkoba ini juga dengan menggunakan komunikasi bermedia, yang di dalam nya terdapat baliho, spanduk, brosur, leaflet dan juga media elektronik seperti televisi swasta yang ada di kota samarinda. Sesuai dengan teori S-M-C-R yang mengatakan Media sebagai saluran primer adalah lambang, misalnya bahasa, kial (gesture), gambar atau warna, yaitu lambang-lambang yang digunakan khusus dalam komunikasi tatap muka (face-to-face communication), sedangkan media sekunder adalah media yang berwujud, baik media massa, misalnya surat kabar, televisi atau radio, maupun media nir massa, misalnya surat, telepon, atau poster.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa selama ini pelaksanaan sosialisasi tentang bahaya narkoba yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Samarinda sudah berjalan dengan baik, meskipun dalam pelaksanaannya belum sepenuhnya maksimal ini dikarenakan kesadaran yang didapat dari masyarakat dirasa kurang.

Sehingga setiap tahunnya masih ada saja kasus – kasus tentang penyalahgunaan narkoba di Kota Samarinda

Penyuluhan yang di lakukan oleh BNN itu sendiri mendapatkan tanggapan yang positif, banyaknya para peserta penyuluhan dan juga seminar – seminar membuat BNN merasa sosialisasi mereka tentang bahaya narkoba kepada masyarakat sudah cukup berhasil, tetapi tidak bisa di pungkiri lagi apabila masih banyak masyarakat yang terkena kasus narkoba itu sendiri, itu di karenakan masih kurang kesadaran masyarakat itu sendiri untuk memagari diri mereka dari yang nama nya narkoba itu sendiri. Sekeras apapun upaya BNN dalam melakukan sosialisasi tidak akan berpengaruh besar apabila masyarakat Samarinda sendiri masih menggunakan Narkoba itu sendiri.

BNN ( Badan Narkotika Nasional ) melakukan 2 strategi komunikasi, baik dengan menggunakan komunikasi bertatap muka dan juga Komunikasi Bermedia.

### **Saran**

1. Kurangnya waktu iklan yang di berikan Pihak TV dan juga Radio serta tidak terlihatnya titik – titik baliho yang di pasang oleh BNN sendiri seharusnya BNN menambah titik dalam memasang Baliho dan juga menambah waktu di iklan yang mereka berikan kepada TVRI dan juga RRI.
2. Terlalu terfokus kepada sekolah dan juga instansi BNN juga harus membentuk Tim yang melakukan penyuluhan tidak hanya di sekolah dan juga Instansi – Instansi swasta maupun negri. Melainkan ke daerah daerah perumahan dan juga di setiap RT yang ada di Samarinda, agar target sosialisasi merata.
3. Untuk memaksimalkan sosialisasi BNN kota samarinda seharusnya sudah dapat memaksimalkan ruangan yang tersedia untuk melakukan bimbingan konseling dan juga membuka hotline service untuk menjamin kerahasiaan masyarakat yang ingin melakukan konsultasi.

### **Daftar Pustaka**

- Anggoro, Linggar. 2008. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Anwar, 1983 *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung, Amico.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Humas*. Malang: Ghalia Indonesia.
- Miles, Matthew B, 1992 . *Analisis data kualitatif* , Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- Robbins, Stephen P, 1996. *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi*. Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi kampanye public relation dan komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy, 2000 . *Strategi Komunikasi, Konsep dan Pengertian*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Wijaja, H. A.W. 1997, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.