

UPAYA HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) BADAN NARKOTIKA NASIONAL (BNN) DALAM MEMBANGUN KESADARAN PENYALAHGUNAAN NARKOBA DI KALANGAN REMAJA

Ayu Permata Yusnar

ayupermatayusnar1@gmail.com

Anggun Putri Dewanggi Indah Bestari

anggun.putridewanggi@budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

THE NATIONAL NARCOTICS AGENCY'S PUBLIC RELATIONS EFFORTS IN ESTABLISHING THE AWARENESS OF DRUG ABUSE AMONG ADOLESCENTS

The National Narcotics Agency (BNN) is an Indonesian Non-ministerial government institution (LPNK) that has the responsibility to address drug problems. The research problem in this research is how do The National Narcotics Agency's public relations efforts in establishing the awareness of drug abuse in adolescents. This research aimed to find out The National Narcotics Agency's public relations efforts in establishing the awareness of drug abuse among adolescents. This research used the concept of public relations PENCILS from Prof. Philip Kotler, to investigate The National Narcotics Agency's public relations efforts in establishing awareness of drug abuse among adolescents. The research used a post-positivism paradigm that develops statements with multiple assumptions and equipped with data. This research used qualitative methods with a qualitative descriptive approach. In this research, the researcher was used observation and interview with The National Narcotics Agency's public relations in collecting data. The research subject was an informant of The National Narcotics Agency's public relations. The research object in this research was The National Narcotics Agency's public relations efforts in establishing the awareness of drug abuse in adolescents. The result of this research is The National Narcotics Agency's public relations efforts to build awareness of drug abuse among adolescents is good enough by doing various ways based on the components that are found in the mix of PENCILS Includes Publications, Event, News, Community Involvement, Identity Media, Lobbying, Social Investment.

Keywords: Efforts, consciousness, drugs, adolescents.

PENDAHULUAN

Penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba saat ini menjadi salah satu masalah yang cukup mengkhawatirkan. Narkoba dan obat-obatan psikotropika sudah menyebar ke seluruh wilayah tanah air dan menysasar ke berbagai lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Masalah ini sudah sangat meresahkan masyarakat, karena peredarannya sudah masuk ke area-area Akademis seperti SD, SMP, SMA dan di berbagai Universitas. Saat ini penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba di Indonesia cukup meningkat. Pengguna narkoba tidak hanya kalangan atas saja seperti pejabat, artis, dan golongan-golongan penting lainnya. Melainkan generasi muda Indonesia sudah terancam oleh narkoba.

Berbicara mengenai remaja kita sering dihadapkan adanya penyimpangan perilaku di kalangan remaja. Bahkan terdapat remaja yang melakukan perbuatan melanggar hukum,

salah satunya adalah penyalahgunaan narkoba. Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja biasanya disebabkan oleh pergaulan dan memiliki tujuan untuk menenangkan diri dari masalah. Pergaulan yang di artikan disini adalah pergaulan yang bebas tanpa aturan, sekehendaknya sendiri dan tanpa pantauan dari orang tua. Faktor lain dari penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja adalah rasa ingin tahu yang besar. Dari rasa ingin tahu, mereka mulai mencoba menggunakan narkoba sampai pada level kecanduan. Kaum remaja menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap penyalahgunaan narkoba, karena mereka mudah putus asa dan mudah dipengaruhi oleh pededar yang mengakibatkan mereka jatuh pada masalah penyalahgunaan narkoba. Remaja terlibat dalam penyalahgunaan narkoba tentunya tidak lahir dengan tiba-tiba melainkan melalui proses pertimbangan dari

organisasi-organisasi kejahatan atau sindikat peredaran narkoba, dimana kejahatan tersebut memang menjanjikan keuntungan yang cukup menggiurkan. Badan Narkotika Nasional (BNN) memiliki tanggung jawab untuk mengatasi permasalahan Narkoba seperti saat ini. Badan Narkotika Nasional (BNN) adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) Indonesia yang mempunyai tugas, fungsi, dan wewenang di bidang Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Badan Narkotika Nasional (BNN) dipimpin oleh seorang kepala yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden melalui kordinasi Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia. Dasar hukum Badan Narkotika Nasional (BNN) adalah Undang-Undang Nomor 35 tahun 2009 tentang Narkotika. Undang-undang ini juga mengatur mengenai pembentukan kelembagaan dan kewenangan Badan Narkotika Nasional (BNN) di bidang penyelidikan serta penyidikan tindak pidana narkoba dan prekursor Narkotika (Profil BNN, 2011:13-14).

Badan Narkotika Nasional (BNN) memiliki wewenang penuh terhadap segala macam pencegahan dan penyelidikan terkait narkoba. Untuk menjalankan tugas secara maksimal, Badan Narkotika Nasional (BNN) memiliki divisi Humas yang berfungsi sebagai pihak penghubung antara pihak internal Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan pihak eksternal yaitu *public* atau masyarakat. Secara praktisi Humas di Badan Narkotika Nasional (BNN) bertugas menyusun dan melaksanakan kebijakan nasional mengenai pencegahan pemberantasan penyalahgunaan peredaran gelap narkoba, dan precursor narkoba, meningkatkan kemampuan lembaga rehabilitasi medis dan rehabilitasi social pecandu narkoba, baik yang di selenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat, memantau, mengarahkan dan meningkatkan kegiatan masyarakat dalam pencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba dan psikotropika narkoba. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Humas menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya, melaksanakan

kebijakan dan strategi nasional pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba berada di bawah tanggung jawab Humas, dimana dalam menjalankan tugasnya tahapan yang dilakukan adalah melalui proses penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi guna melakukan kegiatan-kegiatan tertentu agar dapat mencapai tujuan bersama (Laporan Kinerja BNN 2015).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mengenai Upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Penelitian ini difokuskan pada upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN). Berdasarkan hal tersebut, peneliti memberi judul penelitian ini, yakni "Upaya Hubungan Masyarakat (Humas) Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja.

LANDASAN TEORI

Pada penelitian ini, peneliti mengambil konsep *P.E.N.C.I.L.S* untuk mendukung penelitian yang akan dibahas. Peneliti menggunakan konsep *P.E.N.C.I.L.S* untuk mengetahui upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Dimana konsep *P.E.N.C.I.L.S* dikembangkan oleh Prof. Philip Kotler.

Prof. Philip Kotler memberikan singkatan pada strategi penggunaan *Public Relations* ini dengan istilah *P-E-N-C-I-L-S* sebagai berikut:

a) Publikasi (*Publications*)

Perusahaan dapat mengusahakan penerbitan-penerbitan tertentu untuk meningkatkan citra perusahaan.

a) Kegiatan (*Event*)

Event yang dirancang secara tepat dapat mencapai suatu tujuan *public relations* tertentu.

b) Pemberitaan (*News*)

Semua usaha dilakukan supaya aktivitas tertentu dari perusahaan menjadi bahan berita di media massa.

- c) Kepedulian pada masyarakat (*Community Involvement*)
Perusahaan berusaha “akrab” dan “ramah” dengan masyarakat di sekitarnya. Hal ini terutama perlu pada saat sebuah cabang suatu perusahaan didirikan di suatu daerah baru.
- d) Penggunaan Media sebagai Identitas (*Identity Media*)
Semua stationery yang dipakai, mulai dari kartu nama, kertas, maupun amplop, harus dibuat sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan citra suatu perusahaan. Selain itu identity media juga dapat diterapkan pada sarana dan sarana/prasarana lain, seperti gedung, mobil pengangkut barang, dan lain sebagainya.
- e) Mempengaruhi (*Lobbying*)
Kontak pribadi yang dilakukan secara internal untuk mencapai tujuan tertentu.
- f) Investasi Sosial (*Social Investment*)
Perusahaan dapat “merebut” hati masyarakat yang ditujunya dengan melakukan partisipasi sosial seperti pembangunan jembatan, masjid, taman, dan fasilitas umum lainnya (Kartajaya, 1992:37)

Berdasarkan pengertian di atas peneliti menggunakan konsep *P.E.N.C.I.L.S* dapat disimpulkan bahwa dari tujuh komponen dalam konsep ini dapat digunakan dalam upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Peneliti akan mengkaji apa saja yang dijalankan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Selain itu berdasarkan tujuh komponen dalam konsep *P.E.N.S.I.L* peneliti dapat mengetahui bagaimana upaya Humas Badan narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran para remaja terkait penyalahgunaan narkoba.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivisme. Paradigma post-positivisme mendasarkan

pada pandangan positivis terkait dengan masalah peramalan dan pengendalian, tetapi mencoba mengembangkan pemahaman berbeda tentang hal-hal lain untuk menjawab kritik-kritik yang dilontarkan terhadap kelompok positivis. Realitas objektif diyakini ada, tetapi hanya dapat di dekati dan tidak dapat dipotret sepenuhnya. Post-positivisme menggunakan berbagai metode dalam penelitiannya, sambil tetap menekankan penemuan (*discovery*) dan pembuktian teori (*theory verification*). Meskipun mengambil posisi objektif, akan ada interaksi peneliti dan partisipan yang akan mempengaruhi data post-positivisme digunakan untuk mendapatkan hukum-hukum umum pendekatan yang dipilih. (Poerwandari, 2007:37).

Peneliti menyimpulkan bahwa paradigma post-positivisme adalah paradigma yang melakukan observasi dilapangan dengan metode yang sudah terukur. Jadi paradigma post-positivisme menggunakan beberapa asumsi lebih kuat dari positivisme dikarenakan post-positivisme menggunakan beberapa asumsi atau metode yang dapat dipercaya dalam menentukan suatu hal, bukan hanya dasar dari pemikiran semata saja melainkan dilengkapi dengan bukti-bukti yang pasti dari hasil penelitian tersebut. Selain itu. Selain itu paradigma post-positivisme adalah paradigma yang dapat menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode penelitian deskriptif karena hubungan antara peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif, dengan menggunakan triangulasi dan bermacam-macam metode, sumber data, dan lain-lain

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009:308) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sugiyono juga menjelaskan bahwa “dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih 23 banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis

menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang dihipung secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan, dan hasil suatu pengujian sesuatu. Ada dua metode yang dipergunakan untuk pengumpulan data primer, yaitu survei dan observasi.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

a) Interview (Wawancara)

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara merupakan metode utama dalam penelitian ini. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data dengan melakukan wawancara dengan menggali informasi kepada informan yang terkait dalam penelitian ini.

Sedangkan Guba dan Lincoln mengatakan bahwa "wawancara bertujuan untuk menkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain".

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan menggali informasi dari informan yang terkait dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

b) Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan "Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan menyaksikan langsungnya dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang diteliti". Observasi difokuskan untuk

mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku dan percakapan) yang terjadi diantara subjek yang diteliti sehingga metode ini memiliki keunggulan, yakni mempunyai dua bentuk data yaitu, interaksi dan percakapan. Artinya, selain interaksi verbal juga mencakup interaksi non verbal dari orang-orang yang diamati.

2. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan seperti buku-buku yang berkaitan dengan Humas, literature, dokumentasi perusahaan untuk mencari data dan menghimpun data-data penting, dan internet untuk menambah dan menghimpun data yang masih update dengan pembahasan ini.

Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan tema dan dapat di rumuskan hipotesis kerja seperti yang di dasarkan oleh data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, dan sebagainya. Dengan demikian, analisis data itu di lakukan dalam suatu proses, proses berarti pelaksanaannya mulai di lakukan sejak pengumpulan data dan di kerjakan secara intensif, yaitu sesudah meninggalkan lapangan. Pekerjaan menganalisis data memerlukan pemusatan perhatian, penerahan tenaga, dan pikiran peneliti.

Peneliti menganalisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang

dimulai dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian kemudian bergerak ke arah pembentukan kesimpulan. Oleh karena itu analisa data dilakukan untuk mengorganisasikan data-data yang terkumpul, terdiri dari catatan lapangan, komentar peneliti, gambar, dokumen berupa laporan. Proses analisis data di mulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah di tuliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya. Data-data yang telah peneliti peroleh baik data primer maupun data sekunder dianalisis secara deskriptif untuk menjawab dengan jelas masalah pokok dalam proposal skripsi ini, yaitu dengan cara wawancara dari informan serta observasi untuk data primer dan bahan-bahan atau sumber-sumber kepustakaan seperti dokumentasi sebagai data sekunder, kemudian peneliti akan menganalisis untuk mengetahui data secara deskriptif analisis, sehingga dapat menggambarkan dan mengkonstruksikan mengenai upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan *Key Informan* dan *Informan*. Peneliti menggunakan data pendukung lainnya yang peneliti rangkum sesuai kebutuhan penelitian. Selain itu peneliti menghubungkan teori yang digunakan dengan hasil wawancara untuk menjawab dari rumusan masalah penelitian. Hasil yang peneliti dapatkan, upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja sama seperti konsep *PENCILS* dari Prof. Philip Kotler dimana komponen-komponen yang ada pada *PENCILS* tersebut dijalankan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN). Peneliti juga akan menjabarkan hasil Analisa peneliti mengenai bagaimana upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) melalui komponen-komponen *PENCILS* yang dijalankan oleh Humas Badan

Narkotika Nasional (BNN), yaitu sebagai berikut:

A. Bauran Public Relations (*P.E.N.C.I.L.S*)

1) Publikasi (*Publications*)

Publikasi yang dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja yaitu, melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube* yang dimiliki oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN). Media sosial tersebut dimanfaatkan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN). Publikasi yang dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) sudah baik hanya saja peneliti menilai perlu adanya konten-konten dalam media sosial tersebut yang dapat menjadi daya tarik remaja untuk mengikuti akun-akun media sosial yang dimiliki oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN). Apabila sudah banyak remaja yang tertarik untuk mengikuti akun-akun media sosial tersebut akan lebih memudahkan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) memberikan edukasi terkait bahaya dari penyalahgunaan narkoba.

2) Kegiatan (*Event*)

Event yang telah diselenggarakan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja yaitu, kegiatan sosialisasi edukasi dalam bentuk pameran. Kegiatan yang dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) tidak selalu diselenggarakan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) sendiri, tetapi dalam beberapa *event* Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) diminta untuk mengisi acara yang diselenggarakan oleh pihak luar. Dalam melakukan *event* pameran tersebut Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) memberikan pembelajaran kepada remaja terkait bahaya dari penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Kegiatan pameran tersebut

dilakukan diberbagai tempat dengan tujuan yang sama yaitu untuk membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba khususnya para remaja.

3) Pemberitaan (*News*)

Penciptaan berita yang telah dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja yaitu menciptakan *press release*, dimana isi dari *press release* tersebut adalah mengenai kasus-kasus narkoba yang berhasil ditangani oleh Badan Narkotika Nasional (BNN). *Press release* yang telah dibuat oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dipublikasikan di *website* Badan Narkotika Nasional (BNN) dan ada juga yang diberikan kepada rekan media untuk dijadikan sebuah berita. Bagi seorang *public relations* membangun hubungan baik dengan media sangat penting karena media merupakan acuan *public relations* dalam bergerak dan bertindak, kemampuan menulis mutlak dibutuhkan karena aktifitasnya memberikan berita ke media-media yang sebagian besar merupakan informasi tertulis. Tujuan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) memberikan *press release* kepada media adalah agar media membuat sebuah berita terkait penanganan kasus narkoba yang berhasil ditangani oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dan dijadikan sebuah informasi terbaru untuk masyarakat.

4) Keperdulian Kepada Masyarakat (*Community Involvement*)

Public Relations bertanggung jawab dalam membangun hubungan baik dengan pihak-pihak masyarakat sekitar maupun instansi lain. Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja tidak dapat bergerak sendiri, melainkan memerlukan bantuan dari pihak lain. Dalam hal ini Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) terus berusaha untuk melakukan kerjasama dengan instansi lain, TNI, Polri untuk mencari informasi terkait peredaran gelap narkoba. Selain itu untuk mencari informasi terkait

kejahatan narkoba dan kasus penyalahgunaan narkoba yang beredar dilingkungan sekitar. Peneliti menilai bahwa *community involvement* yang dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) sudah cukup baik. Dengan adanya kerjasama dengan pihak lain akan memudahkan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam menerima informasi terkait kasus penyalahgunaan narkoba khususnya di kalangan remaja.

5) Penggunaan Media Sebagai Identitas (*Identity Media*)

Badan Nasional (BNN) memiliki isi konten pada media sosial yang dijalankan oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) yang berbeda dengan instansi lainnya yaitu berkaitan dengan narkoba. Media sosial yang dikelola oleh Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) bisa dikatakan cukup lengkap, yaitu *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan *website*. Selain itu Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) membuat sebuah film pendek dengan tema dampak dari penyalahgunaan narkoba khususnya di kalangan remaja. Dengan begitu masyarakat akan lebih mengenai Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai sebuah lembaga yang bertugas untuk memberantas narkoba.

6) Mempengaruhi (*Lobbying*)

Proses lobi sangatlah penting bagi seorang *public relations* untuk menciptakan hubungan dengan berbagai pihak. Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) melakukan lobi ke berbagai instrument pendidikan dan Universitas untuk membangun kesadaran penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja. Dengan melakukan proses lobi ini akan menghasilkan keuntungan antara kedua belah pihak, diantaranya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dapat memberikan pembelajaran mengenai dampak dari penyalahgunaan narkoba dan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) bisa mencapai target yaitu menjauhkan remaja dari penyalahgunaan narkoba sekaligus sedikit mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba di kalangan

remaja. selain itu sekolah maupun universitas juga mendapatkan keuntungan dengan tidak adanya siswa yang menggunakan narkoba. Dengan begitu dapat menaikan akreditasi sekolah maupun unversitas tersebut yang bekerja sama dengan Humas Badan Narkotika Nasional (BNN).

7) Investasi Sosial (*Social Investment*)

Langkah selanjutnya adalah *Social Investment* yaitu, suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawab kepada masyarakat. Selain itu sebuah perusahaan maupun instansi memiliki tanggung jawab sosial dengan berkontribusi dalam kegiatan sosial, kegiatan sosial yang Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) lakukan adalah dalam bentuk kegiatan sosialisasi edukasi. Dalam kegiatan tersebut Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) lebih banyak melakukan sosialisasi kepada audience yaitu remaja. Setiap kali Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) melakukan kegiatan sosialiasi edukasi target utama audience dari kegiatan tersebut adalah remaja. Kegiatan sosialisasi tersebut dapat berdampak positif karena menanamkan ilmu dan pengetahuan kepada remaja terkait bahaya dari penyalahgunaan narkoba.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) peneliti menyimpulkan bahwa upaya Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam membangun kesadaran penyalahgunaan Narkoba di kalangan remaja sudah cukup baik dengan melakukan strategi-strategi melalui bauran konsep *Public Relations PENCILS*. Diantaranya dengan melakukan publikasi, kegiatan, pemberitaan, keperdulian kepada masyarakat, penggunaan media sebagai identitas, mempengaruhi, dan investasi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Satori, Aan Komariah Djam'an. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, Jhon W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publication.
- Depdikbud. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations (Edisi Keempat)*. Jakarta : Erlangga.
- Kaligis & Associates O.C. 2002. *Narkoba dan Peradilannya di Indonesia, Reformasi Hukum Pidana Melalui Perundangan dan Peradilan*. Bandung: Alumni.
- Kartajaya, Hermawan. 1992. *Marketing Plus : Jalur Sukses untuk Bisnis, Jalur Bisnis untuk Sukses*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Muh, Tahir. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nova, Firsan, 2009. *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Poerwandari, K. 2007. *Pendekatan kualitatif dalam penelitian psikologi*. Jakarta:

PSP3 Fakultas Psikologi Universitas
Indonesia.

- Rachmadi, F. 1999. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rosdakarya Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Cetakan Ketiga Belas. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Edisi Revisi 10. Jakarta. PT Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Kampanye Public Relations Kiat dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media komunikasi*. Edisi Revisi 13. PT Grafindo Persada. Jakarta.
- Soedjono. 1997. *Patologi Sosial*. Bandung: Alumni Bandung Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Media.
- Thomas, Coulson & Colin. (2005). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara