

**Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba
pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan
dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017.**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh

NADRA ALFIATI

14321049

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

SKRIPSI

**Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba
pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan
dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017**

Disusun Oleh

NADRA ALFIATI

14321049

Telah di setujui oleh Dewan Pembimbing Skripsi untuk Disajikan dan
dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi



Tanggal:

الجامعة الإسلامية
INDONESIA

Dosen Pembimbing Skripsi



Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A

NIDN: 0514078702

SKRIPSI

**Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba
pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan
dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017**

Disusun Oleh

Nadra Alfiati

14321049

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal:16 AUG 2018.....

Dewan Penguji :

1. Penguji 1 : Sumekar Tanjung, S.Sos.,M.A
NIDN : 0514078702
2. Penguji 2 : Mutia Dewi, S.Sos.,M.I.Kom
NIDN : 0520028302

(SR)

(Mutia)



**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**



Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA

NIDN: 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Nadra Alfati
No. Mahasiswa : 14321049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017.

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan berlaku di Universitas Islam Indonesia
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 12 Juli 2018

Yang menyatakan


(Nadra Alfati)
NIM 14321049

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur pada Zat yang Maka Kuasa

Allah Subhanahu wa taala

Atas segala rahmat, hidayah, nikmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Sholawat dan salam selalu mengiringi kepada Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam, keluarga, sahabat dan para kerabat lainnya.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada

Papa dan Mama tercinta

Bapak Alfisyahrin S.E dan Ibu Armiami.

Atas cinta dan kasih sayang, dukungan, baik materi maupun moril dalam bentuk apapun. Mereka adalah orang tua yang sangat hebat telah membesarkan dan mendidikku dengan segala pengertian dan penuh kasih sayang.

Selain itu juga terima kasih penulis sampaikan untuk

Saudara/i ku tersayang Fachrul Ardani, Muhammad Kadavi, dan Sena Aprilia

Terima kasih juga untuk keluarga besarku dan kerabat atau teman lainnya yang selalu mengiringi doa dan selamat untuk kelancaran skripsi.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan
sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

(QS. Alam Nasyroh: 6-7)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Terdapat banyak kendala yang penulis hadapi dalam penulisan skripsi ini, namun atas bantuan dari berbagai pihak pada akhirnya penulis dapat mengatasi kendala tersebut dan menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos, MA, selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam persoalan kuliah di Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos,.M.A, dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan memotivasi dalam membimbing penulis sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Anang Hermawan S.Sos., M.A, dosen pembimbing akademik yang menjadi wali penulis selama kuliah di Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak T. Saharuddin, sebagai Kepala Bidang Narkoba Polda Riau, yang telah membantu penulis memberikan data yang dibutuhkan.
5. Ibu Dina Fitriana Lubis, sebagai Kepala Seksi Pencegahan Bidang P2M BNNP Riau, yang telah membantu penulis memberikan data yang dibutuhkan.
6. Staff Seksi Pencegahan Bidang P2M dan Humas BNNP Riau, yang telah membantu penulis memberikan data yang dibutuhkan.
7. Ibu Guru Ana sebagai Humas SMAN 1 Pekanbaru, dan Abdi Darsono sebagai Ketua Osis SMAN1 Pekanbaru, yang telah membantu penulis memberikan data yang dibutuhkan.
8. Ayahanda Alfisyahrin dan Ibunda Armiami yang penulis hormati, skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua penulis sebagai tanda terima kasih yang setulus-tulusnya atas kasih sayang dan doa restu yang tiada henti-hentinya diberikan kepada penulis.

9. Abang Fachrul Ardani, adik-adik Muhammad Kadavi dan Sena Aprilia, saudara-saudari tercinta yang selalu menyemangatkan penulis.
10. Keluarga besar Ibrahim dan Ahmad Yuda yang selalu memberi doa dan menyemangatkan penulis.
11. Bang Anto yang selalu mendoakan, menyemangatkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Mayang, Siska, Momo, Tina, dan Ica, teman satu kost yang sudah seperti keluarga. Terimakasih atas canda tawa dan tangisnya, semoga kita selalu ingat satu sama lain.
13. Teman teman kuliah di Komunikasi : Panes, Akma, Rizki, Ana, Gifari, Imel, Dara, Nadila, Tiara, Banyu, Febri, Bangkit dan semua anak Komunikasi lainnya, terimakasih sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman teman dari Pekanbaru : Dita, Mona, Acit, Monic, Moundy, Puri, Dila, Dini, dan Irvan, terimakasih atas semangat yang telah diberikan.
15. Sahabat KKN Unit 183, yang telah banyak membantu penulis.
16. Seluruh keluarga besar Ilmu komunikasi dan Universitas Islam Indonesia, terimakasih banyak atas semua ilmunya.

Semoga segala sesuatu yang telah diberkahkan kepada penulis akan senantiasa mendapatkan limpahan rahmat dari Allah SWT dan ilmu yang diperoleh penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak, Amin.

Yogyakarta 8 Juli 2018

Penulis



Nadra Alfati

14321049

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Landasan Teori	10
F. Metode Penelitian.....	22
1. Paradigma Pendekatan Penelitian	22
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
3. Narasumber	23
4. Teknik Pengumpulan Data	24
5. Teknik Analisis Data.....	25
BAB II.....	27
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	27
A. Provinsi Riau	27
1. Sejarah Provinsi Riau.....	27

2. Geografis Provinsi Riau.....	28
3. Demografis Provinsi Riau	29
B. Narkoba dan Dampak Penggunaannya	30
C. Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau)	33
BAB III.....	37
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	37
1. Temuan Penelitian	37
A. Manajemen kampanye anti narkoba oleh Seksi Pencegahan divisi P2M BNNP Riau	37
B. Faktor Pendukung dan Penghambat	55
2. Pembahasan.....	57
A. Implementasi Kebijakan Publik	57
B. Manajemen Kampanye Anti Narkoba	59
C. Analisis SWOT pada Manajemen Kampanye.....	79
BAB IV	85
PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Keterbatasan Penelitian	86
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Narasumber	23
Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Setiap Kabupaten Provinsi Riau	30

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi BNNP Riau	35
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Akun media sosial Instagram BNNP Riau.....	66
Gambar 3.2. Akun media sosial Facebook BNNP Riau	66
Gambar 3.3. Akun media sosial Twitter BNNP Riau	67
Gambar 3.4. Postingan Instagram BNNP Riau.....	67
Gambar 3.5. Salah satu postingan pada Instagram Story BNNP Riau.....	68
Gambar 3.6. Salah satu postingan Facebook BNNP Riau	68
Gambar 3.7. Salah satu postingan Twitter BNNP Riau	69
Gambar 3.8. Contoh salah satu Poster Stop Narkoba dari BNNP Riau.....	70
Gambar 3.9. Contoh salah satu Leaflet dari BNNP Riau.....	70
Gambar 3.10 Diseminasi Informasi P4GN di <i>CFD</i>	74
Gambar 3.11 Diseminasi Informasi P4GN di Mall.....	75

ABSTRAK

Nadra Alfiati. Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2017.

Berkembangnya zaman dari waktu ke waktu, di era yang modern seperti sekarang ini terdapat banyak permasalahan sosial yang sering ditemukan pada masyarakat, salah satunya yaitu penyalahgunaan narkoba. Narkoba merupakan singkatan dari narkotika dan bahan-bahan berbahaya. Riau yang menjadi salah satu kota besar di Indonesia memiliki jumlah pengguna narkoba dan obat-obatan terlarang yang semakin banyak, terlebih dari kalangan remaja. Dari data yang diperoleh, 70 persen pengguna narkoba berasal dari kalangan pelajar baik sekolah menengah maupun mahasiswa, dan sekitar 40 persen dari orang dewasa.

Dengan melihat kenyataan demikian dan perlu adanya gerakan atau kampanye yang dilakukan pihak wewenang seperti dari Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau yang didalamnya terdapat divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat untuk menjalankan tugas tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi manajemen kampanye dalam kampanye anti narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan tahun 2017, serta untuk memaparkan faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Seksi Pencegahan divisi P2M BNNP Riau dalam melaksanakan kampanye anti narkoba tahun 2017. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan wawancara terhadap lima narasumber, dengan narasumber utama yaitu Kepala Seksi Pencegahan yang berlokasi di Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau).

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi manajemen kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) dalam melakukan kampanye atau Diseminasi Informasi P4GN dapat dikatakan sesuai dengan teori, yaitu meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengawasan atau evaluasi. Namun pada tahap evaluasi, Seksi Pencegahan kurang melakukan survey kepada audiens kampanye anti narkoba. Pada kegiatan kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, terdapat faktor pendukung sebagai berikut : berasal dari luar/eksternal BNNP Riau yaitu masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai antusias terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau. Sedangkan dari dalam/internal BNNP Riau yaitu terdapatnya kerjasama tim yang kuat antar sesama anggota dan juga anggaran yang cukup untuk melaksanakan kegiatan diseminasi informasi P4GN. Dari faktor penghambat yaitu, kurangnya sumber daya manusia (SDM) dan belum terdapatnya survey terhadap audiens dari media massa.

Kata Kunci : Narkoba, Manajemen Kampanye, BNNP Riau.

ABSTRACT

Nadra Alfiati. Analysis of Campaign Management Implementation in Anti Narcotics Campaign on National Narcotics Agency of Riau Province (BNNP Riau) Division of Prevention and Community Empowerment (P2M) Prevention Section 2017. Undergraduate Thesis. Communication Studies Program. Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences. Indonesian Islamic University. 2017.

Along with the times, there are many social problems that arise in the community, one of which is drug abuse. Drugs are short for narcotics and hazardous materials. Riau which became one of the big cities in Indonesia has a growing number of drug users and illegal drugs, especially among teenagers. From the data obtained, 70 percent of drug users come from high school students and college students, and about 40 percent of adults.

By looking at this fact and need the existence of movement or campaign by authority such as from National Narcotics Board of Riau Province in which there is division of Prevention and Community Empowerment to carry out the task, hence this research aim to explain the implementation of campaign management in anti narcotics campaign at Narcotics Agency National Riau Province (BNNP Riau) Division Prevention and Community Empowerment (P2M) Prevention Section in 2017, and to describe the supporting and inhibiting factors faced by Section Prevention division P2M BNNP Riau in implementing anti-drug campaign in 2017. This research type is descriptive, using constructivism paradigm with qualitative approach. Researchers conducted interviews with five speakers, with the main source namely the Head of Prevention Section located in the Office of National Narcotics Agency of Riau Province (BNNP Riau).

The result of this research is the implementation of campaign management conducted by Prevention Division of Prevention and Community Empowerment Division (P2M) in conducting campaign or dissemination of information of P4GN can be said in accordance with the theory, which include planning, organizing, mobilizing, and monitoring or evaluation. However, during the evaluation phase, the Prevention Section is less conducting a survey to an anti-narcotics campaign audience. In the campaign activity or dissemination of P4GN information conducted by Prevention Section, there are supporting factors as follows: coming from outside / external BNNP Riau that is society of Riau Province which have started enthusiastic to drug abuse case in Riau Province. While from within / internal BNNP Riau that there is strong team cooperation among fellow member and also budget enough to carry out activity of dissemination of information of P4GN. From the inhibiting factors that is, the lack of human resources (HR) and the absence of a survey of the audience from the mass media.

Keywords: Drugs, Campaign Management, BNNP Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, dalam kurun waktu 30 tahun (1970-2000), jumlah dari pemakai narkoba naik hingga 150 kali lipat. Selain itu, beberapa data membuktikan bahwa 97 persen masyarakat Indonesia mengetahui efek dari penyalahgunaan narkoba, tetapi hal itu dianggap tidak begitu penting (Setiyawati, dkk., 2015 : 88-90). Dari data tersebut, dapat diketahui meningkatnya pemakai atau penyalahgunaan narkoba di Indonesia terjadi karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap bahaya dari narkoba. Dengan bagitu, kesempatan ini digunakan oleh para oknum untuk menjual belikan narkoba kepada masyarakat Indonesia di berbagai daerah. Selain itu, barang narkoba mempunyai nilai jual yang cukup tinggi, sehingga menguntungkan para penjualnya. Alasan ini juga yang membuat banyak masyarakat menjadi penjual barang haram tersebut.

Narkoba tidak sepenuhnya dilarang penggunaannya di Indonesia. Narkoba dapat digunakan dalam dunia kesehatan jika tidak melebihi dosis, dan juga digunakan dalam ilmu pengetahuan. Didalam dunia kesehatan, narkoba dapat menyembuhkan penyakit atau dapat mengurangi rasa sakit. Namun, banyak masyarakat yang menyalahgunakan obat tersebut sebagai obat penenang maupun sebagai penghibur disaat seseorang terdapat masalah. Efeknya adalah membuat seseorang menjadi pecandu obat tersebut atau merasa ketergantungan. Selain itu, pada diri sendiri akan muncul berbagai penyakit dan hingga tidak sadarkan diri. Dari tidak sadarkan diri, seseorang dapat berbuat kriminal yang dapat membahayakan nyawa orang lain.

Dengan melihat bahaya penyalahgunaan narkoba yang begitu besar bagi diri sendiri maupun bagi orang lain, maka diberlakukannya lah peraturan dan hukum di Indonesia yang menjelaskan bahwa tidak diperbolehkannya penggunaan barang haram tersebut dengan penggunaan yang melebihi dosis, dan selain penggunaan untuk terapi atau dalam dunia kesehatan. Dalam agama Islam juga tidak diperbolehkannya penggunaan hal yang memabukkan yaitu minuman keras (khamar) yang disamakan dengan narkoba karena menyebabkan hilangnya akal sehat, hal tersebut dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Maidah ayat 90 berbunyi *“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”* (QS. Al Maidah: 90).

Terdapatnya hukum di Indonesia maupun hukum secara Islam, tidak menurunkan tingkat penyalahgunaan narkoba dimasyarakat. Salah satu daerah di Indonesia dengan penyalahgunaan narkoba terbanyak yaitu Provinsi Riau. Riau yang terletak di pulau Sumatera ini dijadikan sebagai lalu lintas narkoba, karena daerahnya yang strategis dekat dengan perbatasan luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura. Penyalahgunaan narkoba di Riau pada tahun 2016 meningkat sebanyak 20,38 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 1.453 kasus, dan 1.980 menjadi tersangka. Sedangkan pada tahun sebelumnya hanya 1.207 kasus. Lebih memprihatinkan lagi, tersangka yang merupakan pengedar maupun penggunaanya berasal dari kalangan remaja. Semakin meningkatnya penyalahgunaan narkoba di daerah ini, juga tidak terlepas dari keuntungan menggiurkan dari bisnis haram tersebut (Harian Riau, “Kasus Narkotika di Riau Meningkat 20 Persen”, akses 13 April 2017).

Pemerintah harus lebih memperhatikan kasus penyalahgunaan narkoba yang semakin meningkat di Provinsi Riau. Pada pemerintah, yang mempunyai kewajiban dalam menangani kasus penyalahgunaan yang terjadi di masyarakat adalah Polisi Daerah Provinsi Riau dan Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau). Polda Riau dan BNNP Riau bekerja sama dalam mengungkap kasus penyalahgunaan

narkoba yang terjadi di daerah Provinsi Riau, namun BNNP Riau mempunyai kewajiban yang lebih besar dalam menangani kasus penyalahgunaan narkoba ini. Badan Narkotika Nasional dibentuk oleh pemerintah untuk dapat mencegah penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba di Indonesia. Lebih khususnya, pemerintah berupaya dalam memerangi narkoba dengan membuat kebijakan nasional dibidang Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Dalam pelaksanaannya, pemerintah mengeluarkan Instruksi Presiden (Inpres) No 12 Tahun 2011 tentang pelaksanaan P4GN.

BNNP Riau telah melakukan tugasnya dengan cukup baik, terbukti dari banyaknya pengungkapan kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. BNNP Riau juga mengungkap kasus penyalahgunaan narkoba jaringan Internasional. Pada Kamis (5/10/2017), BNNP Riau bersama dengan Polda Riau mengungkap penyeludupan narkoba jenis sabu-sabu dan pil ekstasi di wilayah Kandis Provinsi Riau. Barang bukti 25 kilogram sabu dan 25 butir pil ekstasi dipasok dari luar negeri yaitu Malaysia, yang masuk melalui daerah Aceh dan Sumatera Utara, dan kemudian diedarkan di daerah Provinsi Riau (Tribun, “Ini Jaringan Narkoba Internasional yang diungkap di Riau”, akses 19 Agustus 2018).

Sebelumnya pada bulan Maret 2017, BNNP Riau juga berhasil mengungkap peredaran narkoba jaringan Internasional di Provinsi Riau yaitu di wilayah Rupa. Pada kasus tersebut, terdapat lima kilogram sabu dan seribu lebih pil ekstasi. Pelaku pada kasus tersebut berjumlah lima orang, dua orang ditangkap di Minas dan tiga orang ditangkap di Pekanbaru. Barang haram tersebut juga dipasok dari Malaysia (Tribun, “Ini Jaringan Narkoba Internasional yang diungkap di Riau”, akses 19 Agustus 2018).

Dari banyaknya pengungkapan kasus peredaran narkoba yang dilakukan oleh BNNP Riau, maka dapat menarik antusias masyarakat Riau jika BNNP Riau melakukan suatu kegiatan atau gerakan yang dapat mengurangi penyalahgunaan narkoba pada masyarakat Riau. Salah satu bentuk kegiatan tersebut yaitu berupa

kampanye. Kampanye adalah suatu tindakan serentak untuk mengadakan aksi yang dapat dilakukan oleh suatu kelompok, yang bertujuan untuk mencapai dukungan, dan dapat mempengaruhi khalayak.

Pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) yang bertanggung jawab untuk menjalankan kampanye anti narkoba ini kepada masyarakat adalah Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M). Sosialisasi, kampanye, atau kegiatan lain yang dapat mengurangi penyalahgunaan narkoba dimasyarakat di daerah Riau telah menjadi tugas dari BNNP Riau khususnya Seksi Pencegahan divisi P2M. Agar lebih efektif dalam penanganan penyalahgunaan di seluruh daerah di Indonesia, maka diperlukannya keaktifan dari setiap Badan Narkotika Nasional Provinsi di Indonesia. Terutama di provinsi Riau, dimana daerah ini memiliki peningkatan terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di masyarakat provinsi Riau.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Semakin meningkatnya penyalahgunaan narkoba di daerah Riau karena daerahnya yang strategis untuk pemasaran barang haram tersebut. Dengan melihat kenyataan demikian dan perlu adanya gerakan atau kampanye yang dilakukan pihak wewenang seperti dari Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau yang didalamnya terdapat divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat untuk menjalankan tugas tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimana Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Tahun 2017?” dan “Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh divisi P2M BNNP Riau dalam pelaksanaan kampanye anti narkoba tahun 2017?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan implementasi manajemen kampanye dalam kampanye anti narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan tahun 2017.
2. Untuk memaparkan faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Seksi Pencegahan divisi P2M BNNP Riau dalam melaksanakan kampanye anti narkoba tahun 2017.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Diharapkan dapat menambah pengetahuan teoritik dibidang manajemen kampanye, khususnya kampanye tentang anti narkoba.
 - b. Bagi kalangan civitas akademik seperti dosen, mahasiswa dan sebagainya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan membantu penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Sosial
 - a. Untuk instansi yang diteliti
Bagi instansi yang diteliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah landasan, membantu pengambilan keputusan, dan membantu penyusunan strategi yang dilakukan oleh divisi P2M BNNP Riau dalam melakukan kampanye anti narkoba di daerah Riau, agar pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh masyarakat.
 - b. Untuk peneliti
Dengan adanya penelitian ini, menambah pengetahuan bagi peneliti sendiri tentang penerapan manajemen kampanye dalam kampanye anti narkoba.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan untuk memperkuat penelitian ini, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mendekati penelitian ini. Pertama, skripsi yang dibuat oleh Kurniawan (2011) yaitu tentang Strategi Kampanye Kehumasan Kepolisian Daerah dalam Sosialisasi Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas & Angkutan Jalan, pada Bagian Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi kampanye kehumasan Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009, dan tujuannya juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat dan menunjang kegiatan kampanye Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam sosialisasi Undang-Undang Nomor 22 tahun 2009.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan metode pengumpulan datanya yaitu wawancara dan sumber data berupa data primer dan sekunder. Objek penelitian ini dikhususkan kepada humas polda Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki tugas menjalankan sosialisasi tentang lalu lintas dan angkutan jalan. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada sosialisasi atau kampanyenya, dimana penelitian terdahulu berfokus pada Undang-Undang No 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan. Sedangkan penelitian yang dilakukan kampanye tentang anti narkoba, sehingga objek penelitiannya pun menjadi berbeda. Namun persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu kampanye sosial kepada masyarakat. Kesimpulan pada penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh Polda DIY dengan melalui dua pendekatan yaitu komunikasi secara langsung dan melalui media tidak langsung. Dari evaluasi kampanye mempunyai beberapa tinjauan diantaranya sebagian masyarakat sadar seperti menyalakan lampu, memakai helm SNI, menggunakan SIM, dsb.

Penelitian Kedua yaitu skripsi yang dibuat oleh Alwahdi (2010) yaitu tentang strategi komunikasi Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta dalam mensosialisasikan kesadaran anti narkoba. Penelitian ini tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta dalam mensosialisasikan kesadaran anti narkoba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi yang diterapkan Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta dalam mensosialisasikan pentingnya kesadaran anti narkoba. Juga untuk menjelaskan strategi komunikasi mana yang lebih efektif, yang diterapkan Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta dalam mensosialisasikan anti narkoba. Teori yang digunakan penulis yaitu teori-teori strategi, komunikasi, dan strategi komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan juga dokumentasi.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu ini objek penelitiannya adalah Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta sedangkan penelitian yang dilakukan memiliki objek penelitian BNNP Riau khususnya bidang P2M. Persamaan pada penelitian yang sedang diteliti yaitu pada strategi dalam mensosialisasikan anti narkoba di masyarakat, dan pada bagian metode penelitiannya. Hasil dari penelitian ini adalah adanya tahapan strategi komunikasi yang dilakukan BNN DKI Jakarta sebelum melaksanakan sosialisasi anti narkoba, yaitu: perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Dilihat dari implementasinya, strategi komunikasi yang dilakukan oleh BNN DKI Jakarta lebih sering menggunakan media cetak dalam mensosialisasikan anti narkoba.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Zaini (2011) tentang kampanye *Public Relations* PT. PLN (Persero) APJ Banten Utara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan energi listrik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan saluran komunikasi yang digunakan dalam strategi kampanye *public relations* oleh PT. PLN (Persero) Banten Utara , untuk menjelaskan jenis

kampanye yang digunakan dalam strategi kampanye, dan untuk menjelaskan strategi yang digunakan dalam merancang pesan pada kampanye *public relations* oleh PT. PLN (Persero) APJ Banten Utara.

Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) APJ Banten Utara dalam melaksanakan strategi kampanye *public relations* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan energi listrik dengan menggunakan tiga saluran komunikasi, yakni : menggunakan metode tatap muka kepada masyarakat. Selain itu juga menggunakan opinion leader, yaitu menggunakan para aparat dan pemuka masyarakat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Terakhir yaitu menggunakan media massa, seperti memasang iklan layanan masyarakat pada media cetak, yaitu Radar Banten dan Banten Raya Post. Mengadakan talk show di beberapa radio lokal seperti Banten FM, radio TOP FM. Penggunaan media luar ruang, seperti spanduk dan baliho.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang diteliti terletak pada fokus permasalahannya yaitu penelitian terdahulu ingin meningkatkan kesadaran masyarakat akan penggunaan energi listrik, sedangkan penelitian yang diteliti ingin menjelaskan bagaimana penerapan manajemen kampanye pada kampanye anti narkoba. Sehingga objek yang diteliti pun juga berbeda, pada penelitian terdahulu yang menjadi objek yaitu humas PT. PLN (Persero) APJ Banten Utara, sedangkan penelitian yang dilakukan memiliki objek penelitian BNNP Riau khususnya bidang P2M. Persamaannya yaitu pada bagaimana melakukan suatu kampanye yang efektif kepada masyarakat, dan persamaan juga terletak pada metode yang digunakan.

Penelitian selanjutnya yaitu yang dilakukan oleh Jayanti (2010) yaitu tentang Manajemen Kampanye dalam Pemilihan Presiden 2009. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen kampanye yang dilakukan Tim Kampanye SBY-Boediono Kota Surakarta dalam pilpres 2009. Metode yang digunakan pada penelitian terdahulu ini adalah deskriptif kualitatif dengan subjek

penelitian manajemen kampanye yang dilakukan oleh Tim Kampanye SBY-Boediono Kota Surakarta dalam rangka memenangkan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui cara observasi, wawancara, dan studi dokumen.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada kampanye yang diteliti, penelitian terdahulu meneliti tentang kampanye politik, sedangkan penelitian ini tentang manajemen kampanye anti narkoba. Sehingga objek yang diteliti pun juga berbeda, pada penelitian terdahulu objek yang diteliti yaitu Tim Kampanye SBY-Boediono Kota Surakarta dalam pilpres 2009, sedangkan objek dari penelitian ini adalah Seksi Pencegahan Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau. Namun terdapat beberapa persamaan dengan penelitian terdahulu ini, yaitu teori yang digunakan adalah manajemen kampanye dan penggunaan analisis SWOT. Selain itu metode penelitian yang digunakan peneliti terdahulu sama dengan penelitian ini yaitu deskripsi kualitatif.

Penelitian terakhir yaitu dari Rafdayani (2008) tentang kampanye *Public Relations* dalam kegiatan menyosialisasikan dan mengedukasi masyarakat tentang konversi minyak tanah ke elpiji 3 kg melalui program juru penerang *mobile*, pada PT. Pertamina (Persero), Tbk. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan bagaimana langkah-langkah yang dilakukan PT. Pertamina (Persero), Tbk dalam penggiatan program kampanye *Public Relations* dalam kegiatan untuk menyosialisasikan dan mengedukasi masyarakat tentang Konveksi Minyak Tanah ke Elpiji 3 Kg melalui program Juru Penerang *mobile* (periode maret 2008 – juni 2008).

Hasil dari penelitian terdahulu ini yaitu *Public Relations* dari PT.Pertamina (Persero), Tbk mengimplementasi 4 dari 7 konsep yang Rosadi Ruslan tentang langkah-langkah penggiatan program kampanye, yaitu merumuskan dan target waktunya, menetapkan anggaran untuk kampanye tersebut, kegiatan program kampanye, dan analisis hasil program dan aplikasinya. Sehingga terdapat 3 konsep

yang tidak diterapkan pada kampanye yang dilakukan *Public Relations* PT. Pertamina (Persero), Tbk, yaitu tidak melakukan analisis situasi yaitu menggunakan analisis SWOT, kedua tidak menentukan publik sesuai dengan konsep yang ada, dan yang terakhir adalah tidak menentukan media seperti yang terdapat dalam konsep karena dalam melakukan komunikasi hanya dengan komunikasi tatap muka langsung dengan masyarakat.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada masalah yang ingin dikampanyekan, pada penelitian terdahulu ini melakukan kegiatan untuk menyosialisasikan dan mengedukasi masyarakat tentang Konveksi Minyak Tanah ke Elpiji 3 Kg melalui program Juru Penerang mobile, sedangkan pada penelitian yang dilakukan melakukan kampanye tentang anti narkoba sehingga objek yang diteliti pun juga berbeda. Namun persamaan dari kedua penelitian ini yaitu pada pelaksanaan kampanye, sehingga kerangka pemikiran dari kedua penelitian ini memiliki kesamaan yaitu adanya komunikasi yang efektif dalam menjalankan sebuah kampanye.

2. Landasan Teori

A. Implementasi Kebijakan Publik

Pada tahun 1970-an menjadi awal kemunculan studi tentang implementasi di Amerika Serikat. Munculnya ilmu ini sebagai bentuk reaksi keprihatinan atas efektivitas berbagai program reformasi. Selanjutnya terdapat beberapa generasi dalam studi implementasi ini. Tahun 1970-an yang dapat disebut sebagai generasi pertama, nada pesimis menjadi tanda yang mendominasi sebagian besar di tahun 1970-an. Beberapa studi kasus tentang contoh dari kegagalan implementasi menjadi pemicu dari pesimisme. Namun, terdapat prestasi yang paling penting dari generasi pertama peneliti implementasi yaitu meningkatnya kesadaran terhadap isu dalam komunitas ilmiah yang lebih luas dan masyarakat umum (Fischer dan Gerald, 2015 : 127).

Teori bukanlah menjadi fokus utama dalam studi implementasi pada generasi pertama, pada generasi selanjutnya atau generasi kedua yang mulai mengajukan berbagai kerangka teori dan hipotesis. Sehingga menimbulkan perdebatan yang dikenal dengan pendekatan atas-bawah dan bawah-atas. Untuk menjadi penengah dari perdebatan tersebut, maka terbentuklah pendekatan atau teori baru yaitu hibrida. Terbentuknya teori ini dengan menggabungkan wawasan pemikiran dari kedua teori sebelumnya. (Fischer dan Gerald, 2015 : 128). Dari beberapa model implementasi kebijakan tersebut, peneliti menggunakan salah satunya yaitu Model Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gun (1978). Konsep dasar dari model ini adalah menggunakan manajemen strategis, yang mengarah pada manajemen secara sistematis dan tentunya tidak meninggalkan kaidah dasar. Pada model Hogwood dan Gun, terdapat beberapa syarat untuk melakukan implementasi kebijakan (Nugroho, 2006, 131-132), syarat-syarat tersebut sebagai berikut :

1. Terdapat jaminan bahwa pihak dari eksternal yang dihadapi badan pelaksana tidak menimbulkan masalah yang besar.
2. Dari segi sumber dayanya, yaitu tersedia atau tidaknya sumber daya yang memadai untuk dapat melaksanakan implementasi kebijakan. Sumber daya yang dimaksud juga termasuk sumber daya waktu.
3. Tersedianya berbagai sumber-sumber yang diperlukan.
4. Dengan adanya suatu masalah, tentu diperlukannya jalan keluar untuk menyelesaikan masalah tersebut. Syarat selanjutnya untuk melakukan implementasi kebijakan yaitu, apakah sebuah kebijakan yang dibuat dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi.
5. Kebijakan yang memiliki hubungan “sebab-akibat” yang terlalu tinggi, maka secara otomatis akan menurunkan keefektivitas implementasi kebijakan.
6. Kemungkinan kecil yang akan terjadi pada hubungan saling ketergantungan.
7. Terdapatnya pemahaman yang dalam dan adanya kesepakatan yang dilakukan terhadap tujuan.
8. Berbagai tugas-tugas yang ada, dijelaskan secara rinci dan ditempatkan pada setiap urutan yang benar. Dengan adanya tugas yang dijelaskan secara tersusun maka akan dapat mencapai keefektivitas implementasi kebijakan.
9. Diperlukannya komunikasi dan koordinasi yang baik, karena komunikasi sangat penting untuk perekat organisasi, dan dengan adanya koordinasi memudahkan kerjasama sesama tim.

Berbagai pihak yang memiliki kekuatan dalam wewenang kekuasaan mendapat hak untuk menuntut dan kepatuhan yang sempurna. Kekuasaan menjadi salah satu syarat untuk mencapai keefektifitas implementasi kebijakan. Tanpa kekuasaan, kebijakan tidak ada apa-apanya, dan tidak akan berdampak pada target kebijakan.

B. Manajemen Kampanye

Manajemen merupakan suatu kegiatan pengarahan atau pengawasan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan cara yang efektif efisien (Robbins, 2010; 7). Kata manajemen berarti sebuah kegiatan, pada pelaksanaannya disebut dengan *managing*, sedangkan pelaksananya disebut manager. Salah satu kegiatan yang memerlukan adanya seorang manager dan tentunya juga manajemen yaitu kampanye.

Kampanye adalah suatu tindakan serentak untuk mengadakan aksi yang bertujuan untuk mencapai dukungan, maupun mempengaruhi khalayak. Dengan kata lain kampanye dapat disamakan dengan propaganda. Baik kampanye maupun propaganda sama sama menggunakan berbagai saluran komunikasi dalam menyampaikan pesan. Memang terdapat beberapa kesamaan kedua konsep tersebut. Namun sebenarnya kedua konsep tersebut secara akademis berbeda, dan biasanya kampanye terdengar memiliki citra positif dimasyarakat sedangkan propaganda lebih dikenal ke arah negatif.

Kampanye merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekumpulan orang atau yang disebut dengan kelompok, karena melaksanakan kampanye seorang diri dianggap mustahil dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kampanye yang dimaksud bukan pada saat seseorang/pembicara melakukan kegiatan kampanye ditengah masyarakat, itu merupakan pelaksanaan. Namun yang dimaksud adalah proses atau tahapan-tahapan dari awal perencanaan sebuah kegiatan kampanye yang ingin dilakukan, selanjutnya pengorganisasian hingga kegiatan terlaksana dengan baik, setelah itu tentu adanya dari kegiatan kampanye yang telah dilakukan. Tentunya

tahapan-tahapan ini memerlukan banyak orang agar kampanye dapat berjalan dengan baik, atau karena terbatasnya kemampuan setiap individu maka untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dapat dilakukan dengan bersama (kelompok).

Tahapan-tahapan tersebut merupakan fungsi dari manajemen. Fungsi ini menjadi acuan dalam pelaksanaan suatu kegiatan seperti kampanye. Sehingga fungsi-fungsi manajemen sangat dibutuhkan dalam sebuah kampanye, karena jika tidak melakukan tahapan-tahapan tersebut maka akan kesulitan melakukan kampanye. Dari awal adanya kampanye, memang sudah meliputi tahapan dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Namun bedanya sekarang, berbagai tahapan tersebut diformalkan dengan istilah manajemen kampanye yaitu suatu proses pengelolaan kegiatan kampanye secara efektif dan tentunya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya manajemen ini, diharapkan peluang keberhasilan mencapai tujuan tersebut menjadi lebih besar.

Para ahli mempunyai pendapat yang berbeda-beda terhadap fungsi-fungsi manajemen, namun peneliti mengambil fungsi manajemen dari G.R Terry yaitu (Badrudin, 2013; 14) :

- a. G.R Terry
 1. *Planning* (Perencanaan)
 2. *Organizing* (Pengorganisasian)
 3. *Actuating* (Penggerakan)
 4. *Controlling* (Pengawasan)

1. *Planning* (Perencanaan)

Definisi perencanaan yang dikemukakan oleh salah satu ahli yaitu G.R Terry “(*Planning is the selecting and relating of facts and the making and using of assumption regarding the future in the visualization and formulation of proposed activations believed necessary to achieve desired results*)” (Badrudin, 2013; 54) ,

perencanaan adalah pemilihan dan pengaitan fakta dengan menggunakan asumsi mengenai masa yang akan datang dalam visualisasi dan perumusan usulan pengaktifan yang diyakini akan diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dapat disimpulkan, perencanaan adalah penentuan sebuah rencana yaitu tahap awal sebelum melakukan sesuatu hal.

Terdapat aspek-aspek dalam perencanaan kampanye (Venus, 2004; 146-158) :

a. Analisis Masalah

Langkah awal dalam suatu perencanaan adalah dengan melakukan analisis masalah. Agar dapat teridentifikasi dengan jelas, maka analisis masalah dilakukan dengan terstruktur. Data atau informasi yang berhubungan dengan permasalahan harus dilakukan secara objektif, dan tertulis agar dapat dilihat kembali pada setiap waktu.

b. Penyusunan Tujuan

Tujuan harus disusun dan bersifat realistis. Tujuan kampanye dapat dibuat setinggi mungkin, namun terdapat beberapa batasan internal maupun eksternal yang harus diperhatikan agar tujuan yang dibuat kemungkinan besar dapat tercapai.

c. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Menurut Arens (1999), identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dilaksanakan dengan melakukan pemilahan atau segmentasi terhadap kondisi geografis, demografis, kondisi perilaku, dan kondisi psikografis. Kondisi geografis berkaitan dengan ukuran daerah, lokasi, jenis media serta budaya komunikasi ditempat tersebut. Kondisi demografis yaitu karakteristik jenis kelamin, suku, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Kondisi perilaku dapat dilihat dari status, gaya hidup. Sedangkan kondisi psikografis dilihat dari nilai budaya yang dianut oleh publiknya.

d. Menentukan Pesan

Terdapat empat tahap yang perlu dilakukan dalam merencanakan pesan yaitu : mengambil persepsi yang berkembang dimasyarakat terkait dengan isu yang akan dikampanyekan, mencari celah untuk masuk dan mengubah persepsi, melakukan identifikasi elemen-elemen persuasi, dan terakhir yaitu menyakinkan bahwa pesan tersebut telah layak untuk disampaikan dalam program kampanye, uji coba dengan cara memilih sampel dari populasi yang dituju.

e. Strategi dan Taktik

Strategi dapat diartikan sebagai pendekatan yang diambil untuk menuju pada suatu kondisi tertentu, yang dibuat berdasarkan analisis masalah dan tujuan yang diinginkan. Sedangkan taktik, lebih konkret dari strategi. Taktik tergantung pada tujuan dan sasaran yang akan dibidik pada program kampanye, jika tujuan dan sasaran semakin kompleks maka taktik yang digunakan harus semakin kreatif.

f. Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Kampanye dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu, dapat berasal dari pihak luar, dan adapula rentang waktu yang telah ditetapkan sendiri. Selain perencanaan waktu, hal lain yang harus dipikirkan yaitu sumber daya kampanye agar kampanye dapat berjalan dengan lancar. Sumber daya tersebut dibagi menjadi tiga, yaitu : sumber daya manusia, dana operasional, dan peralatan. Sumber daya manusia berupa jasa untuk mendukung program kampanye. Sumber dana operasional didasarkan pada efektivitas dan efisiensi, yaitu mendapatkan sesuatu yang lebih dengan jumlah uang dikeluarkan. Terakhir adalah sumber daya peralatan, yaitu penggunaan alat atau barang-barang dalam melaksanakan suatu kampanye.

g. Evaluasi dan Tinjauan

Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang dihasilkan kampanye. Pada kampanye yang dilakukan berkelanjutan, evaluasi merupakan bagian yang terus berjalan karena hasil evaluasi tersebut nantinya akan digunakan sebagai tinjauan untuk program kampanye selanjutnya.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah pembagian tugas-tugas atau pekerjaan kepada setiap orang yang berada dikelompok/karyawan, pembagian tersebut tidak hanya pada bagian tugas saja, tetapi juga yang pembagian lainnya. G.R Terry mendefinisikan “*Organizing is the establishing of effective behavioral relationship among persons so that they may work together efficiently and gain personal satisfaction in doing selected tasks under given environmental conditions for the purpose of achieving some goal or objective*”, Pengorganisasian adalah pembentukan perilaku yang efektif pada orang-orang dalam suatu kelompok, sehingga dapat bekerja sama secara efisien dan mendapatkan kepuasan pribadi dalam melakukan tugas yang dipilih berdasarkan kondisi lingkungan yang ada untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Badrudin, 2013; 114).

Pada pengorganisasian, hal utama yang harus diperhatikan yaitu komunikasi yang artinya bertukar informasi dan penyampaian makna. Komunikasi ini berguna untuk mengelola aktivitas-aktivitas dalam suatu organisasi. Menurut M.T Myers dan G.E.Myers, dalam bukunya yaitu *Management of Communication*, komunikasi memudahkan seseorang mengoordinasikan suatu kegiatan kepada orang lain untuk mencapai tujuan bersama.

Terdapat beberapa hal dalam komunikasi organisasi, yaitu (Ruslan, 2006; 92-94):

a. Mempertukarkan Simbol

Dalam organisasi, pertukaran simbol atau lambang diharapkan dapat menghasilkan pengertian yang sama antara komunikator dengan komunikan. Pertukaran simbol atau lambang ini dapat secara lisan maupun tulisan. Pesan atau perintah dari atasan dalam suatu organisasi, akan disampaikan dalam bentuk verbal melalui kata-kata yang diucapkan secara lisan, dan tulisan seperti nota dinas, laporan pekerjaan, dan lain sebagainya. Sedangkan secara non verbal, simbol atau lambang dapat berbentuk bahasa tubuh, seperti ekspresi wajah, isyarat, dan lain sebagainya.

b. Membentuk Makna Tertentu.

Semakin sering seseorang berkomunikasi dengan orang lain, akan semakin besar kesamaan makna yang dimiliki antara dua pihak tersebut. Sama halnya dengan komunikasi, semakin banyak melakukan komunikasi antar sesama orang diorganisasi tersebut, maka akan semakin besar kemungkinan untuk mengembangkan suatu kesepakatan, sehingga mampu menciptakan opini publik yang positif.

c. Mengembangkan Harapan-Harapan

Berbagai simbol-simbol yang telah didapat dari komunikasi dengan orang lain, maka seseorang dapat mempelajari simbol tersebut dan menghubungkannya dengan pengalaman yang diperoleh, serta mengamati dan menganalisis apa yang akan dilakukan dengan pihak lain ketika menggunakan simbol-simbol tertentu. Tidak hanya membantuk sautu makna dari mempelajari simbol tersebut, tetapi seseorang juga dapat mengembangkan suatu harapan tentang apa yang akan dilakukan dan dipikirkan orang tersebut untuk selanjutnya.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Pada bagian ini, perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya harus dilaksanakan. Perencanaan tersebut merupakan strategi dasar organisasi yang akan dilaksanakan oleh pihak atau anggota organisasi maupun pihak-pihak luar organisasi. Pelaksanaan harus sangat diperhatikan, karena strategi, teknik, ataupun metode yang sudah dipikirkan dan telah ditentukan sebelumnya, tanpa adanya gerakan maka tentu saja tidak ada hasil yang dicapai dan tujuan organisasi pun tidak akan terwujud. Dengan kata lain, tahap ini mendorong para anggota organisasi untuk bergerak atau bekerja sebaik mungkin dengan efektif dan efisien demi terwujudnya tujuan organisasi. Walaupun sudah terdapat perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya, bukan berarti pelaksanaan atau penggerakan suatu kegiatan dapat dengan mudah dilaksanakan, terutama pada sumber daya manusianya (Siagian, 2005; 95).

Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan dalam tahap pelaksanaan yaitu (Venus, 2004; 200-208) :

a. Realisasi Unsur-Unsur Pokok Kampanye

1. Perektutan dan Pelatihan Personel Kampanye

Pemilihan siapa saja yang akan ikut terlibat dalam pelaksanaan kampanye merupakan tahap awal dalam melaksanakan kampanye. Setelah pemilihan siapa saja pihak-pihak yang ikut serta, maka harus diberikan pelatihan baik yang bersifat teknis maupun nonteknis yang berkaitan dengan berbagai aspek dan proses dalam sebuah kegiatan kampanye.

2. Mengontruksi Pesan

Pesan kampanye memiliki berbagai dimensi yaitu verbal, nonverbal, dan visual. Namun dari berbagai dimensi tersebut, konstruksi pesan kampanye harus didasarkan pada pertimbangan kesederhanaan, kedekatan dengan situasi khalayak, kejelasan isi pesan, keringkasan, kebaruan, konsisten, kesopanan, dan sesuai dengan objek kampanye.

3. Menyeleksi Penyampai Pesan Kampanye

Faktor pokok yang harus diperhatikan dalam menyeleksi pelaku kampanye yaitu kesesuaian tokoh dengan objek kampanye, media yang digunakan, dan kredibilitas tokoh yang bersangkutan dimata publik.

4. Menyeleksi Saluran Kampanye

Faktor pokok yang perlu dipertimbangkan dalam memilih media diantaranya : jangkauan media, biaya, waktu, tipe dan ukuran besarnya khalayak yang dijangkau, tujuan, dan objek kampanye. Karakteristik khalayak secara demografis, psikografis, ataupun geografis, dan penggunaan media khalayak yang biasa digunakan juga harus dipertimbangkan dalam memilih media.

b. Uji Coba Rencana Kampanye

Pada uji coba rancangan, unsur pesan kampanye biasanya menjadi fokus utama, karena pesan adalah kunci untuk membangun kesamaan persepsi antara pelaksana kampanye dengan khalayak sasaran kampanye.

c. Tindakan dan Pemantauan Kampanye

Sebuah kegiatan kampanye, harus dipantau agar selalu sesuai dengan arah yang telah ditetapkan. Dalam prakteknya akan banyak kendala yang dihadapi dilapangan, sehingga tindakan kampanye bukan tindakan yang kaku dan parsial, melainkan adaktif, integrative, dan berorientasi pada pemecahan masalah.

1. Adaktif

Terbuka terhadap berbagai masukan baru atau temuan yang terjadi dilapangan. Sumber informasi yang digunakan sebagai dasar pertimbangan penyesuaian tindakan adalah buku harian kampanye dan laporan kemajuan.

2. Antisipatif

Harus memperhitungkan berbagai kemungkinan yang akan muncul pada saat pelaksanaan kampanye. Dengan antisipatif, pelaku telah mempersiapkan alternatif pemecahan terhadap masalah yang mungkin akan timbul.

3. Orientasi Pemecahan Masalah

Jika dalam upaya mencapai tujuan pada suatu kegiatan kampanye muncul masalah, maka yang harus dipikirkan oleh pelaku kampanye pertama kali yaitu bagaimana cara memecahkan masalah tersebut. Bukan larut dalam masalah, dan mencari siapa atau apa penyebab dari masalah tersebut tanpa mencari solusinya.

4. Integratif dan Koordinatif

Keberhasilan kampanye ditentukan oleh bagaimana pelaksana kampanye bertindak secara integratif dan koordinatif. Koordinasi dilakukan antar sesama pelaksana kampanye, dan dengan berbagai pihak terkait yang ikut serta mempengaruhi kelancaran kampanye demi mencapai suatu tujuan.

d. Laporan Kemajuan

Laporan kemajuan merupakan dokumen yang penting bagi seluruh pelaksana kampanye. Dalam laporan kemajuan terdapat berbagai data dan fakta yang terkait selama masa dilakukannya kampanye

4. *Controlling (Pengawasan)/Evaluasi*

Pengawasan merupakan tahap akhir dari fungsi-fungsi manajemen kampanye yang digunakan pada penelitian ini. Pada tahap ini mengamati seluruh kegiatan organisasi sesuai atau tidaknya dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya (Siagian, 2005; 125). Dengan kata lain pengawasan yaitu membandingkan kegiatan yang terjadi dengan rencana sebelumnya, melihat apakah ada penyimpangan yang terjadi, jika terdapat maka harus mengambil tindakan keputusan untuk menggunakan sumber daya yang ada dengan sebaik mungkin agar tujuan organisasi yang diinginkan dapat terwujud.

Terdapat beberapa tingkatan evaluasi dalam kampanye, yaitu (Venus, 2004; 212):

a. Tingkatan kampanye

Pertanyaan pokok pada tingkatan ini adalah apakah kampanye yang dilakukan dapat menjangkau khalayak sasaran yang ditetapkan? Dan, apakah khalayak memberi perhatian pada kampanye yang dilakukan oleh pelaku kampanye? Terdapat metode kuantitatif untuk menjawab pertanyaan tersebut, yaitu dengan metode survei. Metode ini bukan hanya memberikan gambaran berapa persen kira-kira khalayak yang diterpa pesan kampanye, tetapi juga dapat menjelaskan apakah khalayak memperhatikan isi pesan dari kampanye tersebut.

b. Tingkatan sikap

Pada tingkatan ini, bukan hanya sekedar apakah khalayak memberi perhatian terhadap sebuah kampanye. Pelaku kampanye menginginkan khalayak mendapat pengetahuan atau kesadaran setelah mengikuti kampanye yang telah dilakukan.

Metode yang digunakan dapat berupa survei atau uji sederhana. Metode survei digunakan untuk sampel dalam jumlah besar, sedangkan tes sederhana digunakan untuk kelompok sasaran yang terbatas.

c. Tingkatan perilaku

Tingkatan perilaku adalah yang paling penting dalam kebanyakan evaluasi kampanye. Namun jenis evaluasi ini sering diabaikan dan dilakukan dengan sekedarnya, atau hanya mengamati realitas permukaan. Untuk memastikan data yang akurat tentang perubahan perilaku, para ahli kampanye menyarankan untuk melihat langsung perilaku tersebut secara apa adanya dalam situasi yang normal.

d. Tingkatan Masalah

Tingkatan ini merupakan level akhir dari evaluasi. Masalah disini diartikan sebagai kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Kriteria keberhasilan dalam tingkatan masalah diukur dengan membandingkan antara data sebelum dan sesudah kampanye. Jika data menunjukkan berkurangnya kesenjangan, maka kampanye menunjukkan tanda keberhasilan. Namun jika kesenjangan tidak berubah, maka kampanye yang dilakukan bisa jadi tidak efektif untuk evaluasi pada tingkatan masalah.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang paling sering digunakan, karena cukup mudah dilakukan dan memiliki dampak yang besar bagi suatu perusahaan, organisasi atau instansi yang dianalisis. Kegunaan dari melakukan analisis SWOT ini yaitu untuk menentukan strategi seperti apa yang baik digunakan oleh suatu perusahaan, organisasi atau instansi. SWOT merupakan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT juga bertujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana keadaan perusahaan atau organisasi tersebut dengan lebih menyeluruh (Fahmi, 2010; 265).

Pada logika analisis SWOT yaitu dengan memaksimalkan *Strengths* (Kekuatan) yang berasal dari dalam organisasi dan *Opportunities* (Peluang) yang berasal dari luar organisasi. Kedua hal ini merupakan hal positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi yang dianalisis. Sedangkan dalam waktu bersamaan, juga dapat meminimalkan *Weaknesses* (Kelemahan) yang berasal dari dalam organisasi dan *Threats* (ancaman) yang berasal dari luar organisasi, tentunya ini merupakan hal negatif yang dihadapi oleh organisasi (Rangkuti, 2017; 19).

Dengan adanya analisis SWOT, memberi panduan kepada perusahaan atau organisasi untuk lebih fokus dalam masalah yang dihadapi. Inilah tujuan dari penerapan analisis SWOT pada suatu perusahaan. Selain itu juga sebagai perbandingan berfikir dari berbagai sudut pandang, yaitu dari kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan, dan peluang, ancaman yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan (Fahmi, 2010; 265). Ancaman yang berasal dari luar sebaiknya dapat dianalisa terlebih dahulu, agar organisasi atau perusahaan tidak panik menghadapi ancaman dimasa yang akan datang.

F. Metode Penelitian

1. Paradigma Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menjelaskan fenomena yang terjadi melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini lebih menjelaskan kedalaman kualitas data bukan pada kuantitas. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan data secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, sehingga penulis dapat menemukan jawaban atas pertanyaan dari penelitian ini, yaitu penerapan manajemen kampanye dalam kampanye anti narkoba pada divisi P2M BNNP Riau.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung kurang lebih enam bulan, yaitu dari bulan September 2017 - Februari 2018. Pada penelitian ini meliputi beberapa tahapan, yang awalnya dimulai dari proses pembuatan proposal, selanjutnya melakukan pengamatan dilapangan, mencari berbagai data yang dibutuhkan, setelah data terkumpul maka dilakukan pembahasan, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Waktu pengambilan data dilapangan dilakukan kurang lebih dua minggu, yang dilakukan pada bulan Oktober. Lokasi penelitian merupakan tempat dari sumber data yang akan diperoleh, tempat tersebut adalah kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau yang berada di Jalan Pepaya No.65, Jadirejo, Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28156, Telp : (0761) 859622.

3. Narasumber

Narasumber pada penelitian ini yaitu divisi P2M BNNP Riau, humas BNNP Riau, Kabid Narkoba Polda Riau, dan beberapa masyarakat Riau yang menjadi audiens kampanye. Berikut yang menjadi narasumber pada penelitian ini :

Nama	Jabatan
Dina Fitriana Lubis	Kepala Seksi Pencegahan Bidang P2M BNNP Riau
Liandra Arcye Oktera	Humas BNNP Riau
T. Saharuddin	Kadib Narkoba Polda Riau
Ibu Ana	Humas SMAN 1 Pekanbaru
Abdi Darsono	Ketua Osis SMA 1 Pekanbaru

Tabel 1.1
Daftar Narasumber

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Pada penelitian ini yang menjadi sumber data yaitu berupa primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari narasumbernya seperti wawancara. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu peneliti (orang yang melakukan riset untuk mendapatkan informasi) dengan mengajukan pertanyaan kepada terwawancara atau narasumber (seseorang yang di asumsikan mempunyai informasi yang diketahui dan informasi yang penting tentang suatu objek).

Wawancara dalam sebuah penelitian sangat penting untuk mendapatkan informasi dari berbagai macam narasumber yang nantinya informasi tersebut akan dijadikan sebagai data penelitian. Melalui wawancara, peneliti dapat mengetahui informasi tentang peristiwa yang telah berlangsung atau peristiwa dimasa lampau, yang mungkin tidak dapat di ketahui melalui observasi saja. Ini di definisikan sebagai suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam.

Pada penelitian ini, peneliti mempersiapkan beberapa pertanyaan yang terkait dengan apa yang ingin dibahas pada penelitian ini, dan kemudian dijawab secara bebas dan terbuka oleh subjek atau narasumber yaitu divisi P2M BNNP Riau Seksi Pencegahan, humas BNNP Riau, dan beberapa masyarakat Riau. Wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen kampanye pada kampanye anti narkoba yang dilakukan oleh humas divisi P2M BNNP Riau.

b. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung atau data-data tersebut telah ada sebelum peneliti melakukan penelitian, dengan kata lain data-data tersebut merupakan arsip yang selalu disimpan oleh objek.

Tentunya data-data ini akan dapat mendukung hasil temuan pada penelitian, baik yang berupa artikel, maupun foto dokumentasi. Pada penelitian ini, dokumentasi tersebut dapat diperoleh pada bidang P2M BNNP Riau, namun tentunya pengumpulan data ini tidak secara langsung pada saat wawancara ataupun observasi, karena data tersebut sudah diambil pada waktu lampau, yang menjadi bukti dan data yang dibutuhkan.

5. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman. Model ini membagi analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga tahap yaitu (Afrizal, 2014; 178-180) :

a. Kodifikasi data

Pada tahap ini, peneliti memberi penamaan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Dari hasil kegiatan pertama diperoleh tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Cara melakukan *kodifikasi* atau penamaan dalam tahap ini yaitu dengan menulis ulang catatan-catatan yang ditemukan di lapangan. Jika wawancara direkam, maka tahap awalnya yaitu mentranskrip hasil wawancara. Setelah hasil wawancara tersebut ditulis ulang dengan rapi, peneliti membaca keseluruhan dari catatan atau transkrip wawancara tersebut. Hal selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah memilah informasi yang penting, kurang penting, dan tidak penting dengan cara memberi tanda-tanda, untuk memudahkan peneliti. Setelah pemberian tanda-tanda, peneliti memberi perhatian khusus kepada data yang penting, tentunya yang sesuai dengan penelitian agar pertanyaan dari penelitian ini dapat ditemukan jawabannya. Dari data yang penting tersebut, peneliti menafsirkan apa yang disampaikan oleh narasumber. Setelah menafsirkan, peneliti memberi kode atau kategori-kategori terhadap tafsiran yang telah dibuat.

b. Penyajian Data

Tahap selanjutnya dari analisis data yaitu penyajian data. Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan yang telah dilakukan sebelumnya. Inilah pentingnya melakukan *kodifikasi* data, karena untuk memudahkan peneliti menyajikan data dalam sebuah penelitian. Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif berupa teks naratif dari hasil catatan lapangan. Pada penyajian data, peneliti harus memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Tahap penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dalam analisis data. Peneliti menafsirkan dari temuan yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui wawancara maupun dokumentasi, atau dengan kata lain, peneliti berusaha mencari makna dari data yang disajikan dalam suatu penelitian. Setelah mengambil kesimpulan, peneliti harus mengecek atau meninjau kembali dari proses coding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan, maka diperlukannya diskusi dengan orang lain terkait penelitian tersebut. Dengan melakukan tiga tahap ini, peneliti telah memiliki temuan penelitian berdasarkan analisis data.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Provinsi Riau

1. Sejarah Provinsi Riau

Riau berasal dari bahasa Portugis yaitu “Rio” yang mempunyai arti sungai. Dahulu daerah yang termasuk Riau hanya wilayah yang dipertuan muda, pada masa itu merupakan Raja Bawah Johor yang terdapat di Pulau Penyengat. Kemudian wilayah tersebut menjadi Residentie Riouw yang merupakan pemerintahan Hindia-Belanda berpusat di Tanjung Pinang. Masyarakat setempat mengeja Riouw menjadi Riau. Inilah awal terbentuknya nama Riau pada Provinsi Riau (<https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum> , akses tanggal 28 Februari 2018).

Riau yang dikenal hingga sekarang, merupakan gabungan dari beberapa kerajaan Melayu yang pernah berjaya diwilayah ini, seperti : Kerajaan Indragiri (1658-1838), Kerajaan Siak Sri Indrapura (1723-1858), Kerajaan Pelalawan (1530-1879), Kerajaan Riau-Lingga (1824-1913). Tidak hanya kerajaan yang berjaya, namun juga terdapat kerajaan kecil lainnya seperti :Kerajaan Tambusai, Kerajaan Rantau Binuang Sakti, Kerajaan Rambah, Kerajaan Kampar, dan Kerajaan Kandis (<https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum> , akses tanggal 28 Februari 2018).

Awal terbentuknya Provinsi Riau dikerjakan dengan waktu yang cukup lama, yaitu lebih kurang 6 tahun mulai dari 17 November 1952 sampai dengan 5 Maret 1958. Pembangunan Provinsi Riau ini tentunya dengan dasar yang sah yaitu melalui Undang-undang darurat No. 19 tahun 1957 yang kemudian disahkan sebagai

Undang-undang No.61 tahun 1958 (<https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum> , akses tanggal 28 Februari 2018).

Setelah pembangunan Provinsi Riau yang cukup selesai, hal penting selanjutnya dipikirkan untuk menjalankan sebuah wilayah adalah kepala daerahnya yaitu Gubernur. Gubernur pertama yang memimpin di Provinsi Riau adalah Mr.S.M. Amin KDH Provinsi Riau pada 5 Maret 1958 di Tanjung Pinang, yang diwakili oleh Sekjen Mr. Sumarman. Keputusan ini berdasarkan keputusan Presiden RI pada tanggal 27 Februari tahun 1958 No.258/M/1958 dan dilantik oleh Menteri Dalam Negeri. Pada awalnya, Ibu kota Provinsi Riau yaitu Tanjung Pinang. Namun seiring berjalannya waktu, dan dengan terdapatnya berbagai alasan dilakukannya pemindahan Ibu Kota Provinsi Riau, maka pada tanggal 20 Januari 1959 melalui keputusan Menteri Dalam Negeri No. Desember /I/44-25, Pekanbaru secara resmi menjadi ibukota Provinsi Riau menggantikan Tanjung Pinang. (<https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum> , akses tanggal 28 Februari 2018).

2. Geografis Provinsi Riau

Secara geografis, Provinsi Riau terletak pada posisi 02°25' LU-01°15° LS dan 100°03'-104°00' BT (<https://www.sejarah-negara.com/2017/11/letak-geografis-provinsi-riau-lengkap.html>, diakses tanggal 20 Maret 2018). Provinsi Riau terletak di pulau Sumatera Indonesia, tepatnya ditengah-tengah pulau Sumatera namun di tepi pantai pulau Sumatera. Bagian utara dari Provinsi Riau berbatasan dengan Provinsi Sumatra Utara yang memiliki Ibu Kota yaitu di Medan, bagian barat dengan Sumatra Barat yang Ibu Kotanya yaitu Padang, sedangkan bagian selatan berbatasan dengan Provinsi Jambi yang Ibu Kotanya adalah Jambi. Selain itu, Provinsi Riau juga sangat dekat atau berbatasan langsung dengan wilayah luar negeri yaitu Malaysia dan Singapore (<https://www.sejarah-negara.com/2015/09/peta-riau-lengkap-dengan-nama-kabupaten-dan-kota.html> , akses tanggal 20 Maret 2018) . Inilah sebabnya, sangat mudah lalu lintas perdagangan berbagai barang dari luar negeri untuk masuk ke

Provinsi Riau. Namun pemerintah Indonesia khususnya Bea Cukai sudah semakin peduli atau meningkatkan keamanan lalu lintas berbagai barang yang masuk ke Indonesia terutama di daerah Provinsi Riau.

Hingga sekarang, Provinsi Riau memiliki 12 Kota/Kabupaten, yaitu sebagai berikut : (<https://www.riau.go.id/home/>, akses tanggal 20 Maret 2018)

1. Kota/kabupaten Pekanbaru, Ibu Kota yaitu Pekanbaru
2. Kota/kabupaten Dumai, Ibu Kota yaitu Dumai
3. Kota/kabupaten Bengkalis, Ibu Kota yaitu Bengkalis
4. Kota/kabupaten Indragiri Hulu, Ibu Kota yaitu Rengat
5. Kota/kabupaten Indragiri Hilir, Ibu Kota yaitu Tembilahan
6. Kota/kabupaten Kampar, Ibu Kota yaitu Bangkinang
7. Kota/kabupaten Kuantan Singingi, Ibu Kota yaitu Taluk Kuantan
8. Kota/kabupaten Pelalawan, Ibu Kota yaitu Pangkalan Kerinci
9. Kota/kabupaten Rokan Hulu, Ibu Kota yaitu Pasir Pangarangan
10. Kota/kabupaten Rokan Hilir, Ibu Kota yaitu Bagan Siapi-api
11. Kota/kabupaten Siak, Ibu Kota yaitu Sri Indrapura
12. Kota/kabupaten Meranti, Ibu Kota yaitu Selatpanjang

3. Demografis Provinsi Riau

Hingga tahun 2017, penduduk Provinsi Riau tercatat sebanyak 6.657.911 jiwa dari 12 Kota/Kabupaten yang terdapat di Provinsi Riau. Kota/Kabupaten yang memiliki penduduk paling banyak di Provinsi Riau adalah Kota/Kabupaten Pekanbaru yang merupakan Ibu Kota Provinsi Riau yaitu dengan jumlah 1.091.088 jiwa. Sedangkan Kota/Kabupaten yang memiliki penduduk paling sedikit di Provinsi Riau adalah Kota/Kabupaten Meranti yaitu dengan jumlah 183.297 jiwa. Untuk lebih jelasnya, perhatikan tabel jumlah penduduk dari berbagai Kota/Kabupaten yang terdapat di Provinsi Riau dibawah ini :

No	Kota/Kabupaten	Jumlah Penduduk (2017)
1.	Pekanbaru	1.091.088
2.	Dumai	297.638
3.	Bengkalis	559.081
4.	Indragiri Hulu	425.897
5.	Indragiri Hilir	722 234
6.	Kampar	832.387
7.	Kuantan Singingi	321 216
8.	Pelalawan	438.788
9.	Rokan Hulu	641 208
10.	Rokan Hilir	679 663
11.	Siak	465 414
12.	Meranti	183.297
13.	Riau	6.657.911

Tabel 2.1

Jumlah Penduduk Setiap Kabupaten Provinsi Riau

Sumber : (<https://riau.bps.go.id/dynamictable/2016/10/03/6/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-riau-2011-2017.html>, akses tanggal 20 Maret 2018)

B. Narkoba dan Dampak Penggunaannya

Di zaman globalisasi sekarang ini tidak hanya memberikan dampak yang baik pada mudahnya komunikasi yang manusia lakukan diseluruh dunia, tetapi juga dapat memberi jalan kepada kejahatan yang pesat antar negara. Salah satu kejahatan tersebut adalah perdagangan narkoba, kejahatan ini menjadi perhatian dunia karena menciptakan ancaman keamanan internasional. Sehingga berbagai negara pun tidak hanya tinggal diam dengan adanya perdagangan atau penyalahgunaan narkoba ini.

Penanganan atau pemberantasan narkoba dapat dilakukan oleh negara itu sendiri atau dilakukannya kerja sama dengan negara lain agar lebih efektif.

Seperti kerja sama Amerika Serikat dengan berbagai negara yaitu Colombia, Peru, Mexico, Guatemala, Portugal, dan Afganistan, yang dijelaskan pada tulisan Fred E. Foldvary dengan judul *The Foreign Economic Effect of The US War on Drugs* pada tahun 2013. Kebijakan yang dilakukan oleh Amerika Serikat dengan cara mengurangi penawaran narkoba dinilai berhasil, karena dapat menekan produksidan perdagangan narkoba di Mexico. Amerika Serikat melakukan kerjasama militerdalam penanggulangan narkoba. Kerjasama militer ini dilakukan untuk memperkuat institusi pemerintahan di negara- negara tersebut yang bertujuan untuk memperlemah mobilisasi perdagangan narkoba. Agar dapat memonitoring kawasan perairan tentunya untuk mengurangi penyelundupan narkoba, kerjasama bagian militer ini sangat membantu, (Laksmi; 2015; kerjasama pemerintah amerika serikat dalam upaya penanggulangan narkoba di Nigeria; <http://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/15381>; diakses tanggal 5 Juni 2017).

Kerjasama Amerika dengan Mexico juga untukmemberantasan narkoba yaitu melalui Drug Enforcement Administration (DEA). Dalam tulisan Joseph R. Fuentes tahun 2007 yang berjudul *Mexico and the United States: Neighbors Confront Drug Trafficking*, mengatakan bahwa Pemerintah Amerika Serikat melibatkan lembaga- lembaga seperti the Departments of Justice, Departement of Defense, Departement of State, Department of Treasury, and Departement of Transportation dalam upaya pemberantasan narkoba. Tidak hanya itu, adanya bantuan dana yang telah diberikan oleh Pemerintah Amerika Serikatsekitar USD 1.5 miliar semenjak tahun 2000 (U.S. Department of State, 2000). Upaya lainnya yang dilakukan oleh Amerika Serikat seperti kampanye media anti-narkoba,dan program penyuluhan mengenai penyalahgunaan zat, (Laksmi; 2015; kerjasama pemerintah amerika serikat dalam upaya penanggulangan narkoba di Nigeria; <http://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/15381>; diakses tanggal 5 Juni 2017).

Selain negara-negara tersebut, Amerika juga melakukan kerjasama dengan negara di Afrika Barat yaitu Nigeria, yang mengacu pada President Determination oleh Barack Obama menyatakan bahwa Nigeria merupakan salah satu negara yang menjadi prioritas dalam upaya penanggulangan narkoba. Melalui West Africa Cooperative Security Initiative (WACSI), terjadinya kerjasama bilateral dalam upaya penanggulangan perdagangan narkoba yang dilakukan oleh Pemerintah Amerika Serikat dan Nigeria, dengan melibatkan lembaga-lembaga lainnya seperti Drug Enforcement Administration, Departments of Justice, Departement of Defense, Departement of State, Department of Treasury, Departement of Transportation, AFRICOM, Unit Polisi Nasional Nigeria, dan Nigeria Drug Law Enforcement Agency (NDLEA),(Laksmi; 2015; kerjasama pemerintah amerika serikat dalam upaya penanggulangan narkoba di Nigeria; <http://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/15381>; diakses tanggal 5 Juni 2017).

Tidak hanya Amerika saja yang bekerjasama dalam mengatasi kasus ini, ASEAN juga bekerjasama dengan berbagai negara yang ada di Asia Tenggara. Dengan adanya Drug-Free ASEAN 2015 menunjukkan bahwa ASEAN sangat menaruh perhatian besar terhadap penyalahgunaan narkoba di kawasan Asia Tenggara. Ancaman penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Asia Tenggara juga bukan merupakan suatu hal yang dapat dibiarkan begitu saja, dimana masalah tersebut dapat memberi dampak ke berbagai aspek kehidupan. Seperti banyaknya berbagai jenis narkoba yang tersebar di setiap negara-negara ASEAN, terutama di Myanmar dan Laos, karena memang negara ini merupakan tiga negara terbesar di dunia yang memproduksi opium. (Anggraini; 2016; Kebijakan ASEAN dalam Menanggulangi Penyalahgunaan Narkotika dan Obat-Obatan Berbahaya diAsiaTenggara; <http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jahia4c94d642efull.pdf>; diakses tanggal 6 Juni 2017).

Di Indonesia sendiri, penanggulangan narkoba dilakukan berbagai pihak terutama pemerintah. Sejarahnya, Indonesia memiliki upaya penanggulangan bahaya Narkotika

dari dikeluarkannya Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 6 Tahun 1971 kepada Kepala Badan Koordinasi Intelijen Nasional (BAKIN) untuk menanggulangi 6 (enam) permasalahan nasional yang menonjol, salah satunya yaitu penanggulangan penyalahgunaan Narkoba. Setelah itu, agar penanggulangan lebih efektif dibentuklah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1997 tentang Psikotropika dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Narkotika yang disahkan oleh Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), (BNN; <http://yogyakarta.bnn.go.id/page-8-sejarah.html>; diakses pada 6 Juni 2017)

Dengan begitu dibentuklah Badan Koordinasi Narkotika Nasional (BKNN). Namun seiring berkembangnya zaman dan semakin maraknya penyalahgunaan, BKNN dianggap tidak efektif sehingga diganti dengan Badan Narkotika Nasional (BNN). BNN inilah yang bertugas dalam penanggulangan narkoba di Indonesia. Selain BNN, Polisi Indonesia juga bertugas dalam permasalahan narkoba ini, karena memang kasus ini merupakan permasalahan nasional yang terjadi di masyarakat dan termasuk kriminal, sehingga merupakan tugas polisi atau tanggung jawab polisi dalam menanggulangi permasalahan penyalahgunaan narkoba di Indonesia.

C. Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau)

Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang bergerak dibidang Pencegahan dan Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika, Psikotropika dan Bahan-Bahan Adiktif lainnya yang disebutkan dalam UU RI No. 35 tahun 2009. Tugas, fungsi dan wewenang dari Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau pada bidang Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) mempunyai tujuan untuk meningkatkan daya tangkal masyarakat guna mewujudkan masyarakat Provinsi Riau bebas dari penyalahgunaan obat-obat tersebut. Tugas ini sesuai dengan Perpres RI No. 23 Tahun 2010 tentang Badan Narkotika Nasional dan Peraturan Kepala Badan Narkotika Nasional No. PER/04/V/BNN/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja

Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) dan Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota.

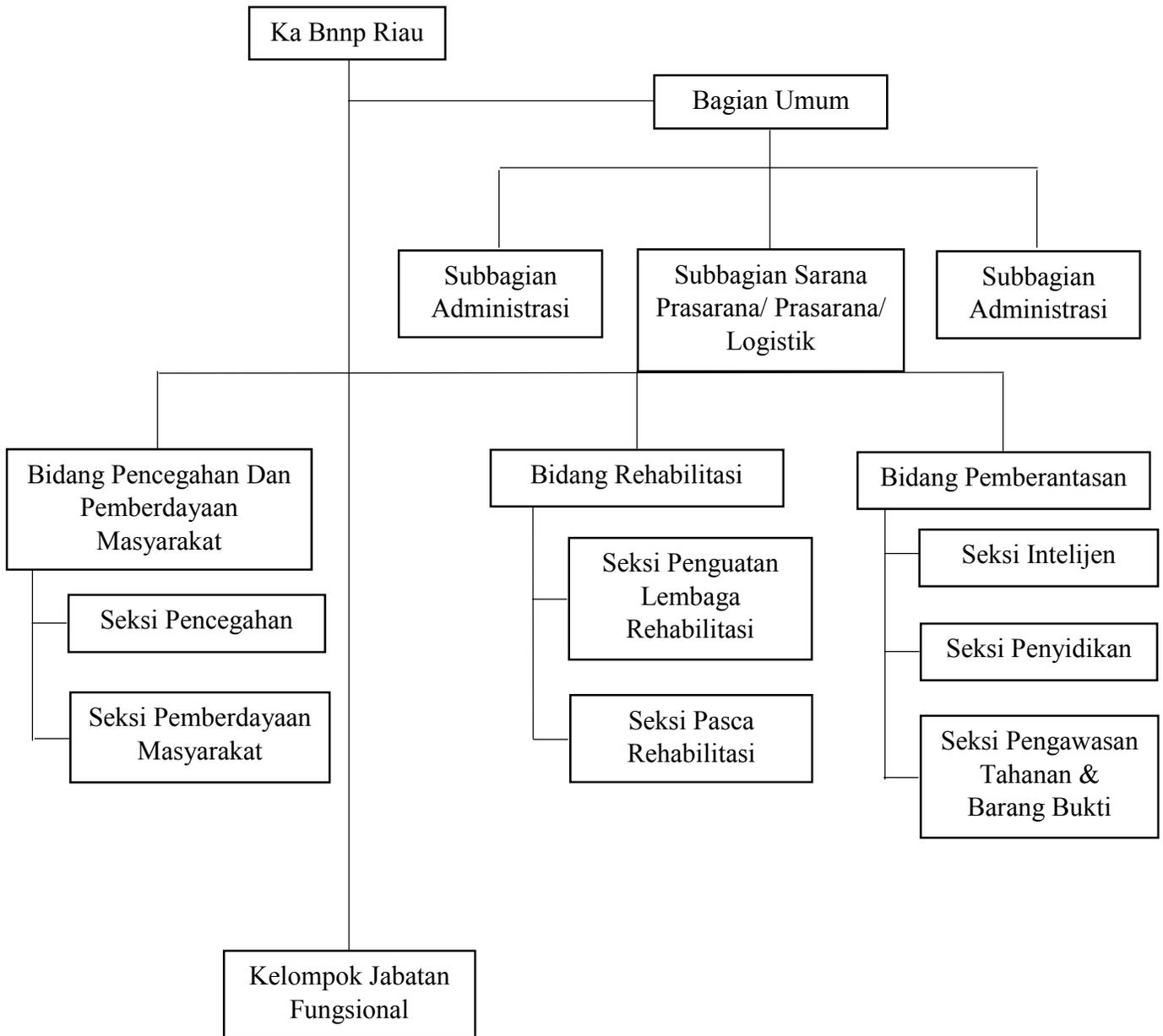
Pada awalnya, BNNP Riau bernama Badan Narkotika Provinsi (BNP Riau) dibentuk oleh Gubernur Riau yaitu Rusli Zainal pada Desember 2004, yang pada saat itu diketuai oleh Wakil Gubernur Riau Drs. H. Wan Abu Bakar. Namun barulah pada April 2011, BNP Riau berganti nama menjadi Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau. Sebelumnya anggaran didapat dari dana hibah APBD Provinsi Riau, setelah berganti nama menjadi BNNP Riau anggaran dibebankan kepada APBN. Pada bulan Oktober 2011, untuk pertama kalinya anggaran resmi diturunkan untuk kebutuhan sarana dan prasarana. Dengan adanya BNNP Riau ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat Provinsi Riau dalam Pencegahan dan Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) di Provinsi Riau.

BNNP Riau memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi : “Menjadi perwakilan BNN di Provinsi Riau yang professional dan mampu menyatukan dan menggerakkan seluruh komponen masyarakat, bangsa, dan Negara Indonesia dalam melaksanakan Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).”

Misi : “Bersama komponen masyarakat, Instansi Pemerintahan terkait dan Instansi Swasta di Riau melaksanakan Pencegahan, Pemberdayaan Masyarakat, Pemberantasan, Rehabilitasi, dan kerjasama di bidang pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika, Psikotropika, Prekursor dan Bahan Adiktif”

Struktur Organisasi Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau



Bagan 2.1

Struktur Organisasi BNNP Riau

Sumber : Profil BNNP Riau

Setiap divisi tentunya mempunyai tugasnya masing-masing. Divisi yang bertugas melaksanakan kegiatan kampanye anti narkoba atau yang disebut dengan P4GN yaitu divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat. Pada divisi P2M terdapat 2 Seksi, Seksi Pencegahan dan Seksi Pemberdayaan Masyarakat. Namun seksi yang berkewajiban melaksanakan kampanye anti narkoba yaitu Seksi Pencegahan. Kampanye yang dilakukan tersebut juga sama dengan diseminasi informasi P4GN, atau penyebarluasan informasi P4GN. Kepala dari Seksi Pencegahan divisi P2M adalah Ibu Dina Fitriana, yang menjadi narasumber utama dalam penelitian ini.

Dalam melaksanakan tugasnya, Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau belum dapat maksimal. Hal ini disebabkan karena kondisi BNNP Riau, baik dari sarana maupun prasarana yang kurang memadai. Seperti jumlah PNS/Polri yang dimiliki oleh BNNP Riau hanya mencapai 15,61% atau hanya 32 saja dari total kebutuhan tenaga struktural dan staf, berdasarkan Daftar Susunan Pegawai BNN RI, yaitu 211 orang pegawai. Selain itu kendala lain yang dihadapi yaitu :

1. Gedung kantor BNNP Riau yang masing status pinjaman dari Pemprov Riau hingga saat ini. Gedung kantor ini pun dapat dikatakan kurang cukup layak, gedung ini tidak memiliki ruang tahanan, sehingga tahanan yang ditangkap oleh bidang pemberantasan terpaksa dititipkan di ruang tahanan Polda Riau.
2. BNNP Riau hanya memiliki 4 mobil operasional, sehingga sangat terbatas pada saat adanya operasional dan kegiatan.
3. Senjata api yang dimiliki juga terbatas, hanya ada 1 pucuk Handgun HK-P30 dan 1 pucuk Submachine gun HK-MP5.

Dikantor BNNP Riau belum terdapat balai untuk rehabilitasi yang bertaraf Nasional, sehingga pecandu dan penyalahgunaan yang memerlukan rehabilitasi harus dikirim ke balai rahabilitasi BNN di Lido, Bogor.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

1. Temuan Penelitian

A. Manajemen kampanye anti narkoba oleh Seksi Pencegahan divisi P2M BNNP Riau

Manajemen kampanye yaitu melakukan sesuatu kampanye yang diawali dengan penyusunan berbagai perencanaan, hingga penilaian akhir yaitu melihat apakah suatu kampanye yang dilakukan sukses atau tepat sasaran, dan bisa jadi sebaliknya. Seksi pencegahan melakukan hal tersebut, dari awal perencanaan kampanye, pelaksanaan kampanye, hingga evaluasi yang dilakukan oleh BNNP Riau khususnya Seksi Pencegahan divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M).

1. Perencanaan

Tahap awal dari manajemen kampanye yang dilakukan yaitu perencanaan. Pada tahap perencanaan ini meliputi beberapa hal, diantaranya melakukan survei ataupun analisis dari kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga dapat menentukan tujuan seperti apa yang diinginkan dan strategi seperti apa yang akan digunakan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba. Mengetahui data penggunaan penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau merupakan langkah awal yang harus dilakukan. Data penyalahgunaan narkoba tersebut dapat diperoleh dari BNNP Riau sendiri maupun dari Dit Res Polda Riau. *“Data kasus penyalahgunaan Narkotika di Provinsi Riau diperoleh dari jumlah penanganan kasus penyalahgunaan Narkotika yang dilakukan oleh BNNP Riau dan jajarannya, maupun oleh Dit Res Narkoba Polda Riau dan jajarannya” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Setelah mendapatkan data kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, maka dilakukannya analisis atau direkapitulasi oleh BNNP Riau dan juga Dit Res Narkoba Polda Riau, dengan melakukan pengelompokan dari data kasus tersebut. Hal ini diketahui dari jawaban Ibu Dina yaitu: *“BNNP Riau bekerja sama dengan Dit Res Narkoba Polda Riau merekapitulasi data kasus penyalahgunaan narkoba dan membaginya menjadi beberapa sudut pandang (misalnya : dari segi umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dll) kemudian baru menyajikannya pada materi kampanye yang dilaksanakan” (Wawancara , Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Tentunya bukan tanpa alasan dilakukannya pengelompokan dari data kasus penyalahgunaan yang terjadi di Riau. Dengan melakukan pengelompokan tersebut, memudahkan pihak BNNP Riau mengetahui latar belakang seperti apa yang merupakan penyalahgunaan narkoba terbanyak di Provinsi Riau. Pada pihak Seksi Pencegahan juga menjadi mudah untuk menentukan segmentasi audiens kampanye yang akan dilakukan. Seperti yang dijelaskan dalam jawaban Ibu dina ini :

“Penentuan segmentasi audiens biasanya dilakukan dengan latar belakang lingkungan dan usia. Ada 4 lingkungan sasaran Pencegahan lewat Diseminasi Informasi P4GN yaitu :lingkungan masyarakat (masyarakat tempat tinggal, kelompok masyarakat, organisasi, dll), lingkungan keluarga (ibu rumah tangga, aktifis posyandu, aktifis PKK, dll), lingkungan pekerja (usia bekerja), lingkungan pendidikan (usia sekolah, Perguruan Tinggi)” (Wawancara, 6 Desember 2017).

Setelah menentukan segmentasi audiensnya, selanjutnya yaitu bagaimana cara Seksi Pencegahan mengemas pesan kampanye, sesuai dengan jawaban Ibu dina sebagai berikut : *“Pesan dikemas dengan berbagai variasi dan inovasi yang disesuaikan dengan segmentasi audiens sasaran, supaya lebih menarik dan mudah dimengerti serta tepat sasaran. Tidak terkecuali dengan mengikuti trend teknologi yang sedang ada di masyarakat, misalnya :media social, SMS broadcast, dsb” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Dizaman modern seperti ini, tentunya memanfaatkan dunia maya atau internet sangat berpengaruh besar dalam menjalankan kampanye anti narkoba dimasyarakat. Sesuai dengan data kasus penyalahgunaan di Provinsi Riau, yang kebanyakan merupakan remaja dan pelajar. Tidak dipungkiri bahwa hampir setiap remaja dan pelajar menggunakan media internet dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kampanye anti narkoba tersebut dapat dilihat oleh para remaja dan pelajar yang berada di Provinsi Riau.

Tahap perencanaan juga terdapat strategi seperti apa yang akan digunakan untuk menjalankan kegiatan kampanye ditengah-tengah masyarakat. Adanya manfaat mempersiapkan strategi ini tentunya untuk meningkatkan kesuksesan sebuah kampanye yang akan dilakukan. Dari Seksi Pencegahan sendiri mempersiapkan strategi sebelum melakukan berbagai kegiatan kampanye Anti Narkoba atau Diseminasi Informasi P4GN. Strateginya yaitu dengan melakukan berbagai inovasi, seperti mengikuti apa yang lagi ramai dibicarakan atau digunakan oleh masyarakat Provinsi Riau. Hal ini dijelaskan oleh Bu Dina sebagai berikut : *”ooh dalam mewujudkan tujuan kampanye, strategi seperti apa gitukan? Tujuannya itu kan meningkatkan jumlah masyarakat yang mendapatkan informasi P4GN, kan tujuannya itu. Untuk meningkatkan tujuan itu, strateginya apa yaitu buat inovasi” (Wawancara, Ibu Dina, 24 Januari 2018).*

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu dengan menggunakan media sosial, karena melihat yang paling sering digunakan masyarakat Provinsi Riau sekarang adalah *handphone (Hp)*. Dengan menggunakan *Hp* orang-orang dapat terhubung satu sama lain, terlebih pada zaman sekarang penggunaan media sosial tidak bisa dijauhkan dari masyarakat. Seksi pencegahan melihat ini sebagai peluang untuk dapat menyebarkan informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

Dalam perencanaan, pihak-pihak lain yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye juga harus dipikirkan. Dengan adanya pihak-pihak lain ini, tentunya dapat membantu melancarkan kegiatan kampanye yang akan dilakukan. Semakin banyaknya pihak lain yang terlibat maka semakin memudahkan pihak Seksi Pencegahan untuk dapat melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau. Namun pihak-pihak lain ini juga harus dilatih terlebih dahulu sebelum terjun langsung kelapangan. Contohnya seperti relawan, sebelumnya akan diberi pembekalan terlebih dahulu oleh Seksi Pencegahan maupun BNNP Riau, hal ini dijelaskan oleh Bu Dina yaitu :*“dilaksanakan kaderisasi pembekalan/pelatihan bagi tenaga relawan/penggiat anti narkoba” (Wawancara, Bu Dina, 6 Desember 2017).*

Hal lain yang juga harus dipikirkan dalam sebuah perencanaan yaitu membuat perencanaan lainnya atau yang sering disebut dengan *plan B atau C*, karena dari beberapa kasus pada setiap kegiatan hampir terdapat masalah atau kendala, sehingga rencana awal yang sudah disusun tidak dapat dijalankan. Kendala-kendala ini juga harus dipikirkan oleh pihak pelaksana kampanye yaitu Seksi Pencegahan, sehingga menemukan jalan keluar bagaimana mengatasi kendala tersebut agar kampanye dapat terlaksana dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat Provinsi Riau. Tetapi karena pada setiap pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan tidak terdapat kendala yang terlalu besar atau begitu berarti, pihak pelaksana kurang memikirkan perencanaan lain tersebut. Terbukti dengan jawaban yang diberikan oleh Ibu Dina sebagai berikut :

“(alternatif rencana maksudnya?) tidak, karena sasaran sudah ditentukan sebelumnya. Kecuali menyangkut tempat, waktu, dan kondisi teknis lainnya. Masalah kita ubah menjadi “kendala” sudah barang tentu dalam setiap pelaksanaan kegiatan ada kendala, namun sepanjang ini tidak terlalu berarti / bukan kendala besar. Hanya soal teknis dan yang umum saja. Diselesaikan dengan koordinasi dan kerjasama yang solid (sesuai dengan kendala yang dihadapi)” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).

Selain alternatif rencana, hal lain yang juga diperhatikan yaitu kapan saja waktu pelaksanaan kegiatan kampanye anti narkoba tersebut. Dengan adanya jadwal yang pasti atau tersusun, maka persiapannya pun bisa dimaksimalkan sebelum pelaksanaan kampanye anti narkoba dilakukan. Seksi pencegahan divisi P2M BNNP Riau, melakukan penjadwalan *timeline* kampanye di awal tahun. Hal ini diketahui dari jawaban wawancara yang dilakukan peneliti kepada Ibu Dina yaitu :*“nah timeline. Timelinenya, direncanakan diawal tahun anggaran. Jadi apa yang mau dilaksanakan selama setahun dituangkan dalam namanya timeline kegiatan ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).*

Timeline disusun diawal tahun juga untuk memudahkan perhitungan anggaran pelaksanaan kampanye atau yang disebut dengan diseminasi informasi P4GN ini, dan tentunya memaksimalkan perencanaan kampanye tersebut. Setelah memikirkan berbagai hal yang terdapat pada perencanaan, langkah terakhir yang dilakukan pada tahap ini yaitu melakukan uji coba atau pelatihan terhadap rencana yang telah dibuat. Hal ini dilakukan untuk memperkuat perencanaan dan membuat panitia tidak kebingungan pada saat pelaksanaan kampanye anti narkoba. Uji coba atau pelatihan ini tentunya dilakukan juga oleh Seksi Pencegahan terhadap perencanaan kampanye anti narkoba tersebut.

2. Pengorganisasian dan Penggerakkan

Dalam pelaksanaanya juga, kampanye anti narkoba ini tentunya tidak dilakukan oleh satu orang, melainkan sebuah tim atau yang disebut dengan panitia kegiatan. Panitia ini dibentuk beberapa waktu sebelum melaksanakan kegiatan kampanye, sesuai dengan jawaban wawancara kepada Ibu Dina sebagai berikut :

“Pada saat mau melaksanakan kegiatan. Timeline ni, misalnya sosialisasi mau dibuat selama setahun itu minimal misalnya ni 10 kali. Sosialisasi yang pertama, sasarannya siapa sudah ditentukan diawal tahun, tapi panitiannya baru akan dibuat pada saat mau dilaksanakan sesuai timeline. Dibulan

februari mau dibuat sekali misalnya, seminggu sebelum kegiatan kepanitiaan dan seluruh bahan kelengkapan dilaksanakan sudah harus dikoordinasikan ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Dalam panitia tersebut tentunya terdapat susunan organisasi, yang memiliki tugasnya masing-masing, seperti ketua, penanggung jawab, dan anggota. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Dina yaitu : *“Panitia kegiatan ini isinya, ketua, penanggung jawab, kemudian anggota, isi anggota itu tadi memagang tugas masing-masing.” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).*

Namun tentunya tidak mudah untuk mengatur beberapa orang agar tercapai suatu tujuan yang sama. Dengan begitu, sangat dibutuhkan koordinasi antar panitia kegiatan agar kampanye anti narkoba dapat berjalan sesuai yang telah direncanakan sebelumnya. Cara mengkoordinasikan setiap panitia kegiatan kampanye yaitu menggunakan surat perintah tugas, dan membagi tugas dan fungsi para anggota, seperti yang dijelaskan Ibu dina yaitu : *“Mengkoordinir panitia internal dengan menerbitkan Surat Perintah Tugas, dan membagi tugas dan fungsi di masing-masing kegiatan kampanye ” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Setelah perencanaan dan pengorganisasian matang, tahap selanjutnya yaitu penggerakkan atau pelaksanaan kampanye anti narkoba tersebut. Pada bagian inilah menjalankan hal-hal yang sudah direncanakan, dan dengan pengorganisasian yang telah disusun. BNNP Riau pun melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN sesuai dengan timeline. Namun banyak juga dari masyarakat Provinsi Riau sendiri yang meminta BNNP Riau untuk datang bersosialisasi di perusahaan atau instansinya, diketahui dari jawaban Ibu Dina sebagai berikut : *“Sekarang sekolah banyak gencar sosialisasi tentang bahaya narkoba, bahkan bisa setiap hari senin kami diminta untuk sebagai Pembina upacara, bergilir disekolah-sekolah, menyampaikan tentang pesan-pesan anti narkoba tadi ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).*

Selain itu, banyak juga kegiatan-kegiatan kampanye yang tidak tertulis didalam timeline kegiatan. Dapat dikatakan bahwa kegiatan kampanye bebas seperti ini lebih banyak dibanding kegiatan kampanye yang sudah tertulis di timeline. Hal ini diperkuat dengan jawaban Ibu Dina yang berbunyi :*“Kadang kadang de, kalau direkapitulasi kegiatan kami satu tahun banyakan yang ga di timeline yang ga pakai anggaran ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).*

Kampanye seperti ini tidak tertulis di timeline karena sifatnya yang tiba-tiba, seperti sebuah sekolah yang menyurati BNNP Riau untuk menjadi Pembina upacara di sekolahan di Provinsi Riau, membagikan brosur-brosur ditempat keramaian. Seperti yang dikatakan Ibu Dina berikut ini :

“Punya kegiatan-kegiatan dari luar, itu kami tidak masukkan ke timeline. Kita kan gatau, ga bisa diprediksikan. Kedua, kampanye stop narkoba yang kita laksanakan di car free day, tergantung waktunya, bisa dalam sebulan itu dua kali, bisa dalam sebulan itu sekali. Kita rutin buat kampanye stop narkoba namanya di car free day, mall, tempat-tempat keramaian. Yang misalnya kita bangun mobil penyuluhan, mangkal di car free day, sebar brosur, itu ga ada di timeline. Sesaat saat aja, mana hotspot datengin, mall misalnya datengin, sesaat saat aja. Ya berarti setahun tu ya ada beberapa kali. Untuk penyuluhan, sosialisasi kesekolah sekolah, permintaan dari luar itu juga ga dicantumin ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Namun bukan berarti Seksi Pencegahan lebih mementingkan kampanye yang tidak tertulis ini dibandingkan kampanye yang tertulis di timeline. Dari hasil wawancara yang dilakukan bulan Oktober 2017 lalu, Ibu Dina selaku Kepala Seksi Pencegahan mengatakan :

“Tahun ini, diseminasi informasi itu, ada 54 informasi yang mau disampaikan. Bentuknya macam-macam, berarti itu sesuai di timeline ada nanti disebutkan. Ada 54 informasi dalam setahun, setiap tahunnya ga sama, tergantung anggaran, tahun ini ada 54 informasi. Sampai saat ini sudah tercapai kurang lebih berapa informasi, yang belum tinggal 1..2...3...4...sudah 40 an informasi. sudah setengahnya, soalnya ini udah oktober ya. Jadi biasanya udah lebih dari setengahnya, sisanya tinggal 6 informasi lagi yang belum kami sampaikan ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Dari jawaban tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Seksi Pencegahan melaksanakan kampanye yang sudah tertulis dan sesuai dengan timeline yang dibuat diawal tahun. Dengan banyaknya permintaan dari luar sendiri untuk BNNP Riau melakukan sosialisasi atau kampanye anti narkoba, tidak membuat Seksi Pencegahan melupakan tugas utama mereka yang sudah terjadwal tersebut. Setiap kegiatan dilaksanakan sesuai dengan waktu pelaksanaannya.

Pada pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, pelaku kampanye biasanya dari pihak BNNP Riau, karena BNNP Riau bergerak dibidang kasus narkoba sehingga lebih dipercaya oleh masyarakat Provinsi Riau dalam menyampaikan pesan tentang narkoba. Namun bukan berarti tidak terdapat pihak-pihak lain dalam pelaksanaan kampanye ini terutama sebagai pelaku yang menyampaikan pesan kampanyenya. Telah dibahas juga diatas, bahwa Seksi Pencegahan melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam diseminasi informasi P4GN, tentunya untuk membantu Seksi Pencegahan dalam penyebaran informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau, seperti melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Hal ini disampaikan oleh Ibu Dina yaitu :

“kalau yang terlibat menjadi panitia kalau bentuk diseminasi informasinya melalui kegiatan donor darah misalnya kita harus terlibat dengan PMI, gitu ya. Nah itu salah satu contohnya, jadi sebenarnya bisa saja berkolaborasi dengan pihak lain, tapi dalam apanya ni, dalam panitianya atau menjadi pesertanya gitu.” (Wawancara, Ibu Dina, 24 Januari 2018).

Selain dari PMI, Seksi Pencegahan juga melakukan kerjasama dengan pihak PT.Telkomsel. Seperti misalnya melakukan *SMS broadcast* yang telah disebutkan sebelumnya, BNNP Riau bekerjasama dengan salah satu perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan jawaban Ibu Dina sebagai berikut :*“Melaksanakan MOU dengan PT. Telkomsel Sumbagteng untuk keperluan diseminasi informasi P4GN ” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Dengan adanya diseminasi informasi P4GN menggunakan media, memudahkan Seksi Pencegahan dan masyarakat. Masyarakat dapat menerima informasi langsung dari layar *Hp* mereka tanpa harus mengikuti penyuluhan tatap muka yang diadakan oleh Seksi Pencegahan. Kerja sama yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan dengan PT.Telkomsel juga dapat menguntungkan satu sama lain. Dari pihak Telkomsel mendapat pandangan yang positif dari masyarakat Provinsi Riau, karena ikut serta dalam memberantas narkoba di Provinsi Riau yaitu dengan menyebarkan informasi P4GN. Sedangkan dari pihak Seksi Pencegahan merasa terbantu tugasnya yaitu diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau dengan menghemat waktu dan biaya.

Hal lain yang harus dipikirkan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba yaitu bagaimana menentukan media yang akan digunakan dalam penyebarluasan pesan kampanye. Seksi pencegahan menentukan bentuk kampanye terlebih dahulu, dengan begitu dapat menentukan media apa yang cocok untuk penyebarluaskan pesan kampanye tersebut. Banyak media atau metode yang dapat dijadikan untuk penyebarluasan pesan kampanye tersebut. Seksi pencegahan mempunyai 3 metode, yaitu non elektronik, elektronik dan konvensional. Hal ini diketahui dari jawaban Ibu Dina melalui wawancara yang berbunyi :

“Ini (kampanye) dilakukan dengan metode, ada 3. Pertama, namanya non elektronik. Kedua, elektronik. Ketiga, tatap muka, eh no no. tatap muka itu masuk apa dia? Apa bahasa kerennya tu ada satu lagi, KIE yaitu konvensional. Konvensional itu macem macem, bisa tatap muka langsung yakan? Ini metodenya kan. Nah dari non elektronik sendiri biasanya itu misalnya, iklan di media cetak, yakan? Boleh Koran boleh majalah yakan? Elektronik itu seperti radio, tv, kemudian seperti informasi digital atau medsos yakan? Apa lagi? Itulah ya. Inilah jenisnya. Yg konvensional bisa seperti, seminar, sarah sehan, sosialisasi tatap muka, apa lagi contohnya de? Kampanye itu disini, disini, ini kampanye, medianya beda-beda” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Seksi Pencegahan memiliki tiga jenis media sebagai saluran untuk diseminasi P4GN. Media-media tersebut telah ditentukan dan dilihat dari kampanye-kampanye yang telah dilakukan oleh Seksi Pencegahan sebelumnya. Sehingga, pada saat peneliti melakukan wawancara dengan narasumber, telah menemukan media apa saja yang digunakan untuk diseminasi informasi P4GN. Media-media tersebut masih terus digunakan sampai kampanye pada saat ini. Namun tidak semua media digunakan dalam sebuah kampanye atau diseminasi informasi P4GN, Seksi Pencegahan memilih media mana yang efektif untuk kampanye yang akan dilakukan.

3. Pengawasan

Setelah melakukan kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN, agar dapat dijadikan sebagai bukti atau arsip atau dokumentasi telah melakukan kampanye tersebut, maka hasil kampanye sebaiknya dicatat atau ditulis. Pada BNNP Riau, yang mempunyai tugas tersebut adalah bagian pengolah data dan administrasi. Hal ini diketahui dari jawaban Ibu Dina yaitu :*“Pengelola data dan administrasi yang berfungsi menyiapkan laporan hasil pelaksanaan kegiatan ” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Seksi Pencegahan menemukan beberapa fakta dilapangan setelah melakukan kegiatan kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Dina berikut ini :*“Ada masyarakat yang belum memahami, ada masyarakat yang sangat antusias bahkan bersedia menjadi relawan / penggiat anti narkoba, dsb ” (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).*

Dari hasil tersebut, Seksi Pencegahan dengan kata lain sudah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kampanye yang telah dilakukan, sehingga menemukan fakta seperti apa yang terjadi dilapangan setelah diakukannya kampanye anti narkoba tersebut. Evaluasi penting dilakukan agar pelaksanaan kampanye selanjutnya dapat lebih maksimal, dan efektif atau isi pesan kampanye yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat Provinsi Riau, sehingga tujuan dari BNNP Riau dapat tercapai. Tujuan tersebut seperti yang dijelaskan Ibu Dina sebagai berikut : *“Tujuan kampanye : meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bahaya penyalahgunaan dan edar gelap narkoba sehingga diharapkan akan tumbuh sikap dan perilaku anti terhadap penyalahgunaan dan mempersempit ruang gerak peredaran narkoba khususnya di Provinsi Riau ”* (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).

Untuk mewujudkan tujuan tersebut tentunya tidak mudah, namun dengan adanya usaha dari Seksi Pencegahan yang maksimal diharapkan tujuan tersebut dapat terwujud. Agar usaha dapat dilakukan dengan maksimal salah satunya dengan cara mengevaluasi kegiatan-kegiatan kampanye yang telah dilakukan, sehingga terdapat mengetahui bagian apa saja yang menjadi kekurangannya. Evaluasi yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu dengan memonitoring ke sasaran, seperti yang dijawab oleh Ibu Dina yaitu : *“Dengan melaksanakan monitoring ke sasaran ”* (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).

Selain itu, evaluasi yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu dengan melakukan survei. Hal ini diperkuat dengan jawaban Ibu Dina yaitu : *“Survei awal dilakukan dengan menyebar quisioner pada saat kegiatan, survei akhir dilakukan pada saat supervise dan monitoring ke sasaran ”* (Wawancara, Ibu Dina, 6 Desember 2017).

Dari penilaian Seksi Pencegahan sendiri, kampanye yang dilakukan pada tahun 2017 cukup efektif dibanding tahun-tahun sebelumnya, yaitu dengan melihat reaksi dari audiens kampanye. Banyak pihak-pihak yang mendukung, karena melihat banyaknya kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau yang semakin memprihatinkan. Pihak-pihak tersebut mulai dari pemerintah hingga perusahaan swasta. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Dina melalui wawancara beberapa waktu lalu :

“Kesini sudah mulai banyak yang antusias, tapi diawal lalu kami agak susah untuk bisa masuk ke masyarakat. Makin kesini masyarakat sudah antusias apalagi didukung dengan kerjasama berbagai pihakkan, kita dari gubernur, gubernur ke jajarannya. Kita guide perusahaan swasta misalnya ni, perusahaan-perusahaan diluar instansi pemerintah, dia buat di jajarannya, yakan? Reaksinya sudah, baik bank Riau Kepri, perusahaan-perusahaan perkebunan kelapa sawit, sudah banyak yang peduli. Terhadap bahaya dan penyalahgunaan narkoba ini. Contohnya mereka sudah minta tes urin, itukan sudah reaksi kan, reaksi dari masyarakat ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Dari jawaban tersebut, terlihat masyarakat sudah mulai peduli dengan bahaya narkoba. Terdapat berbagai perusahaan yang ingin melakukan tes urin terhadap karyawannya, agar karyawan yang merupakan penyalahgunaan narkoba dapat ditindak lanjuti oleh petugas. Namun pihak BNNP Riau pernah mengalami kesusahan untuk masuk dimasyarakat beberapa tahun lalu, karena masyarakat kurang peduli terhadap bahaya narkoba ini. Sesuai dengan jawaban wawancara dengan Ibu Dina berikut ini :

“iya, perusahaan meminta BNN untuk melaksanakan tes urin kepada karyawannya, itu kan contoh reaksi sudah ya. Berarti mereka sudah mulai aware, peduli, tidak apatis lagi ke belakang. Diawal dulu kami bekerja keras, ada yang acuh bahkan ada yang “apasih?” nah dulu awalnya gitu. Takut malah, didatengin BNN itu rasanya gimana gitukan, kalau sekarang sedikit bergeser. Mudah-mudahan ini kedepannya lebih baik, kan gitu ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Tentunya, pendapat dari pelaksanaan kegiatan kampanye ini tidak saja dari satu pihak yaitu panitia kampanye. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa audiens dari pelaksanaan kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan Divisi P2M BNNP Riau. Audiens tersebut adalah salah satu guru dan ketua Osis SMAN 1 Pekanbaru, yang mana pada bulan Oktober lalu pihak BNNP Riau menjadi Pembina upacara di sekolah tersebut.

Menurut seorang Guru yang bernama Ibu Ana, penyampaian dari pihak BNNP Riau yaitu Seksi Pencegahan pada saat menjadi Pembina upacara cukup bagus. Guru tersebut mengatakan apa yang disampaikan Seksi Pencegahan memotivasi siswa-siswi SMAN 1 Pekanbaru agar tidak ikut-ikutan terjerumus oleh narkoba. Seperti inilah yang dikatakan oleh Ibu Ana : *“Cara penyampaiannya ya cukup bagus, karena kan audiensnya disini siswa siswi ya jadi dia memberi gambaran apa akibat dari kalau menjadi pecandu. Kemudian juga memotivasi anak-anak bagaimana caranya agar tidak ikut-ikutan mencoba-coba. Nah itu kira-kira ”* (Wawancara, Ibu Ana, 30 Oktober 2017).

BNNP Riau juga sebelumnya pernah melakukan sosialisasi anti narkoba di SMAN 1 Pekanbaru. Pada sosialisasi tersebut, hanya perwakilan dari beberapa siswa di setiap kelasnya yang menjadi audiens. Hal ini dianggap kurang efektif dibandingkan dengan menjadi Pembina Upacara pada hari senin, karena pada saat upacara setiap siswa mendengarkan apa yang dikatakan oleh Pembina upacara, berbeda dengan sosialisasi sebelumnya tersebut. Ini diperkuat dengan pendapat Ibu Ana yang mengatakan :

“menurut ibu yang lebih efektif yang upacara, karena kalau yang sosialisasi itu hanya perwakilan kelas. bukan semua, kemarin perwakilan, kalau upacara kan semuanya. Memang kalau dari segi waktu memang kalau upacara terbatas waktunya kan, kalau sosialisasikan ada waktu khusus, cuma perwakilan dari kelas biasanya kemarin 5 orang, nanti teman temannya ni lah yang menyampaikan ke kawan-kawan kelasnya, perwakilan tadi ” (Wawancara, Ibu Ana, 30 Oktober 2017).

Memang jika dilihat dari segi waktunya, sosialisasi menyediakan waktu yang cukup banyak untuk menyampaikan materi anti narkoba. Namun perwakilan 5 orang saja dari setiap kelas tidak cukup. Dilihat dari jawaban Ibu Ana yang mengatakan “*nanti teman temannya ni lah yang menyampaikan ke kawan kawan kelasnya, perwakilan tadi* ” (Wawancara, Ibu Ana, 30 Oktober 2017), memungkinkan terjadinya kesalahan pada saat penyampaian dengan teman yang lain, karena setiap orang berbeda-beda dalam menerima informasi yang diberikan.

Walaupun masih ada kekurangan dalam setiap pelaksanaannya, namun sosialisasi dan pembinaan pada saat upacara tersebut masih terdapat manfaat yang dirasakan oleh Ibu Ana, yaitu siswa-siswainya mempunyai kesadaran terhadap bahaya narkoba. Hal ini disampaikan dari jawaban wawancara sebagai berikut : “*Manfaatnya memang langsung ya siswa tu mendengar ya, tidak-tidaknya tentu ada kesadaran bagi siswa siswa kan, apa kira-kira kalau kita menjadi pecandu narkoba, apa nampaknya akibatnya apa, kita jelaskan* ” (Wawancara, Ibu Ana, 30 Oktober 2017).

Selain itu, Ibu Ana mempunyai saran untuk BNNP Riau agar kedepannya dapat melaksanakan sosialisasi atau kampanye dengan lebih baik, sehingga dapat meminimalisir angka penyalahgunaan yang terjadi di Provinsi Riau. Saran tersebut yaitu melakukan kampanye dengan rutin, dan waktunya yang lebih lama lagi. Dengan melakukan kampanye yang rutin, dapat melihat perkembangan yang terjadi di lapangan secara berkala, waktu atau durasi dari kampanye juga disarankan lebih lama lagi agar materi yang disampaikan tidak terburu-buru dan dapat dipahami oleh audiens atau siswa-siswa. Selain itu, penyampaian yang menarik juga harus diperhatikan, karena disini audiensnya adalah remaja maka penyampaian yang monoton tidak terlalu didengar oleh siswa-siswa. Seperti yang dijelaskan Ibu Ana sebagai berikut :

“nah itu tadi, seharusnya kan narkobanya kan tadi dibilang angkanya naik terus di Riau ya, baiknya rutin gitu, minimal misalnya sebulan sekali. Kemudian juga waktu penyampaiannya itu agak lebih lama dikasih waktunya, nah kemudian juga cara penyampaiannya menarik kan supaya anak-anakkan, kadang-kadang ada yang mendengar ada yang enggak kan, cara penyampaiannya juga ” (Wawancara, Ibu Ana, 30 Oktober 2017).

Setelah mewawancarai salah satu guru yaitu Ibu Ana, peneliti juga melakukan wawancara dengan Ketua Osis SMAN 1 Pekanbaru yang bernama Abdi Darsono. Jawaban Abdi berbeda dengan Ibu Ana, karena memang yang sudah dijelaskan sebelumnya, setiap orang atau audiens berbeda-beda dalam menerima informasi yang disampaikan pada saat kampanye ataupun sosialisasi. Dari wawancara yang telah dilakukan, Abdi mengatakan bahwa pada saat pihak BNNP Riau yaitu Ibu Dina menjadi Pembina Upacara pada hari senin, kurang efektif. Apa yang disampaikan oleh Ibu Dina hanya kata-kata tanpa bukti yang jelas, sehingga dirasa kurang efektif. Hal ini sesuai dengan jawaban Abdi yaitu :

“Enggaklah. Ya coba aja kakak liat sendiri, sekarang kan di Indonesia ini kan gak butuh cuma omongan, bukti kerjanya harus ada. kalau hanya berkoar sih saya bisa aja, kayak orang lain ya bisa aja cuma bilang oh kita ni harus anti narkoba kita ni gak ngerokok, kita tu mulai dari bukti-bukti kecil ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Cara penyampaian dari pihak BNNP Riau pun dianggap Abdi kurang menyenangkan atau membosankan, karena hanya dengan kata-kata. Menurutnya, penyampaian kampanye itu bisa masukkan unsur hiburan didalamnya. Selain itu juga mengundang motivator dalam pelaksanaan kampanye, namun tidak dengan motivator yang sama dan kata-kata yang sama, sehingga sama saja membosankan dan tahu motivator tersebut akan menyampaikan apa. Pernyataan Abdi tersebut sebagai berikut :

“oh cara kampanye nya? Waduh cara kampanye kurang ngerti itu, cara kampanye itu tu setidaknya bagi para remaja yang tidak bosan dan tidak terlalu monoton. Tidak terlalu membahas tentang itu, nah dibarengin juga dengan hiburan, paling kayak gitu sih biasa sih. Nah undang orang, saya rasa

masuk undang motivator itu jangan, saya melihat motivator itu, itu pernah dipakai juga waktu saya pelatihan BNN atau apa gitu, tentang narkoba itu sama (motivatornya). Usahakan, sekarang itukan remajakan banyak, yang kayak gitu yang dari orangnya langsung. Jangan yang motivatornya yang itu itu terus, saya aja bosan dengar lagunya aja bosan, itu aja diulang lagi itu aja diulang lagi gitu. Orangnya ini lagi, yang diomongin sama lagi. Maunya setiap apa tu beda-beda aja orangnya, dan itu dipilih orangnya yang benar-benar bisa meng guide penonton sih ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Pada audiens kampanye anti narkoba ini yang merupakan remaja, media sosial tentunya tidak asing bagi para remaja di zaman sekarang. Seperti yang sudah dijelaskan Ibu Dina sebelumnya, media sosial digunakan dalam penyebarluasan informasi atau melakukan kampanye. Namun media sosial yang digunakan pihak BNNP Riau juga kurang efektif menurut Abdi dalam penyampaian pesan kampanye. Banyak siswa yang tidak mengetahui media sosial dari BNNP Riau, sehingga tentunya saja pesan kampanye tersebut tidak terbaca atau terlihat oleh para siswa-siswa. Hal ini dijelaskan pada pernyataan Abdi sebagai berikut :

“enggak, orang gak banyak yang tahu. Coba tanya disekolah ini, saya bakal jujur, coba tanya disekolah ini ada gak yang buka web atau punya instagram, sosial akun, atau sebagai macam tentang BNN, ada gak yang tahu? Saya berani jamin, hanya 1 atau 10 orang yang tahu, sedangkan di sekolah ini 1041 orang. Kalau hanya 10?” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Dengan melihat meningkatnya angka penyalahgunaan di Riau, Abdi pun menyampaikan pendapatnya. Menurut Abdi, sekolah juga harus memberi perhatian lebih terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Riau ini, karena sekolah mempunyai peran yang cukup kuat agar siswa-siswa tidak terjerumus dalam penyalahgunaan narkoba. Siswa-siswa menghabiskan waktu hampir setengah hari di sekolah, sehingga tidak salah bahwa sekolah merupakan lingkungan yang paling dekat setelah keluarga. Hal ini yang dimaksud dengan Abdi, jika dilingkungannya sudah bagus maka dia akan sulit untuk masuk ke kasus penyalahgunaan narkoba. Seperti yang dikatakan Abdi berikut ini :

“Nah sekolah salah satunya, sekolah ini kan bisa kita lihat kurikulum sekarang tu kan gak ada mengajarkan tentang ketaatan lama, diluar kita gimana. Sekolah ni hanya terfokus hanya pada pembelajaran aja, fokus dikelas aja gitu kan. Bukan seperti itusih, sama kayak waktu itu, saya pernah juga ada musyawarah tentang Islam juga seperti itu juga. Jadi semua itu berawal dari sekolah, kalau sekolah mengajarkan tentang segala macam, itu tu kalau dia diluar pasti dia taat peraturan sekolah gitu, sama yang udah diajarkan disekolah. Sebenarnya yang narkoba ini kan, kalau BNN kan berarti terfokus pada narkoba, nah itu bisa dilihat dari pergaulan sih dari lingkungan. Jadi kalau dilingkungan didalamnya udah bagus, mau gimanapun diluarnya dia bakal tetap punya pendirian masing-masing sebenarnya ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Abdi juga berpendapat bahwa narkoba adalah jalan untuk membuka atau awal terjadinya berbagai hal yang tidak sesuai nilai dan norma di masyarakat. Pada diri sendiri siswa sendiri, yaitu malas untuk datang kesekolah. Untuk meminimalisir akan terjadinya hal tersebut, Abdi juga menyarankan agar BNNP Riau bekerjasama dengan pihak sekolah untuk memasukkan kurikulum narkoba dalam pembelajaran, seperti yang dikatakannya berikut ini :

“Narkoba ini kan awalnya. Nah narkoba itu yang menyebabkan faktor-faktor, penyebab-penyebab lainnya, contohnya polemik narkoba. Udah pasti dia melakukan kondisi otaknya bukan udah ga normal lagi maksudnya otaknya tu gak sehat, pasti dia itu malas sekolah, nah itu penyebabnya, itu juga harus dipikirkan juga. Jadi gak hanya narkobanya aja, kalau narkoba saran saya mungkin dari pihak BNN ada bekerja sama dengan pihak Kadis memasukkan kurikulum narkoba kedalam pembelajaran ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Selain memberi masukan dibuatnya kurikulum narkoba di sekolah, Abdi juga menyampaikan agar BNNP Riau membuat program yaitu kampanye yang rutin untuk melihat ada atau tidak perkembangannya. Sehingga terdapat bukti nyata dari pelaksanaan kampanye tersebut. Namun tidak hanya pihak BNN yang bekerja dalam meminimalisir angka penyalahgunaan narkoba di Riau ini, pihak lain seperti orang tua juga harus ikut serta. Seperti yang dikatakan Abdi berikut ini:

“kalau masalah kampanye nya gak papa, BNN juga buat program. Disamping itu, disamping dia memasukkan itu nah BNN kan berkampanye, nah kampanye ini lah yang rutinitas mengingat orang gitu. Jadi gak hanya pembelajaran, ada juga kita survei ada gak perkembangannya gitu. Jadi kampanyenya, gak hanya kampanye sekali habis itu udah gitu, kita harus lihat juga perkembangannya, ini kampanye ini data sekolahnya, berapa persentasi orang sudah tidak memakai gitu. Contohnya aja rokok, rokok aja udah termasuk narkoba kan? Nah itu sih, terus saya juga lihat, gak cuma disekolah aja sih, orang tua juga semuanya harus ikut bahu membahu.” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Abdi yang merasa kampanye yang dilakukan oleh pihak BNNP Riau kurang efektif, memberikan banyak masukan dari beberapa sudut pandang. Selain masukan diatas, Abdi juga memberi saran agar BNNP Riau lebih fokus dengan 1 atau 2 sekolah saja, namun dengan melakukan kampanye yang rutin. Menurutnya, lebih baik 1 atau 2 sekolah yang sukses terlihat nyata daripada banyak tapi tidak memiliki hasil. Pernyataan Abdi tersebut sebagai berikut :

“oke buat BNN, coba buat contoh 1 sekolah aja, 1 atau 2 sekolah setidaknya, berkampanye di sekolah. Nah selama berkampanye ini buat program, kedepannya tu bulan ini kita survei lagi yok, bulan ini ni kita ngadain ini lagi yok. Udah itu, nah jadi dari situ disamping itu juga kita nge lobby juga orang kadis “pak ini ni kalau dilihat dari persentase orang yang menggunakan ini ini semakin tahun meningkat. Nah mungkin dari bapak atau dari ibu bisa memasukkan kurikulum tentang bahaya penggunaan ini gitu. Nah jadi kalau udah mulai dari 1 sekolah atau 2 sekolah, saya rasa mulai deh buka lagi besar lagi gitu. Jadi ga cuma 1 semuanya, tapi gak terarah tapi gak terkontrol, yang penting 2 tapi terkontrol gitu. Tiap bulannya tu kita survei gimana gitu, ya hasilnya ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

Abdi yang menganggap kampanye yang dilakukan oleh BNNP Riau sedikit membosankan, memberi saran agar kampanye yang dilakukan selanjutnya tidak terlalu monoton. Sehingga audiens turut mendengarkan, dan pesan kampanye pun dapat tersampaikan. Saran Abdi tersebut sebagai berikut :*“Abdi kurang ahli ya dalam merancang acara itu, tapi tolong yang gak monotonlah, ya buat orang senang dan acara itu emang dirancang jauh-jauh hari dan sudah terprogram ” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).*

Selain dimintai pendapat dan sarannya terhadap kampanye anti narkoba dilakukan oleh Seksi Pencegahan divisi P2M BNNP Riau, Abdi ditanya jika diikutsertakan dalam pelaksanaan kampanye tersebut. Abdi mengatakan tidak masalah jika ikut terlibat, namun dalam sebuah komunitas yang jelas yaitu dari sekolah. Pernyataannya tersebut sebagai berikut :

“Kalau ikut terlibat sih, it’s oke aja saya bakal mau ikut. Cuma ya gak hanya dari saya mungkin, mungkin ya dari buat komunitas. Dan komunitas komunitas itu ke sekolah sekolah, ya paling kena sih di sekolah jangan diluar, kalau diluar hanya kongko-kongko gak jelas, gak ada manfaatnya. Di sekolah sih, kan pelajaran itu semua dari sekolah, siswa dari jam 7 pagi sampai jam 3 sore itu disekolah. Jadi dapat menerima masukan informasi pembelajaran semuanya kan dari sekolah” (Wawancara, Abdi, 30 Oktober 2017).

B. Faktor Pendukung dan Penghambat

Setiap pelaksanaan kegiatan tentunya terdapatnya berbagai faktor yang mendukung agar kegiatan tersebut berjalan dengan lancar, dan berbagai faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan setiap kegiatan. Berbagai faktor pendukung dan penghambat tersebut juga dirasakan oleh Seksi Pencegahan dalam kegiatan kampanye yang dilakukan. Faktor tersebut dapat berasal dari internal maupun eksternal institusi BNNP Riau.

Selama melakukan kampanye anti narkoba tersebut, salah satu faktor pendukung yang berasal dari eksternal yaitu masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai antusias terhadap kasus penyalahgunaan narkoba. Terlihat dari banyaknya panggilan dari luar institusi untuk melakukan kampanye atau sosialisasi. Seperti yang dijelaskan Ibu Dina sebagai berikut :

“nah itu dia tadi, mungkin tingkat kesadaran masyarakat sendiri sudah mulai meningkat. Yakan? Mungkin karna banyak dilihat dimata ya tetangga, keluarga, ini sudah mulai peduli. Kalau dulu apatis, masyarakat sudah mulai peduli. Contohnya, kami sudah banyak dapat panggilan untuk sosialisasi, artinya kan masyarakat sudah mulai peduli, yakan? Sudah banyak masyarakat mulai peduli, anggota keluarganya itu direhab, itukan sudah termasuk peduli ya, dari situ,

berarti sosialisasi kita selama ini sedikit sudah menampakkan hasil dibanding dulu. Dulu sama sekali apatis, terhadap penyalahgunaan dan peredaran narkoba, bahkan anti, kalau bisa bahkan gamau dengar masalah itu, masalah itu dianggap tabu, kalau sekarang kan kondisinya sudah mulai bergeser, nah itu dia. Itu salah satu pendukung kami dari luar ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Sedangkan faktor dari dalam yaitu kerjasama tim yang kuat, dan anggaran yang mendukung. Seperti yang dikatakan oleh Ibu dina sebagai berikut :

“Dari dalam tentunya solid, kerjasama yang baik, tim, disini bekerjanya tim ya dek, kemudian anggaran. Kalau anggarannya cukup pasti berjalan dengan baik, pasti bisa kontiniu, yakan? Sebenarnya tidak menggunakan anggaran pun kami siap, non dipa banyak yang gak pakai anggaran, bahkan lebih banyak dari kegiatan yang sudah kami rencanakan pakai anggaran. Permintaan masyarakat banyak sekarang ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Anggaran memang sudah disiapkan untuk melaksanakan kampanye anti narkoba. Namun karena banyaknya permintaan dari masyarakat sendiri untuk melakukan kampanye atau sosialisasi, anggaran pun tidak terlalu dipikirkan oleh pihak BNNP Riau karena dari masyarakat sendiri yang sudah menyediakan berbagai macam mulai dari tempat, audiens dan lain sebagainya. Hal ini tentunya menjadi faktor pendukung bagi Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba di masyarakat, selain kerjasama yang baik dan mempunyai visi misi yang sama. Pernyataan Ibu Dina tersebut sebagai berikut : *“iya dari masyarakat sendiri yang menyiapkan, mereka yang menyediakan audiensnya mereka yang menyediakan tempatnya, kami tinggal datang untuk mensosialisasikan. Kami siap. Itulah faktor pendukungnya, kerjasama yang baik, solid, kemudian, punya visi misi yang sama ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).*

Namun faktor penghambat tentunya juga dimiliki oleh Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba tersebut. Salah satu yang menjadi faktor penghambat yaitu kurangnya sumber daya manusia, sehingga dirasa cukup berat melaksanakan kampanye. Hal ini diperkuat oleh jawaban Ibu Dina yaitu :

“kalau faktor menghambat misalnya, ini non teknis sebenarnya sih, kalau faktor penghambat secara keseluruhan ya kegiatan, biasanya sumber daya manusianya. BNN ini sesuai di SP harusnya 210 orang minimal, sementara kami hanya 60 orang kurang lebih. Jadi mengcover kegiatan segitu banyak dengan hanya kami-kami ini. Untuk khusus kegiatan ini, kami mengerjakan itu 3 4 orang harus bisa terlaksana kan. Nah terutama itu kekurangan SDM ” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

Selain itu, faktor penghambat lainnya adalah kurangnya komitmen dari masyarakat. Selanjutnya, belum adanya survei terhadap audiens dari media massa. Sehingga tidak diketahui apakah kampanye yang disampaikan efektif atau tidak. Hal ini diketahui oleh jawaban Ibu Dina yaitu :

“Yang kedua, misalnya kurangnya komitmen, yakan? Kurangnya komitmen dari masyarakat khususnya target kita itu. Kadang berhasil kita mempengaruhi, kadang enggak, kan gitu. Nah ketiga, media seperti Koran, radio, TV, belum dapat terukur dengan pasti berapa pemirsanya, kita kan gatau, kita sampaikan informasi ntah ada yang dengar ntah enggak kan? Belum ada surveinya kesitu, belum ada lembaga surveinya. Nah kemudian, kaya Koran oplah penjualannya pun, misalnya kita buat iklan dikoran ni, oplah penjualan pun belum bisa secara pasti menegaskan bahwa segitulah yang membaca iklan kita. Itu baru yang membaca, belum lagi yang terpengaruh dari iklan kita, kita belum bisa ukur ya. Nah itu masih sulit diukur, ntah dia tepat sasaran atau tidak, masih sulit kita mengukurnya, karena radio sekarang belum adakan survei yang dengar radio ini kalangan remaja yang dengar radio ini, itu survei pastinya belum adakan? Yang dengar radio ini ibu ibu rumah tangga, kan belum ada survei seperti itu, jadi materi yang kita sampaikan itu bentuknya kan universal yang mendengar siapa kalangannya, kita belum bisa mengukur dengan pasti. Kita hanya bisa prediksi-prediksi, itu kendalanya.” (Wawancara, Ibu Dina, 27 Oktober 2017).

2. Pembahasan

A. Implementasi Kebijakan Publik

Pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau, yang mempunyai tugas untuk menjalankan suatu kampanye anti narkoba di daerah Provinsi Riau adalah Bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat khususnya Seksi Pencegahan. Masyarakat luas mengenalnya dengan kampanye anti narkoba, namun pada BNN kampanye ini

disebut dengan Diseminasi Informasi P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, Peredaran Gelap Narkoba). Selain diseminasi informasi, program kerja Seksi Pencegahan adalah advokasi. Advokasi ini kurang lebihnya sama dengan kampanye yaitu untuk mempengaruhi orang lain atau khalayak, namun bedanya program kerja advokasi memiliki keterikatan dengan pihak lain. Jika diseminasi informasi hanya menyampaikan informasi kepada masyarakat, advokasi lebih dari sekedar itu.

Pada advokasi, terdapat 2 jenis targetnya yaitu perorangan dan juga institusi. Advokasi perorangan nantinya akan menjadi relawan atau penggiat anti narkoba, sedangkan yang institusi yaitu dengan melakukan kerjasama yang terikat atau MOU dengan berbagai perusahaan atau instansi. Advokasi dapat dikatakan lebih efektif dari kampanye atau diseminasi informasi, karena masyarakat sendiri dapat ikut berpartisipasi langsung dalam kasus penyalahgunaan narkoba khususnya di daerah Provinsi Riau, dengan begitu diharapkan angka penyalahgunaan narkoba di daerah ini dapat berkurang. Namun menjalankan program kerja advokasi tentu tidak mudah, dibutuhkan usaha yang cukup banyak juga dari Seksi Pencegahan. Contohnya seperti, terdapatnya seseorang yang ingin menjadi relawan, pada awalnya sangat semangat namun pada akhirnya hanya selesai begitu, sehingga satu per satu pun relawan mulai hilang. Seksi Pencegahan harus dapat menahan atau bahkan dapat meningkatkan relawan anti narkoba di masyarakat.

Sebelum menarik masyarakat menjadi relawan anti narkoba, sebaiknya dilakukan penyampaian informasi berbagai hal tentang narkoba. Penyampaian informasi ini juga merupakan program kerja Seksi Pencegahan yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu berupa kampanye atau diseminasi informasi P4GN. Diseminasi informasi ini pun tidak mudah untuk dilakukan, diperlukan kerjasama yang baik dari semua anggota Seksi Pencegahan BNNP Riau. Tidak hanya itu, dengan adanya manajemen yang baik dilakukan oleh Seksi Pencegahan diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Manajemen ini tentunya mencakup mulai dari pra pelaksana yaitu perencanaan dan pengorganisasian, pada saat pelaksanaan, dan terakhir pengevaluasian dari kampanye yang telah dilakukan.

Manajemen pada sebuah kegiatan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh BNNP Riau khususnya oleh Seksi Pencegahan, sangat relevan dengan teori implementasi kebijakan publik oleh Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gun yang menjelaskan tentang manajemen strategis, yaitu melaksanakan suatu kebijakan publik dengan mengikuti kaidah-kaidah yang terdapat dalam manajemen, yaitu adanya perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengawasan atau evaluasi. Sehingga kegiatan tersebut dapat tersusun dengan baik dan tujuan yang ditentukan besar kemungkinan dapat terwujud.

B. Manajemen Kampanye Anti Narkoba

1. Perencanaan

Sebelum melaksanakan sebuah kampanye, sangat penting memikirkan perencanaan yaitu hal-hal seperti apa yang akan dijalankan pada saat melaksanakan kampanye nantinya. Dengan adanya perencanaan akan memudahkan pelaksana kampanye, karena terdapat aturan-aturan yang tersusun sehingga jelas kampanye seperti apa yang akan dijalan. Seksi Pencegahan melakukan perencanaan dengan cukup baik. Setiap kegiatan kampanye telah disusun terlebih dahulu di timeline pada awal tahun anggaran. Di timeline per tahun tersebut, terdapat program kerja Seksi Pencegahan yaitu Diseminasi Informasi dan juga Advokasi, yang hanya secara garis besarnya. Namun dengan berjalannya waktu, dan melihat semakin meningkatnya penyalahgunaan narkoba di Riau, maka terdapat banyak program kerja kampanye dari Seksi Pencegahan diluar jadwal yang telah ditulis di timeline. Hal ini diketahui dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Kepala Seksi Pencegahan BNNP Riau yaitu Ibu Dina.

Dari timeline tersebut, terlihat bahwa Seksi Pencegahan telah merencanakan berbagai program kerjanya jauh hari sebelum pelaksanaan. Dengan adanya timeline, maka pelaksanaan program kerja sudah tersusun dari awal tahun. Jika terdapat banyak waktu luang dan banyaknya permintaan dari masyarakat sendiri, maka Seksi Pencegahan mempunyai program kerja tambahan diluar jadwal yang terdapat di timeline. Selain telah merencanakan berbagai program kerja diawal tahun, Seksi Pencegahan juga melakukan perencanaan disetiap program kerjanya beberapa waktu sebelum pelaksanaan, dengan berbagai aspek-aspek yang terdapat pada perencanaan. Aspek aspek ini seperti yang dijelaskan Gregory (dalam Venus) yaitu :

a. Melakukan Analisis

Dalam perencanaan, langkah awal yang harus dilakukan yaitu menganalisis masalah yang terjadi. Dengan melakukan analisis, diharapkan dapat menemukan cara untuk memecahkan suatu masalah yang dihadapi. Seksi Pencegahan terlebih dahulu melihat jumlah kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, data tersebut terdapat langsung pada BNNP Riau maupun dari Dit Res Narkoba Polda Riau. Setelah mengetahui jumlah kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, Seksi Pencegahan yang juga berkerjasama dengan Dit Res Narkoba Polda Riau membagi berbagai data kasus tersebut menjadi beberapa sudut pandang, seperti dari segi umur, latar belakang pendidikan maupun pekerjaan, dan lain sebagainya. Tujuan dari dilakukannya pengelompokan dari data kasus penyalahgunaan tersebut yaitu untuk memudahkan pemilihan audiens kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang akan dilakukan oleh Seksi Pencegahan BNNP Riau.

b. Menyusun Tujuan

Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya memiliki tujuan tertentu. Dengan adanya tujuan, maka kegiatan kampanye mempunyai arah dan berfokus untuk mencapai tujuan tersebut. Seksi Pencegahan mempunyai tujuan dari kampanye yang dilakukan yaitu : Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bahaya penyalahgunaan dan edar gelap narkoba sehingga diharapkan akan tumbuh sikap

dan perilaku anti terhadap penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba yang memungkinkan dapat menekan laju angka prevalensi penyalahgunaan dan mempersempit ruang gerak peredaran narkoba khususnya di Provinsi Riau. Tujuan ini bersifat realistis, dan mempunyai kemungkinan besar untuk dicapai jika dari BNNP Riau sendiri dapat melaksanakan kampanye dengan efektif, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat.

c. Memilih Segmentasi Sasaran

Kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan BNNP Riau memang ditujukan untuk semua lapisan masyarakat Riau. Namun tentunya tidak setiap pelaksanaan kampanye audiens nya semua masyarakat. Terdapat berbagai latar belakang dari masyarakat Provinsi Riau, mulai dari usia, pendidikan, pekerjaan, budaya, dan lain sebagainya. Memilih segmentasi sasaran sangat penting, karena tidak semua kalangan dapat menerima pesan kampanye dengan satu carapenyampaian saja. Seksi Pencegahan telah melakukan pengelompokan awal yang telah dijelaskan sebelumnya pada saat melakukan analisis. Dengan pengelempokan dari kasus penyalahgunaan tersebut dapat dilihat dari kalangan seperti apa yang banyak menjadi penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga kampanye yang akan dilakukan banyak mendapat perhatian khusus pada kalangan tersebut, seperti dari remaja, PNS, atau lain sebagainya. Seksi Pencegahan mempunyai empat lingkungan sasaran pencegahan lewat Diseminasi Informasi P4GN yaitu :

1. Lingkungan Masyarakat (masyarakat tempat tinggal, kelompok masyarakat, organisasi, dll)
2. Lingkungan Keluarga (ibu rumah tangga, aktifis posyandu, aktifis PKK, dll)
3. Lingkungan Pekerja (usia bekerja)
4. Lingkungan Pendidikan (usia sekolah, Perguruan Tinggi).

d. Menentukan Pesan

Hal terpenting dari sebuah kampanye yaitu apa pesan yang ingin disampaikan, sehingga audiens mendapat informasi dari apa yang pelaku kampanye sampaikan. Pesan kampanye tersebut juga menjadi sarana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk itu sangat penting memikirkan perencanaan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Langkah awal menentukan pesan kampanye yaitu dengan memikirkan tema seperti apa yang cocok dengan kampanye. Tema merupakan pokok utama dalam sebuah pembahasan, pada satu tema terdapat berbagai macam pesan didalamnya. Agar tidak keluar dari inti yang disampaikan maka diperlukannya lah tema. Seksi Pencegahan menentukan tema dari segmentasi audiensnya, atau lingkungan sasaran/target. Dengan melihat siapa audiens dari kampanye yang akan disampaikan, memudahkan pihak Seksi Pencegahan menentukan tema dari sebuah kampanye.

e. Menentukan Strategi

Seksi Pencegahan mempersiapkan strategi sebelum melakukan berbagai kegiatan kampanye Anti Narkoba atau Diseminasi Informasi P4GN. Strateginya yaitu dengan melakukan berbagai inovasi, seperti mengikuti apa yang lagi ramai dibicarakan atau digunakan oleh masyarakat Provinsi Riau, salah satunya yaitu penggunaan *Hp*. Dengan begitu, Seksi Pencegahan melakukan kerja sama dengan PT.Telkomsel untuk dapat menyebarluaskan informasi P4GN kepada masyarakat sampai ke pelosok Provinsi Riau, dengan begitu juga dapat menghemat waktu dan biaya. Selain itu Seksi Pencegahan juga menggunakan media sosial, agar kampanye yang dilakukan tidak terlalu monoton yaitu pertemuan dengan tatap muka.

f. Pelaku Kampanye

Pelaku dari kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN yaitu Seksi Pencegahan BNNP Riau. Namun terdapat pihak lain yang juga turut membantu dalam melaksanakan kampanye tersebut. Terdapat dari masyarakat Provinsi Riau sendiri yaitu sebagai relawan, selain itu dari pihak-pihak pemerintah

maupun swasta. Seksi Pencegahan juga melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang terlibat, seperti kampanye dalam bentuk donor darah maka Seksi Pencegahan bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Dengan adanya kerja sama ini sangat membantu Seksi Pencegahan dalam melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

g. Waktu dan Sumber Daya

Menentukan waktu pelaksanaan kampanye telah dibahas sebelumnya, yaitu adanya timeline pelaksanaan program kerja dari Seksi Pencegahan yang telah ditulis diawal tahun anggaran. Pada timeline tersebut, terdapat dua program kerja Seksi Pencegahan yaitu Diseminasi Informasi P4GN dan juga Advokasi. Program kerja tersebut dijadwalkan disetiap bulan pertahun dan dilengkapi dengan minggu keberapa akan dilaksanakan program kerja tersebut. Untuk melihat program kerja mana saja yang termasuk Diseminasi Informasi P4GN dan Advokasi, maka pada timeline dibedakan dengan berbagai warna. Tidak hanya perbedaan program kerja, perbedaan warna tersebut dikelompokkan dari sasaran audiens kampanye atau Diseminasi Informasi P4GN. Pada program kerja Advokasi hanya berupa satu warna saja, sedangkan diseminasi informasi P4GN terdapat empat warna. Empat warna tersebut dibedakan berdasarkan sasaran audiens kampanye, yaitu lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan pekerja, dan lingkungan pelajar.

Selain mempunyai jadwal waktu yang sudah ditentukan pada awal tahun untuk melakukan program kerja, Seksi Pencegahan juga sering mendapat permintaan tambahan dari masyarakat untuk melaksanakan program kerja, baik Diseminasi Informasi P4GN maupun Advokasi. Namun sepanjang tahun 2017, Seksi Pencegahan lebih banyak mendapat permintaan diseminasi informasi seperti menjadi Pembina upacara dan melakukan sosialisasi tentang narkoba di sekolah-sekolah di Provinsi Riau. Tidak hanya dari masyarakat, Seksi Pencegahan sendiri beberapa kali melakukan diseminasi informasi tambahan yang tidak tertulis di timeline, seperti mendatangi tempat keramaian dan membagikan brosur

tentang bahaya narkoba. Hal ini dilakukan karena terdapatnya waktu luang dan memanfaatkan keadaan yang sedang terjadi dimasyarakat. Sehingga dari segi perencanaan waktu pun, Seksi Pencegahan sudah melakukannya dengan cukup baik.

Setelah perencanaan waktu yang cukup baik, hal lain yang membantu menyukseskan suatu kampanye adalah memanfaatkan sumber daya yang ada. Dengan terdapatnya berbagai sumber daya ini dapat membantu menyelesaikan kampanye tepat pada waktunya. Sumber daya yang dibahas disini terbagi atas tiga jenis, yaitu sumber daya manusia, sumber dana operasional, dan peralatan. Ketiga sumber daya ini saling terikat untuk mencapai kesuksesan sebuah kampanye. Sumber daya manusia tentunya yaitu jasa yang dapat membantu pelaksanaan suatu kampanye, dan sebaiknya dilakukan oleh sebuah tim sehingga diperlukan kerjasama yang baik. Pada Seksi Pencegahan, sumber daya manusia nya berasal dari para anggota yang terdapat di Seksi Pencegahan. Namun terkadang, Seksi Pencegahan mendapat sumber daya manusia tambahan dari luar baik dari BNNP Riau sendiri maupun dari luar BNNP Riau.

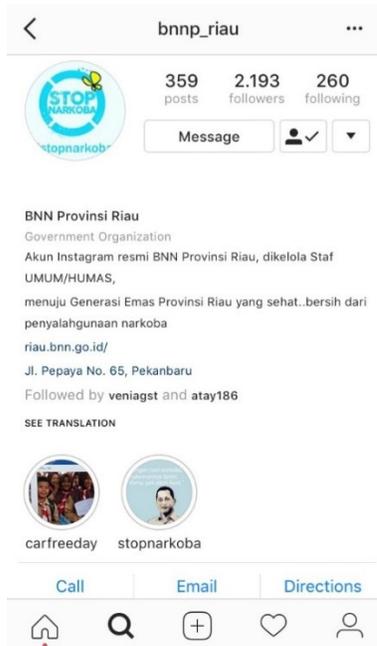
Sumber dana operasional atau anggaran sudah ditetapkan dari awal tahun anggaran. Dengan dana yang telah diberikan, diharapkan dapat melaksanakan berbagai program kerja dari Seksi Pencegahan selama setahun. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Kepala Seksi Pencegahan, dana yang dianggarkan untuk program kerja Seksi Pencegahan cukup selama setahun. Selain tersedianya anggaran dari pemerintah, Seksi Pencegahan juga dibantu oleh masyarakat Provinsi Riau untuk melakukan berbagai diseminasi informasi P4GN. Masyarakat membantu dengan menyiapkan berbagai hal yang diperlukan pada saat Seksi Pencegahan melaksanakan diseminasi informasi P4GN. Hal ini dilakukan karena masyarakat mulai peduli tentang bahaya narkoba, sehingga masyarakat meminta BNNP Riau untuk melakukan diseminasi informasi P4GN seperti di sekolah, tempat kerja, maupun kelompok masyarakat. Sebagai bentuk terimakasih masyarakat kepada BNNP Riau, berbagai hal seperti tempat, audiens

dan lain sebagainya, disediakan oleh masyarakat sendiri. Tentunya ini sangat membantu pihak Seksi Pencegahan dari segi dana maupun peralatan.

h. Memilih Media

Dalam sebuah kampanye, penyebarluasan informasi itu penting. Penyebarluasan informasi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai media yang tersedia. Baik media elektronik, media cetak, dan media baru yaitu internet. Pemilihan media yang banyak ini pun dapat ditentukan dengan melihat siapa audiens kampanye yang akan dituju. Contohnya penggunaan media cetak seperti koran, yang pembacanya kebanyakan dari bapak-bapak, maka iklan kampanye seperti apa yang cocok untuk dibaca oleh bapak-bapak, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens.

Pada Seksi Pencegahan, pemilihan media ini merupakan metode yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat. Terdapat tiga metode, yaitu : non elektronik (melakukan iklan di media cetak), elektronik (berupa radio, TV, informasi digital/media sosial), dan terakhir adalah konvensional (berupa seminar, sarasehan, sosialisasi tatap muka). Seksi Pencegahan menggunakan berbagai media yang ada. Terlihat dari berbagai media sosial yang dimiliki oleh BNNP Riau, yang dikelola oleh Humas BNNP Riau. Seksi Pencegahan membuat konten dari kampanye atau diseminasi informasi P4GN, yang akan diberikan kepada Humas untuk disebarluaskan melalui media sosial mereka seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Selain itu, dalam media sosial BNNP Riau juga terdapat berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan maupun BNNP Riau.



Gambar 3.1

Sumber: (Akun media sosial Instagram BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.2

Sumber: (Akun media sosial Instagram BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.3

Sumber: (Akun media sosial Twitter BNNP Riau, Februari 2018)



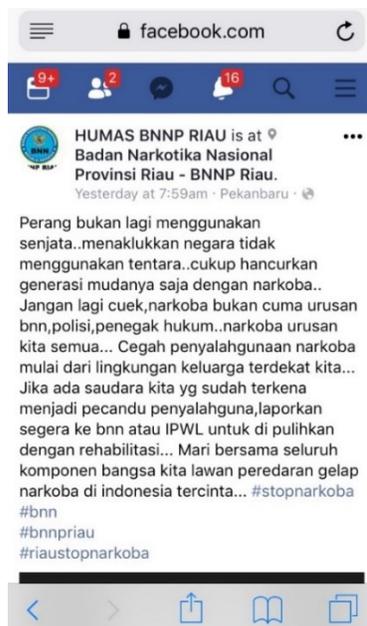
Gambar 3.4

Sumber: (Instagram BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.5

Sumber: (Instagram BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.6

Sumber: (Facebook BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.7

Sumber: (Twitter BNNP Riau, Februari 2018)

Melalui akun media sosial yang dimiliki, BNNP Riau selalu melakukan *update* untuk memberikan informasi terkait berbagai kegiatan yang dilakukan oleh BNNP Riau. Selain penggunaan media sosial, Seksi Pencegahan atau BNNP Riau juga menggunakan leaflet, poster, dan lain sebagainya untuk penyebarluasan pesan diseminasi informasi P4GN. Konten dari leaflet dan poster tersebut sebelumnya sudah dibuat oleh BNN Pusat, yang selanjutnya akan dibagikan ke berbagai BNN Provinsi di Indonesia. Konten tersebut akan sedikit diubah oleh BNNP Riau, sesuai dengan Provinsi Riau.



Gambar 3.8

Sumber: (Dokumentasi BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.9

Sumber: (Dokumentasi BNNP Riau, Februari 2018)

i. Evaluasi dan Tinjauan

Didalam perencanaan terdapat juga evaluasi awal yang harus dilaksanakan. Setelah memikirkan berbagai hal tentang kampanye yang akan dilakukan dimasyarakat, salah satu cara untuk melihat siap atau tidaknya pelaku kampanye menjalankan sebuah kampanye yaitu dengan melakukan uji coba atau latihan. Berbagai hal yang telah direncanakan sebelumnya dapat dilatihkan terlebih dahulu, untuk melihat pada bagian mana yang dirasa kurang bagus agar dapat diperbaiki sebelum melaksanakan kampanye. Dengan adanya latihan ini, pelaku atau penyampai pesan kampanye diharapkan tidak panik pada saat menjalankan kampanye di masyarakat, sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan. Pada Seksi Pencegahan, dilakukannya uji coba atau latihan sebelum melakukan kampanye.

2. Pengorganisasian

Pada perencanaan yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat berbagai aspek penting yang harus dipikirkan oleh pelaku yaitu Seksi Pencegahan, sebelum melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN. Setelah perencanaan tersebut dianggap sudah sesuai untuk diberikan kepada masyarakat, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu menyusun atau mengorganisasi. Penyusunan yang dimaksud yaitu dari konten atau isi pesan kampanye dan susunan anggota pelaksana kampanye. Pengorganisasian untuk konten atau isi pesan dari diseminasi informasi P4GN, dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan dari segi penerima pesan atau audiensnya, yang mana terdapat empat lingkunganyaitu : lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan pekerja, dan lingkungan pelajar. Setiap lingkungan yang sama, maka konten yang diberikan tidak terlalu jauh berbeda. Ini tentunya akan membantu Seksi Pencegahan melaksanakan program kerjanya yaitu diseminasi informasi P4GN.

Diseminasi informasi P4GN yang dilakukan Seksi Pencegahan ini tentunya tidak hanya terdiri dari satu orang melainkan sebuah kelompok atau tim. Pada Seksi Pencegahan, tim ini disebut dengan panitia kegiatan yang isinya merupakan orang dari internal BNNP Riau, tidak hanya orang-orang dari Seksi Pencegahan saja. Panitia kegiatan initerdiri dari ketua, penanggung jawab, dan anggota. Dibentuknya panitia kegiatan ini beberapa waktu yaitusekitar seminggu sebelum dilaksanakan kampanye kegiatan. Seperti penjelasan dari Ibu Dina selaku Kepala Seksi Pencegahan dalam wawancara yang dilakukan peneliti, karena sudah terdapatnya jadwal yang tertulis di timeline program kerja selama setahun, maka panitia kegiatan akan dibentuk seminggu sebelum jadwal kampanye atau diseminasi informasi P4GN akan dilaksanakan.

Agar dapat mengatur setiap orang pada panitia kegiatan, dan kampanye atau diseminasi informasi P4GN berjalan dengan lancar, maka dibutuhkan pengorganisasian yang baik. Adanya pengorganisasian dalam panitia kegiatan juga sangat penting, untuk menyatukan pemikiran bersama agar tujuan yang diinginkan organisasi dapat tercapai, hal ini seperti yang dijelaskan pada buku Siswanto (2005). Pada Seksi Pencegahan, cara menkoordinasikan para panitia kegiatan yaitu dengan menerbitkan surat perintah tugas, yang berisi pembagian tugas dan fungsi dari masing-masing panitia pada setiap kegiatan kampanye. Dengan begitu, setiap tugas panitia dibagi rata dan setiap panitia kegiatan dapat menjalankan tugasnya masing-masing. Namun tidak masalah membantu tugas antara satu dengan yang lainnya, karena itu juga gunanya sebuah tim, tetapi tentunya dengan tidak meninggalkan tugas yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Penggerakan

Menyusun perencanaan pada sebuah kegiatan kampanye adalah langkah awal yang sangat bagus untuk dilakukan. Dalam buku Venus (2004) mengatakan bahwa dengan adanya perencanaan yang baik, maka akan menjadikan pola pikir dan tindakan berjalan dengan teratur atau terarah. Oleh karena itu, setiap pelaksanaan yang diawali dengan rencana yang baik, kemungkinan untuk mencapai tujuan yang diinginkan akan besar. Namun tidak akan ada artinya sebuah perencanaan yang telah disusun dengan sangat baik, jika tidak adanya pelaksanaan/penggerakan atau aksi yang nyata. Pada pelaksanaan inilah penerapan dari rancangan program yang telah dibuat sebelumnya. Seksi Pencegahan tentunya melakukan setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau yang sesuai dengan jadwal tertulis ditimeline. Pada bulan Oktober tahun 2017, sudah lebih dari setengah program kerja diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan oleh Seksi Pencegahan.

Tidak hanya melakukan program kerja yang sudah tertulis ditimeline, Seksi Pencegahan juga melakukan berbagai kegiatan diseminasi informasi P4GN yang tidak tertulis ditimeline program kerja, contohnya : Pembagian brosur di pusat keramaian seperti di mall, dan *car free day* pada hari minggu. Melakukan sosialisasi P4GN di sekolah-sekolah yang terdapat di Provinsi Riau. Melakukan tes urin pada setiap karyawan lingkungan kerja dari swasta maupun negeri, ini dilakukan oleh BNNP Riau sendiri atau diminta langsung dari suatu perusahaan atau organisasi tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Seksi Pencegahan yaitu Ibu Dina, diketahui bahwa jika dibandingkan program kerja tertulis dengan tidak tertulis, Seksi Pencegahan lebih banyak melakukan program kerja yang tidak tertulis di timeline. Banyak dari masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai peduli terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga masyarakat sendiri yang ingin mendatangkan BNNP Riau untuk melakukan diseminasi informasi P4GN di lingkungannya.

Dengan adanya kepedulian dari masyarakat sendiri tentunya memudahkan pihak dari Seksi Pencegahan untuk dapat melakukan diseminasi informasi P4GN ke masyarakat Provinsi Riau. Beberapa masyarakat juga menyediakan berbagai keperluan untuk pelaksanaan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, sehingga Seksi Pencegahan tidak perlu memikirkan anggaran tambahan untuk melakukan diseminasi informasi yang diminta langsung oleh masyarakat. Sedangkan untuk pelaksanaan diseminasi informasi P4GN di beberapa tempat keramaian seperti di *car free day* dan di mall-mall, Seksi Pencegahan menyediakan anggaran sendiri untuk kegiatan diseminasi informasi P4GN.



Gambar 3.10 kegiatan diseminasi P4GN di *CFD*

Sumber : (Instagram BNNP Riau, Februari 2018)



Gambar 3.11 kegiatan diseminasi P4GN di Mall SKA Pekanbaru

Sumber : (Instagram BNNP Riau, Februari 2018)

Kegiatan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan Seksi Pencegahan di tempat-tempat keramaian dilakukan sewaktu-waktu dengan cara tiba-tiba. Jika Seksi Pencegahan mempunyai waktu luang di akhir pekan, maka Seksi Pencegahan melakukan kampanye atau diseminasi informasi seperti penyebaran brosur di mall atau *car free day*, tentunya dengan menyiapkan beberapa keperluan kampanye beberapa hari sebelum dilakukannya kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

Selain itu, media yang digunakan untuk menyebarkan kepada masyarakat tentang kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Banyak media atau metode yang dapat dijadikan untuk penyebarluasan pesan kampanye tersebut. Seksi pencegahan mempunyai 3 metode, yaitu non elektronik, elektronik dan konvensional. Pada media non elektronik biasanya Seksi Pencegahan memasang

iklan di media cetak. Pada media elektronik menggunakan radio, televisi (TV). Sedangkan pada konvensional biasanya seperti, seminar, sarai sehan, sosialisai tatap muka, dan lain sebagainya. BNNP Riau juga memanfaatkan media internet untuk penyebaran informasi kampanye yang dilakukan. Terdapat banyak *postingan* pada akun media sosial BNNP Riau terutama *Instagram*, tentang kegiatan kampanye yang telah dilaksanakan.

Pada pelaksanaan kampanye yang dilakukan Seksi Pencegahan, pelaku kampanye yaitu berasal dari pihak BNNP Riau, baik dari Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat, maupun dari Divisi lain yang ikut membantu pelaksanaan kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau. Namun tidak hanya dari pihak BNNP Riau sendiri, Seksi Pencegahan juga melakukan kerja sama dengan berbagai pihak lain dalam pelaksanaan kampanye, seperti melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Kerjasama tersebut yaitu berupa donor darah pada masyarakat Provinsi Riau.

Tidak hanya kerjasama dengan PMI, Seksi Pencegahan melakukan kerjasama dengan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yaitu PT.Telkomsel. Dengan adanya kerjasama dengan pihak Telkomsel, maka Seksi Pencegahan dapat menyebarluaskan informasi P4GN kepada masyarakat khususnya di Provinsi Riau. Tentunya ini sangat membantu Seksi Pencegahan, dan juga memberi nama baik bagi PT.Telkomsel.

4. Pengawasan/Evaluasi

Setelah melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu pengawasan terhadap setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan. Pengawasan yang dimaksud yaitu melihat apakah pelaksanaan diseminasi informasi P4GN berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Langkah yang dapat dilakukan pada tahap pengawasan yaitu dengan mencatat hasil setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan. Pada BNNP Riau, bagian yang bertugas melakukan pencatatan hasil kegiatan tersebut dan membuat laporan adalah bagian Pengolah data dan Pengadministrasi. Dari laporan inilah diketahui pada bagian mana yang kurang sesuai dengan perencanaan yang disusun sebelumnya, yang dapat mengurangi efektifitas dari pelaksanaan diseminasi informasi P4GN dan pesan yang disampaikan kurang diterima oleh masyarakat.

Selain mencatat laporan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, melakukan survei kepada audiens kampanye atau diseminasi informasi P4GN juga sangat penting dalam tahap pengawasan atau evaluasi, karena dari survei ini dapat diketahui apakah kampanye yang disampaikan efektif sehingga dapat diterima oleh audiens. Namun kampanye dengan menggunakan media seperti media elektronik dan cetak, Seksi Pencegahan belum dapat melakukan survei dari audiens media tersebut, karena memang belum terdapat alat melakukan survei tersebut. Sehingga survei yang dapat dilakukan yaitu dengan menanyakan langsung kepada audiens dari kegiatan kampanye dengan metode konvensional yaitu seperti :seminar, sosialisasi tatap muka, dan lain sebagainya.

Dari pengawasan yang telah dilakukan, terdapat dua jenis pengawasan berdasarkan subjek yang dijelaskan dalam buku Sule dan Kurniawan (2005) yaitu internal dan eksternal. Internal adalah pihak BNNP Riau sendiri yang melakukan pengawasan yaitu dengan menulis laporan hasil kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya. Sedangkan eksternal adalah pengawasan yang dilakukan pihak luar

dari BNNP Riau yaitu audiens dari kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan. Namun pihak BNNP Riau atau Seksi Pencegahan dapat mengetahui hasil dari pengawasan pihak eksternal tersebut dengan melakukan survei yaitu dapat dengan wawancara maupun kuesioner.

Pada penelitian ini peneliti melakukan survei dengan salah satu guru dan salah satu siswa di SMAN 1 Pekanbaru. Sekolah tersebut menjadi salah satu sekolah yang dikunjungi oleh pihak BNNP Riau, dan Ibu Dina Sebagai Kepala Seksi Pencegahan menjadi Pembina pada Upacara yang dilaksanakan Senin Pagi pada tanggal 16 Oktober 2017. Pada saat itu, Ibu Dina menjelaskan berbagai hal tentang narkoba, mulai dari memerangi narkoba yang harus dari akar-akarnya karena dapat merusak SDM Indonesia, hingga memberitahu strategi/cara-cara memberantas narkoba.

Salah satu guru dan siswa tersebut adalah audiens dari sosialisasi yang dilakukan BNNP Riau atau Seksi Pencegahan. Dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu guru yang bernama Ibu Ana, dapat diketahui bahwa apayang disampaikan oleh Ibu Dina sebagai Pembina sangat bagus agar dapat memotivasi para siswa untuk menjauhkan narkoba, dan merasa apa yang disampaikan pada saat upacara lebih efektif dari apa yang disampaikan melalui sosialisasi dikelas, karena pada saat sosialisasi yang dilakukan sebelumnya hanya perwakilan beberapa siswa dari setiap kelasnya, sedangkan pada saat upacara semua siswa dapat mendengarkan apa saja yang disampaikan oleh pihak BNNP Riau atau Seksi Pencegahan tentang informasi P4GN.

Namun jawaban seorang siswa yaitu sebagai Ketua Osis yang bernama Abdi, berbanding terbalik dengan jawaban Ibu Ana. Menurut Abdi, apa yang disampaikan oleh Ibu Dina sebagai Pembina Upacara pada hari Senin pagi tersebut, dianggap kurang efektif dan cukup membosankan. Apa yang dibicarakan oleh Pembina sangat monoton, Abdi menginginkan lebih dari omongan saja yaitu ditambah dengan adanya hiburan sehingga menarik minat remaja. Selain itu, Abdi juga memberi masukan untuk melaksanakan sebuah program yang hanya

difokuskan satu atau dua sekolah tentang diseminasi informasi P4GN, tetapi selalu diawasi setiap beberapa waktu agar. Menurutnya, tidak masalah hanya satu atau dua sekolah saja untuk awalnya tetapi terfokus daripada semua sekolah tapi tidak memberikan hasil.

Dengan adanya survei terhadap audiens kampanye ini, dapat mengetahui respon langsung dari audiens sehingga mengetahui dimana letak kelebihan dan kekurangan dari kampanye yang dilakukan. Selain itu juga dapat memberi masukan kepada BNNP Riau, kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat Provinsi Riau. Sehingga pesan yang disampaikan pun dapat lebih efektif dan tentunya dapat diterima oleh masyarakat, selain itu anggaran yang disediakan untuk kampanye atau diseminasi informasi P4GN oleh Seksi Pencegahan BNNP Riau tidak terbuang sia-sia.

C. Analisis SWOT pada Manajemen Kampanye

Berbagai data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai narasumber, dapat di analisis dengan menggunakan analisis SWOT yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis tersebut meliputi semua manajemen kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) pada Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Riau. Hasil dari analisis tersebut sebagai berikut :

1. *Strengths* (Kekuatan)

Seksi Pencegahan memiliki beberapa kekuatan dalam menjalankan manajemen kampanye anti narkoba atau Diseminasi Informasi Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Kekuatan tersebut yaitu :

- a. Banyak mengungkap kasus peredaran narkoba di Provinsi Riau.

BNNP Riau telah banyak mengungkap kasus peredaran narkoba di daerah Provinsi Riau, terutama jaringan Internasional karena memang daerah

Provinsi Riau yang dekat dengan luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura. Dengan banyaknya pengungkapan kasus penyalahgunaan atau peredaran narkoba yang dilakukan oleh BNNP Riau, menjadikan BNNP Riau mempunyai nama baik dan nilai tambah dimata masyarakat Riau. Tentunya ini dapat menarik perhatian masyarakat, jika BNNP Riau khususnya Seksi Pencegahan melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau.

b. Selalu tersedianya anggaran.

Diperlukannya biaya atau anggaran yang cukup dalam melaksanakan suatu kegiatan kampanye. Kekuatan yang lain yang dimiliki oleh Seksi Pencegahan yaitu selalu tersedianya anggaran tersebut. Anggaran dari pemerintah telah diberikan diawal tahun dan anggaran tersebut dihitung dalam satu tahun untuk melaksanakan semua program kerja dari Seksi Pencegahan. Selain anggaran yang didalam dari pemerintah, Seksi Pencegahan juga mendapat bantuan dari masyarakat Riau, namun jika kampanye atau sosialisasi yang akan dilakukan merupakan permintaan dari masyarakat sendiri bukan dari timeline program kerja Seksi Pencegahan. Masyarakat menyediakan sendiri berbagai kebutuhan pelaksanaan kampanye atau sosialisasi seperti: tempat, audiens, dan lain sebagainya. Seksi Pencegahan hanya datang untuk memberi materi atau informasi tentang P4GN. Tentunya ini sangat membantu Seksi Pencegahan dalam penggunaan biaya atau anggaran.

c. Perencanaan jadwal yang baik.

Tahap perencanaan dalam manajemen kampanye anti narkoba yang dilakukan Seksi Pencegahan, terdapat rencana waktu pelaksanaan kegiatan kampanye. Perencanaan waktu atau timeline tersebut, dilakukan dengan baik oleh Seksi Pencegahan, yaitu telah menentukan timeline dari awal tahun yang disebut dengan awal tahun anggaran.

- d. Tim/panitia kegiatan kampanye tidak sulit untuk dikoordinasikan. Jumlah anggota dari Seksi Pencegahan kurang dari jumlah anggota yang seharusnya, sehingga setiap anggota mendapat tugas lebih pada setiap kegiatan kampanye. Tetapi meski sumber daya manusia untuk melaksanakan kegiatan kampanye kepada masyarakat Riau dirasa kurang, untuk mengkoordinasi setiap anggota tidaklah sulit. Para anggota melaksanakan tugas mereka masing-masing dengan baik. Terdapat kerjasama tim dari anggota Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau.

2. *Weaknesses (Kelemahan)*

Selain terdapat berbagai kekuatan, Seksi Pencegahan juga memiliki kelemahan yang berasal dari dalam tim kerja untuk menjalankan kampanye atau diseminasi informasi P4GN. Kelemahan tersebut yaitu :

- a. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengelola dan mempromosikan akun media sosial.

BNNP Riau mempunyai akun media sosial, tetapi masih banyak masyarakat yang tidak tahu dengan akun tersebut. Selain itu, konten yang dibagikan pada media sosial BNNP Riau seharusnya dapat diedit agar semenarik mungkin untuk dilihat masyarakat, sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk mengikuti akun media sosial yang dimiliki oleh BNNP Riau. Dengan begitu, banyak masyarakat mendapatkan informasi tentang diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan.

- b. Kurang menyesuaikan pesan kampanye dengan audiens.

Menurut salah satu audiens remaja dari sosialisasi yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, informasi yang disampaikan kurang menarik seperti hanya berbicara tapi kurang memberikan bukti nyata. Tentunya remaja sangat bosan mendengar hanya dengan perkataan saja, remaja menginginkan sebuah hiburan untuk menarik perhatian agar tidak terlalu

membosankan. Lain halnya dengan salah satu guru yang merupakan audiens dari sosialisasi yang dilakukan Seksi Pencegahan di SMAN 1 Pekanbaru, guru tersebut mengatakan informasi yang disampaikan oleh Seksi Pencegahan cukup efektif, karena menurutnya perkataan saja sudah cukup untuk mengingatkan siswa menjauhi narkoba. Audiens yang dituju sebenarnya adalah siswa, tetapi siswa yang menjadi audiens kampanye kurang tertarik dengan kampanye yang dilakukan Seksi Pencegahan. Sehingga kampanye yang dilakukan kurang efektif.

c. Kurangnya survei kepada audiens kampanye.

Tahapan terakhir yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah manajemen yaitu pengawasan atau evaluasi. Salah satu bentuk evaluasi terhadap manajemen kampanye yang telah dilakukan adalah survei kepada audiens kampanye. Dengan adanya survei ini, dapat diketahui pada bagian mana yang kurang efektif dalam menyampaikan kampanye kepada masyarakat. Agar pada pelaksanaan kampanye selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi. Pada Seksi Pencegahan, survei tersebut sangat kurang dilakukan, sehingga Seksi Pencegahan kurang mengetahui respon masyarakat seperti apa terhadap kampanye yang telah dilaksanakan.

3. *Opportunities (Peluang)*

Selain kekuatan, terdapat hal positif yang Seksi Pencegahan peroleh dari luar organisasi. Hal positif tersebut merupakan peluang yang sangat membantu dalam menjalankan sebuah kampanye atau diseminasi informasi P4GN. Peluang tersebut seperti :

a. Kerjasama dengan pihak lain.

Seksi Pencegahan melakukan kerjasama dengan pihak lain seperti dengan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yaitu PT.Telkomsel. Dengan melakukan kerjasama dengan PT.Telkomsel, tentunya dapat membantu Seksi Pencegahan dalam menyebarluaskan

informasi P4GN kepada masyarakat yang ada di Provinsi Riau. Selain itu, Seksi Pencegahan juga melakukan kerjasama dengan pihak yang bersangkutan dengan tema atau konten yang akan disampaikan pada kampanye anti narkoba, seperti pada saat donor darah yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan maka akan melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) yang lebih memahami di bidangnya. Seksi Pencegahan juga melakukan berbagai kerjasama dengan pemerintah maupun swasta.

b. Respon positif dari masyarakat.

Tingkat kesadaran masyarakat Provinsi Riau sudah mulai meningkat terhadap kasus penyalahgunaan yang terjadi di daerah ini. Meningkatnya kesadaran masyarakat ini juga karena semakin meningkatnya kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. Masyarakat mulai khawatir dengan kasus penyalahgunaan narkoba tersebut, karena dapat dilihat dengan nyata bukti dari bahaya narkoba tersebut. Selain itu juga, banyak penyalahguna yang berasal dari orang terdekat, seperti keluarga ataupun tetangga, sehingga merasa lebih prihatin. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kasus penyalahgunaan tersebut, maka masyarakat sendiri meminta kepada Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Riau untuk melakukan berbagai sosialisasi atau kampanye dilingkungan masyarakat tersebut, seperti menjadi Pembina upacara hari senin yang rutin dilakukan oleh setiap sekolah di Provinsi Riau. Hal ini menjadi peluang untuk Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

c. Kemajuan dibidang teknologi informasi.

Dengan berkembangnya zaman, maka teknologi semakin canggih diciptakan, terutama dalam bidang informasi dan komunikasi. Ini menjadi peluang yang besar untuk dapat menyebarluaskan pesan kampanye anti narkoba kepada masyarakat

4. *Threats (Ancaman)*

Setiap perusahaan, organisasi atau instansi harus memikirkan berbagai ancaman yang berasal dari luar. Pada Seksi Pencegahan BNNP Riau, ancaman tersebut berupa :

a. Kurangnya komitmen dari masyarakat.

Tingkat kesadaran masyarakat Provinsi Riau memang sudah mulai meningkat terhadap kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. Namun komitmen dari masyarakat Provinsi Riau yang kurang dalam kasus ini. Hanya pada saat awal penyampaian saja mengingat tentang bahaya narkoba tersebut, setelah itu melupakannya. Sehingga Seksi Pencegahan kurang dapat mempengaruhi masyarakat dari kampanye anti narkoba yang dilakukan.

b. Peredaran narkoba Internasional.

BNNP Riau telah berusaha maksimal untuk dapat mengungkap kasus penyalahgunaan narkoba di Riau. Akan tetapi, karena letak Provinsi Riau yang dekat dengan luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura, peredaran narkoba jaringan internasional sangat sulit untuk dituntaskan,

c. Kurangnya minat pihak lain untuk melanjutkan kerjasama.

Pihak lain misalnya dari PT.Telkomsel dapat kapan saja berhenti bekerjasama dengan BNNP Riau. Selain dari Telkomsel, terdapat banyak perusahaan swasta atau pemerintah yang sekarang bekerjasama dengan BNNP Riau, yang sewaktu-waktu dapat memutus kerjasama tersebut.

d. Menurunnya kepedulian masyarakat dimasa akan datang.

Hal yang ditakutkan pada masa yang akan datang yaitu, semakin meningkatnya kasus penyalahgunaan narkoba, tetapi kepedulian masyarakat menurun.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Implementasi Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) Seksi Pencegahan Tahun 2017” dan mendapatkan hasil penelitian, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau), yang bertanggung jawab menjalankan atau melaksanakan kampanye anti narkoba yaitu Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M). Kampanye anti narkoba tersebut dikenal dengan Diseminasi Informasi Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).
2. Implementasi manajemen kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) dalam melakukan kampanye atau Diseminasi Informasi P4GN dapat dikatakan sesuai dengan kaidah-kaidah atau teori yang ada, yaitu mulai dari melakukan : perencanaan, yang didalamnya terdapat berbagai aspek seperti menentukan tujuan, strategi, menggunakan media apa saja yang akan digunakan, dan lain sebagainya. Pada pengorganisasian yaitu mengatur setiap panitia untuk dapat menjalankan kegiatan kampanye dengan baik. Tahap penggerakkan yaitu menjalankan berbagai rencana yang telah dibuat sebelumnya. Terakhir yaitu pengawasan atau evaluasi. Semua tahapan dalam manajemen kampanye ini dilakukan oleh Seksi Pencegahan. Namun pada tahap evaluasi Seksi Pencegahan kurang melakukan survei kepada audiens kampanye anti narkoba.

3. Setiap kegiatan tentunya terdapat berbagai faktor pendukung dan penghambat kegiatan tersebut. Pada kegiatan kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, faktor pendukungnya sebagai berikut : berasal dari luar/eksternal BNNP Riau yaitu masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai antusias terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau. Selain itu terdapat kerjasama dengan pihak lain, dan kemajuan dibidang teknologi dan informasi. Sedangkan dari dalam/internal BNNP Riau yaitu BNNP Riau mempunyai nama baik di masyarakat, selalu tersedianya anggaran untuk kegiatan kampanye, penyusunan timeline kegiatan kampanye yang baik, dan panitia kegiatan yang mudah dikoordinasi. Dari faktor penghambat dari dalam yaitu, kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk mengelola dan mempromosikan akun media sosial BNNP Riau, kurang menyesuaikan pesan kampanye dengan audiens, dan kurangnya survei kepada audiens kampanye. Sedangkan faktor penghambat dari luar BNNP Riau yaitu maraknya peredaran narkoba internasional di Provinsi Riau, kurangnya minat dari pihak lain untuk melanjutkan kerjasama, dan menurunnya kepedulian masyarakat dimasa yang akan datang tetapi semakin meningkat kasus penyalahgunaan narkoba.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini terdapat beberapa kekurangan dan menjadi keterbatasan dari peneliti. Kekurangan tersebut yaitu jumlah narasumber atau audiens dari diseminasi informasi P4GN. Peneliti hanya mengambil salah satu sekolah yang menjadi tempat dilaksanakannya diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, dan hanya melakukan wawancara dengan salah satu guru dan salah satu murid di sekolah tersebut. Tidak cukupnya waktu yang tersedia membuat peneliti tidak dapat menambah narasumber atau audiens dari diseminasi informasi P4GN.

C. Saran

a. Saran Akademis

Penelitian yang dilakukan peneliti ini masih memiliki kekurangan, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang serupa untuk dapat melakukan pengembangan dan melakukan pembahasan dari data yang ditemukan dengan memperdalam teori yang digunakan sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengambil data tentang manajemen kampanye secara mendalam atau secara detail, mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Selain itu, disarankan untuk melakukan wawancara atau survei terhadap beberapa audiens dari kampanye, untuk mengetahui apakah efektif atau tidaknya kampanye yang telah dilakukan.

b. Saran Praktis

Untuk Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau (BNNP Riau) khususnya Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) yang menjadi objek dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang peneliti akan sampaikan untuk masukan bagi Seksi Pencegahan dalam melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN yaitu meningkatkan kesadaran dalam melakukan manajemen kampanye mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Melakukan kampanye berbeda dari sebelumnya dan yang dapat menarik minat masyarakat untuk dapat ikut serta dalam kampanye maupun menjadi relawan anti narkoba. Selain itu, disarankan bagi Seksi Pencegahan untuk melakukan survei pada audiens dari setiap kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan. Adanya survei ini guna untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dari kampanye yang telah dilakukan, sehingga menjadi masukan bagi Seksi Pencegahan untuk melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Badrudin. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2010. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fischer, Frank, Gerald J.Miller, Mara S.Sidney. 2015. *Handbook Analisis Kebijakan Publik, Teori, Politik dan Metode* (Terj : Imam Baihaqie) . Bandung : Nusa Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komuniiasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Lisa FR, Julianan, Nengah Sutrisna W. 2013. *Narkoba, Psikotropika dan Gangguan Jiwa Tinjauan Kesehatan dan Hukum*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Riant. 2006. *Kebijakan Publik untuk Negara-Negara Berkembang. Model-Model Perumusan, Implementasi, dan Evaluasi*. Jakarta: Gramedia.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Robbins, Stephen P, Mary Coulter. 2010. *Manajemen, Edisi Kesepuluh, Jilid 1*. (Terj: Bob Sabran, Devri Barnadi Putera). Jakarta: Erlangga.

Setiyawati, dkk. 2015. *Buku Seri Bahaya Narkoba Penyalahgunaan Narkoba, Jilid 2*. Surakarta: PT Tirta Asih Jaya.

_____. 2015. *Buku Seri Bahaya Narkoba Dampak dan Bahaya Narkoba, Jilid 3*. Surakarta: PR Tirta Asih Jaya.

_____. 2015. *Buku Seri Bahaya Narkoba Upaya Pencegahan dan Penanggulangan Penyalahgunaan Narkoba*. Surakarta: PT Tirta Asih Jaya.

Siagian, Sondang P. 2005. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Siswanto, B. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sule, Ernie Tisnawati, Kurniawan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Willy, Heriadi. 2005. *BERANTAS Narkoba Tak Cukup Hanya BICARA (Tanya Jawab & Opini)*. Yogyakarta : UII Press Yogyakarta.

Undang-Undang

Undang-Undang No 35 tahun 2009 tentang Narkotika. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang-Undang No No 5 Tahun 1997 tentang Psikotropika. Sekretariat Negara. Jakarta.

Skripsi

Arya Kurniawan. 2011. *Strategi Kampanye Kehumasan Kepolisian Daerah dalam Sosialisasi Undang-Undang No 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas & Angkutan Jalan (Studi Deskriptif pada Bagian Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Skripsi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya UII.

- Badru Tamam Alwahdi. 2010. Strategi Komunikasi Badan Narkotika Provinsi DKI Jakarta dalam Mensosialisasikan Kesadaran Anti Narkoba. Sripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dewi Rafdayani. 2008. Kampanye Public Relations dalam Kegiatan Menyosialisasikan dan Mengedukasi Masyarakat tentang Konversi Minyak Tanah ke Elpiji 3 Kg melalui Program Juru Penerang mobile (Studi Kasus pada PT. Pertamina (Persero), Tbk). Skripsi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Fahmi Maulana Zaini. 2011. Kampanye Public Relations PT. PLN (Persero) APJ Banten Utara untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Penggunaan Energi Listrik. Skripsi pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Windhy Jayanti. 2010. Manajemen Kampanye dalam Pemilihan Presiden 2009 (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Kampanye Tim Kampanye Sby-Boediono dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2009 di Surakarta). Skripsi pada Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Internet

- Anggraini, Devi. 2016. Kebijakan ASEAN dalam Menanggulangi Penyalahgunaan Narkotika dan Obat-Obatan Berbahaya di Asia Tenggara, Vol.5, No.3, 36-51, akses pada 6 Juni 2017, <http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jahia4c94d642efull.pdf>
- Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, <http://yogyakarta.bnn.go.id/profil/sejarah-berdiri>, akses 6 Juni 2017.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, <https://riau.bps.go.id/dynamictable/2016/10/03/6/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-riau-2011-2017.html>, akses tanggal 20 Maret 2018

- Fred E. Foldvary. 2013. *The Foreign Economic Effect of The US War on Drugs*, <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/13606/Foldvary.pdf;sequence=1>, akses pada 5 Juni 2017.
- Harian Riau, “Kasus Narkotika di Riau Meningkatkan 20 Persen”, <http://harianriau.co/mobile/detailberita/9699/kasus-narkotika-di-riau-meningkat-20-persen>, akses 13 April 2017.
- Joseph R. Fuentes. *Mexico and the United States: Neighbors Confront Drug Trafficking*, <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/218561.pdf>, akses pada 6 juni 2017.
- Laksmi, Komang Tri. 2015. “KERJASAMA PEMERINTAH AMERIKA SERIKAT DALAM UPAYA PENANGGULANGAN NARKOBA DI NIGERIA, Vol. 1, No. 03, 1-14” <http://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/15381>, akses pada 5 Juni 2017.
- Portal Resmi Pemerintah Provinsi Riau, <https://www.riau.go.id/home/content/61/data-umum>, akses tanggal 28 Februari 2018
- Tribun, “Ini Jaringan Narkoba Internasional yang diungkap di Riau”, <http://www.tribunnews.com/regional/2017/10/06/ini-jaringan-narkoba-internasional-yang-diungkap-di-riau>, akses pada 19 agustus 2018.
- Sejarah Nasional dan Dunia, <https://www.sejarah-negara.com/2015/09/peta-riau-lengkap-dengan-nama-kabupaten-dan-kota.html> , akses tanggal 20 Maret 2018
- Simangunsong, J. 2015. Penyalahgunaan Narkobadi Kalangan Remaja (Studi kasus pada Badan Narkotika Nasional Kota Tanjungpinang) 1-65, http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2015/09/E-jurnal-jimmy.pdf, akses pada 12 April 2017.

LAMPIRAN

Lampiran I



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),
Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 28 September 2017
Nomor : 704 / Dek / 70/Div.Um.RT / IX / 2017
Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi
Kepada Yth.
Divisi Humas Polda Riau

Assalamualaikum Wr. Wb

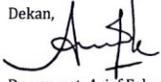
Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

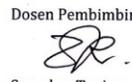
Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : **Nadra Alfiati**
Nomor Mahasiswa : **14321049**
Judul Skripsi : *Analisis Penerapan Fungsi-Fungsi Kehumasan dalam Kampanye Anti Narkoba pada Polda Riau Divisi Humas Tahun 2017*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,

Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

Sumekar Tanjung, S.Sos.,MA

Lampiran II



**KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH RIAU
DIREKTORAT RESERSE NARKOBA**

No. Pol. : B / 56 / X / 2017 / Dit Resnarkoba
Klasifikasi : BIASA
Lampiran : -
Perihal : Pemberian Data

Pekanbaru, 9 Oktober 2017

Kepada

Yth. DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI
DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA YOGYAKARTA

di

Yogyakarta.

1. Rujukan Surat Dekan Fakultas Psikolog dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta nomor : 724/ Dek / 70 / Div.Um.RT / IX / 2017 tentang Permohonan Izin Pengambilan Data untuk Skripsi.
2. Sehubungan dengan rujukan tersebut di atas, dengan ini disampaikan kepada Dekan bahwa telah diberikan data yang di perlukan untuk penelitian yang berjudul *Analisis penerapan Fungsi-fungsi Kehumasan dalam Kampanye "Anti Narkoba pada Polda Riau Divisi Humas Tahun 2017"* guna menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi a.n. Mahasiswa:
 - a. Nama : Nandra Alfiati
 - b. No. Induk Mahasiswa : 14321049
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
3. Demikian untuk menjadi maklum.

a.n. DIREKTUR RESNARKOBA POLDA RIAU
KABAG BIN OPSNAL



Tembusan

1. Kapolda Riau.
2. Irwanda Polda Riau.

Lampiran III



BADAN NARKOTIKA NASIONAL REPUBLIK INDONESIA
PROVINSI RIAU

Jl. Pepaya No. 65 Pekanbaru

Telp : (0761) 43692 Faks : (0761) 859822

BNNP RIAU

Email : riau_bnnp@yahoo.com / bnnprovinsiriau@gmail.com

Nomor : B/670/IXI/Ka/Bu.02.04/2017/BNNPR Pekanbaru, 3 November 2017
Lamp : -
Perihal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
Universitas Islam Indonesia

di
Tempat

1. Rujukan :

- a. Undang-Undang RI Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika;
- b. Peraturan Presiden RI Nomor 23 tahun 2010 tentang Badan Narkotika Nasional;
- c. Peraturan Kepala Badan Narkotika Nasional Nomor 7 tahun 2017 tentang Perubahan Keempat atas Peraturan Kepala Badan Narkotika Nasional Nomor 3 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Narkotika Nasional Provinsi dan Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota;
- d. Surat dari Universitas Islam Indonesia Nomor : 724/Dek/70/Div.Um.RT/IX/2017 tanggal 28 September 2017 perihal Permohonan Ijin Pengambilan Data Untuk Skripsi.

2. Sehubungan dengan rujukan tersebut diatas bersama ini kami menerangkan bahwa Mahasiswa berikut :

Nama : Nadra Alfiati

No. Mahasiswa : 14321049

Prodi/Fak/Univ : Ilmu Komunikasi / Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya / Universitas Islam Indonesia

Judul Penelitian : Analisis Penerapan Manajemen Kampanye dalam Kampanye Anti Narkoba pada BNNP Riau Bidang P2M Tahun 2017

Telah melaksanakan penelitian di instansi kami selama 14 hari, dari 16 - 27 Oktober 2017. Selanjutnya, hasil penelitian ini akan kami gunakan sebagai salah satu masukan bagi pengembangan instansi kami. Oleh karena itu, kami mohon perkenan agar salinan hasil penelitian ini disampaikan kepada kami.

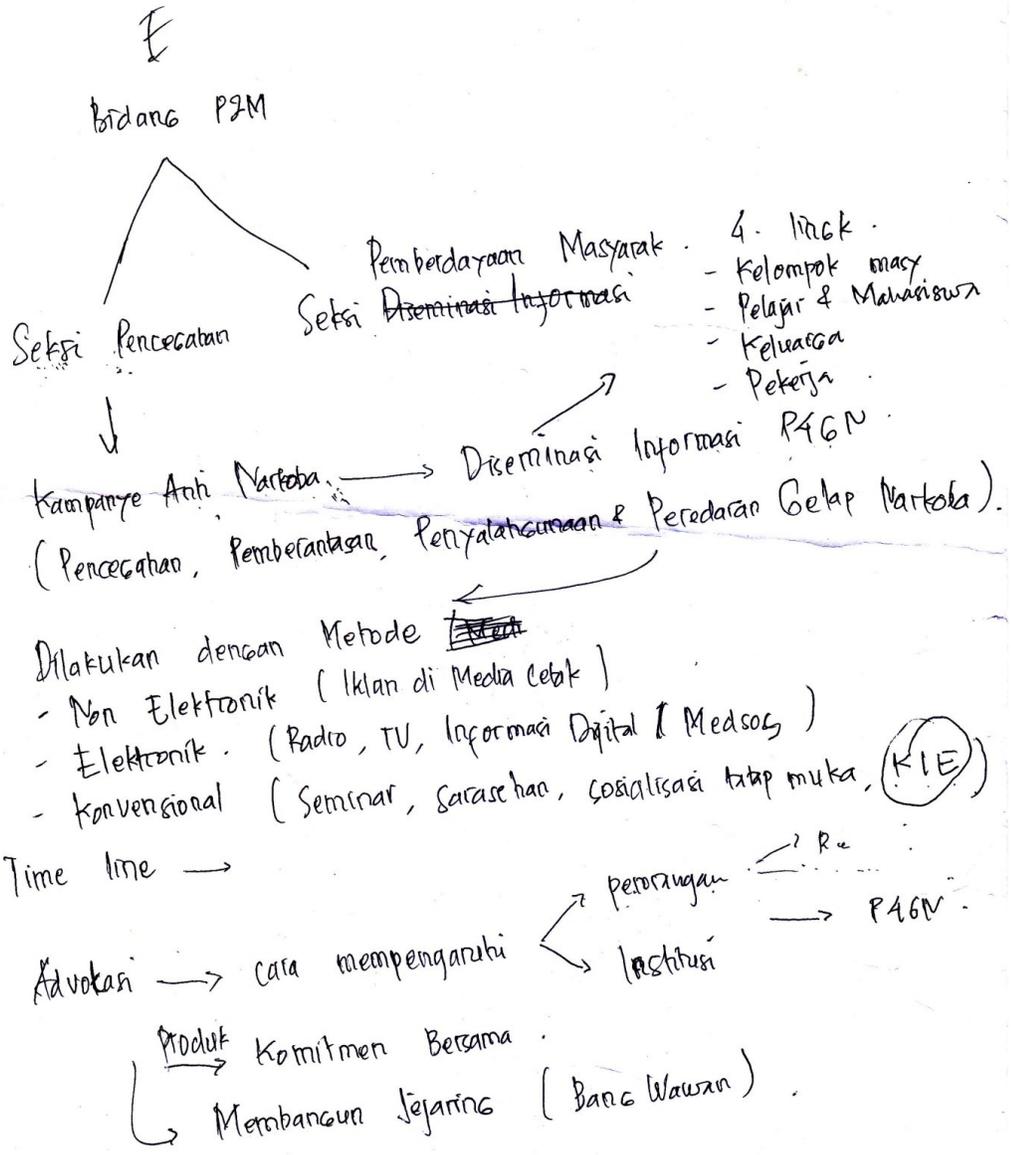
3. Demikian untuk menjadi perhatian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Badan Narkotika Nasional
Provinsi Riau


Drs. M. Wahyu Hidayat
NRP. 60121053

Lampiran IV

Analisis Penerapan Manajemen Kampanye
 Dlm kampanye Anti Narkotika Pada BMNP Atau Bidang P2M



Lampiran V

KEPOLISIAN DAERAH RIAU
DIREKTORAT RESEK NARKOBA

REKAP TERSANGKA BULAN JANUARI S/D SEPTEMBER 2017

NO	KESATUAN	JUMLAH LP	JUMLAH TSK	WARGA NEGARA				USIA			PENDIDIKAN			PEKERJAAN														
				WNI LK	WNI PR	WNA LK	WNA PR	<15	16-19	20-24	25-29	>30	SD	SLTP	SLTA	PT	PNS	TNI	POL	SWT	TANIMHS	PLJ	BR	PNG				
1	DIT RES NARKOBA	98	113	102	11	0	0	0	3	21	16	73	8	35	69	1	1	0	3	19	43	1	5	5	13	23		
2	RESTA P. BARU	115	164	150	14	0	0	0	1	23	27	113	8	14	139	3	1	0	1	54	33	2	0	13	0	60		
3	RES DUMAI	124	177	161	16	0	0	0	10	35	29	103	18	47	90	22	0	0	0	2	43	49	3	5	35	40		
4	RES BENGKALIS	123	181	174	7	0	0	0	8	26	34	113	21	67	88	5	3	0	0	36	58	8	8	5	21	42		
5	RES KAMPAR	106	168	156	12	0	0	0	6	32	37	93	0	96	70	2	0	1	1	47	73	15	6	4	19	2		
6	RES INHU	32	38	37	1	0	0	0	1	6	11	20	14	6	18	0	0	0	0	22	4	7	0	0	2	3		
7	RES INHIL	61	97	87	10	0	0	0	5	16	22	54	21	31	41	4	2	0	1	14	48	16	3	1	4	8		
8	RES PELALAWAN	48	66	61	5	0	0	0	7	13	10	36	16	23	25	2	3	1	1	18	20	7	1	0	12	3		
9	RES ROHUL	83	104	98	5	0	0	0	5	15	24	60	27	35	40	2	0	0	1	27	41	23	0	1	10			
10	RES ROHIL	150	197	191	6	0	0	0	9	42	33	113	68	9	119	1	1	0	0	34	79	30	0	3	20	30		
11	RES SIAK	40	53	49	4	0	0	0	5	13	7	28	6	15	32	0	0	0	0	7	21	9	3	1	7	5		
12	RES KUANSING	43	69	69	0	0	0	0	4	12	13	40	12	24	32	1	0	0	0	26	17	18	2	4	1	1		
13	RES KEP MERANTI	32	45	43	2	0	0	1	4	14	7	19	2	7	32	4	0	1	1	5	24	4	1	2	2	5		
JUMLAH				1055	1472	1379	93	0	0	1	68	268	270	865	221	409	795	47	11	3	9	311	504	189	32	44	137	232
						1472				1472			1472			1472												

Lampiran VII

Transkrip wawancara Nadra Alfiati 27 Oktober 2017

Nadra	Boleh dijelaskan bu bagaimana manajemen kampanye anti narkoba yang dilakukan oleh seksi pencegahan?
Ibu Dina	Bidang P2M dibagi 2, yaitu Seksi Pencegahan dan Seksi Pemberdayaan Masyarakat. Ini ilustrasinya ya, kampanye dibawah seksi pencegahan, kampanye anti narkoba. Ini salah satu program kegiatannya dari seksi pencegahan, kampanye anti narkoba. Bahasa kerennya diseminasi informasi P4GN. Tau P4GN? pencegahan, pemberantasan, penyalahgunaan, peredaran gelap narkoba. Nanti kalau jelasin ke dosennya juga harus taukan? kampanye ini program kerjanya seksi pencegahan kan, ada satunya lagi advokasi namanya, tapi kamu kan gak mempelajari advokasi. Ini (kampanye) dilakukan dengan metode, ada 3. Pertama, namanya non elektronik. Kedua, elektronik. Ketiga, tatap muka, eh no no. tatap muka itu masuk apa dia? Apa bahasa kerennya tu ada satu lagi, KIE yaitu konvensional. Konvensional itu macam macam, bisa tatap muka langsung yakan? Ini metodenya kan. Nah dari non elektronik sendiri biasanya itu misalnya, iklan di media cetak, yakan? Boleh Koran boleh majalah yakan? Elektronik itu seperti radio, tv, kemudian seperti informasi digital atau medsos yakan? Apa lagi? Itulah ya. Inilah jenisnya. Yg konvensional bisa seperti, seminar, sarah sehan, sosialisasi tatap muka, apa lagi contohnya de? Kampanye itu disini, disini, ini kampanye, medianya beda-beda. Yang ditanyakan disini, penerapan manajemen kampanye, nah.
Nadra	Jadi media apa saja yang digunakan?
Ibu Dina	Ini dia, radio, tv, informasi digital/ medsos. Kita punya twitter, alamat twitternya di humas, nanti diambil, ya boleh aja. Semalam

	<p>udah dapat belum udah ditanyain belum? Alamat twitternya BNN alamat Facebooknya, alamat semuanya ada dihumas tanyain nanti kesana ya ga masalah, kan disposisi awalnya kan kesana, udah dapat dari sana dikirim ke mari. Kemudian ini (konvensional) seminar, sarasehan, sosialisasi tatap muka, KIE (komunikasi, informasi, edukasi) nah ini bentuknya macam-macam ini, yakan? Kemudian apa lagi yang dibutuhkan de?.</p>
Nadra	<p>Kalau soal waktu pelaksanaannya itu gimana?</p>
Ibu Dina	<p>Nah timeline. Timelinenya, direncanakan diawal tahun anggaran. Jadi apa yang mau dilaksanakan selama setahun dituangkan dalam namanya timeline kegiatan, nanti ibu bisa print kan timeline kegiatan kami. Disitu nanti bisa kamu lingkari yang mana kampanye atau diseminasi informasi, karena kan ga semuanya ada yang advokasi juga yang disemiasi informasi nanti bisa dilingkari.</p>
Nadra	<p>Contoh maksudnya dari advokasi itu gimana?</p>
Ibu Dina	<p>Kami punya dua program disini, yang satu diseminasi informasi yang kedua advokasi. Advokasi ini adalah kurang lebih ya cara mempengaruhi baik perorangan maupun secara institusi.yakan? untuk melaksanakan P4GN. Misalnya, duduk bersama dengan anggota DPR, untuk lingkungan anggota DPR apa kesepakatan bersama yg dihasilkan. Ini produknya adalah komitmen bersama. Kesepakatan institusi atau orang yang kita datangi untuk melaksanakan P4GN minimal dilingkungannya. Misalnya kita ke Bapeda Provinsi, kita datangi mereka, kita jelaskan bagaimana termasuk membangun jejaringan, yang lagi fenomela sekarang namanya Bang Wawan.</p>
Nadra	<p>Jadi itu kaya kerjasama dengan pihak luar dari BNN?</p>

Ibu Dina	<p>Iya diluar dari instansi, kita melibatkan semua elemen masyarakat untuk sama sama melaksanakan P4GN, sesuai dengan kapasitas masing-masing. Misalnya di Bapeda, apa antisipasi peredaran eh penyalahgunaan narkoba disana. Pelaksanaan tes urin untuk <i>screaning</i>, itu sudah termasuk ikut melaksanakan program P4GN dilingkungannya. Misalnya secara berkala, Bapeda melaksanakan tes urin setiap tahunnya untuk mendeteksi siapa pengguna siapa yang bukan pengguna jadi bisa dipilah. Kan gitu ya? Untuk data, jadi proses mempengaruhi ini termasuk cara membangun jejaring, kalo BNN ini yang mau diletaskan jaringan peredaran narkoba. Kita juga harus melawannya dengan jejaring, membangun jaringan. Produknya komitmen bersama, misalnya MOU. Kalau dengan perorangan misalnya, akhirnya dia mau jadi relawan. Dengan kita advokasi, akhirnya dia bersedia menjadi relawan. Bersedia menjadi penggiat anti narkoba, itu hasilnya untuk perorangan ya. Kalo untuk institusi, itu tadi, perjanjian kerja sama atau MOU pelaksanaan P4GN dilingkungan masing-masing. Jelas dek untuk advokasi ya.</p>
Nadra	Berarti ini lebih dari kampanye gitu ya?
Ibu Dina	Pendekatannya lebih dari kampanye, dia lebih masuk.
Nadra	Berarti lebih efektif?
Ibu Dina	<p>Kalo yang seperti ini? Belum tentu, kenapa? setelah dia melakukan sesuai perjanjian baru bisa diukur itu efektif atau tidak. Didepan oke dia komitmen, apa saat berjalan ternyata itu tidak terlaksana berarti itukan tidak efektif, nah belum tentu. Dianggap metode ini yang paling efektif, tapi ada juga setelah di advokasi pun dia tidak bersedia menjadi relawan. Yakan? Relawan tu kan ga mudah dek ya? Jadi gitu.</p>

Nadra	Jadi buat pelaksanaan advokasi perorangan ini gimana? Kan institusi tadi udah ada kaya diruang tertentu gitu?
Ibu Dina	Nah sama, kita hadir kan masyarakat misalnya daerah rawan yakan. Disini misalnya masyarakat kampung dalam. Kita hadirkan masyarakat kampung dalam kita ajak duduk bersama. Kita beri doktrin tentang bahaya narkoba, misalnya ni beberapa orang ada yang termotivasi, ada yang tumbuh rasa anti terhadap penyalahgunaan dari kita melakukan pendekatan seperti itu. Setelah itu kita latih, bersedia ni “iya” menjadi relawan “iya” komitmennya mana? Isi formulir, ada pritesnya ada postesnya, ga mudah loh ya jadi relawan itu ya. Nanti diakhir dia dikukuhkan oleh kepala BNN, dia dikukuhkan, dia diberi pin relawan anti narkoba, bagi yang bersedia. Ada yang gak tergugah, kan tergantung cara kita mendekati. Berarti teknis itu ya, teknis pendekatannya. Kalo yang tidak tergugah ya tetap aja tidak tergugah. Ya dek. Kita kumpulkan atau kita datang ke masyarakat.
Nadra	Secara tiba tiba atau dari awalnya udah ada pemberitahuan?
Ibu Dina	Kalau mau masuk ke masyarakat pasti harus ada pemberitahuan ke desanya, perangkat desanya disitu, ke kepala desanya atau lurahnya. Minta izin, kita perlu bertatap muka dengan 10 orang masyarakat yang rawan disini kira kira, gitu. Harus ada birokrasinya, namanya kita mau ketemu masyarakat ga mungkin kita cemat cemat gitu aja ya kan? Kalau untuk pelatihan relawannya itu kita yang siapkan anggarannya, ada. Jadi pada saat dia dibekali ilmu, pada saat prites, protes, ada test wawancara nya disitu kan, ada kuesioner-kuesioner disitu, itu kita undang. Setelah tadi, bersedia menjadi relawan “bersedia” ayo datang kemari dilatih, relawan itu seperti apa kerjanya, gitu.

Nadra	Waktu untuk dia menjadi relawan itu udah ada pasti? Maksudnya kapan dia mau berhenti?
Ibu Dina	<p>Oh jangka waktu dia menjadi relawan? Tidak pakai jangka waktu. Selama dia bersedia, silahkan. Kalaupun dia tidak melaksanakan itu mungkin karena kesibukannya ya ga masalah, tapi kalau dia setiap kesempatan melaksanakan ya silahkan. Gitukan. Kami menyiapkan format untuk pelaporan, jadi misalnya ni, kami ajak masyarakat kampung dalam dia bersedia menjadi relawan atau penggiat anti narkoba. Relawanlah ya, kita cerita tentang relawan, kemudian kita latih, dia terjun ke lapangan. Pada saat dia menyuluh ke tukang becak, dia foto dia dokumentasi pada saat dia nyebarin brosur yang kami kasih, itukan sudah kontribusi ya, dia dokumentasi, dia serahkan ke BNN sebagai bukti, dan puncaknya di setiap satu tahun sekali di hari anti narkoba nasional (HANI) diberikan penghargaan oleh kepala BNN dan gubernur kalau yang aktif. Itu memancing supaya dia mau kerja. Itu dia dek cerita tentang relawan eh advokasi secara perorangan. fase nya gitu, kita datang, kita pengaruhi, kemudian dia bersedia, kita latih, dia terjun ke masyarakat, dia buat laporan dek. Kita beri penghargaan.</p> <p>Nah itu dia, jelas ya? Kalau institusi biasanya tertuang dalam perjanjian kerjasama, MOU. Misalnya ni kami ke telkomsel, kami nawarin konsep kami untuk penyebarluasan informasi melalui media seluler, kami bisanya cuma kontennya atau isi infomasinya, aplikasinya siapa? Telkomsel. Dibuat dan dituangkan dalam perjanjian kerja sama dalam MOU, kerja samanya itu tadi. Kita isinya, kita informasinya, mereka medianya. <i>SMS broadcast</i>nyampai kemana mana yakan? Itu dia, secara institusi. Itu advokasi ya, kalau diseminasi infomasi, ini dua duanya program kegiatan dibawah</p>

	pecegahan. Kalau pemberdayaan masyarakat, yang bisa jelasin nanti kepala seksi pemberdayaan masyarakat, bukan ibu. Tapi kalau konteksnya kampanye anti narkoba, itu disini. Apa lagi dek? Jelas ya, diseminasi informasi jelas. Ini kan diseminasi informasi kan artinya penyebarluasan informasi P4GN.
Nadra	Kalau buat sosialisasi gitu biasanya kan di sekolah gitu, nah itu gimana prosesnya? Boleh dijelaskan?
Ibu Dina	Biasanya ada 2. Kami yang menyurati terlebih dahulu karena dia sebagai target kami ditahun ini, atau mereka yang memohon menyurati kami terlebih dahulu permintaan untuk sosialisasi. Sekarang sekolah banyak gencar sosialisasi tentang bahaya narkoba, bahkan bisa setiap hari senin kami diminta untuk sebagai Pembina upacara, bergilir disekolah-sekolah, menyampaikan tentang pesan-pesan anti narkoba tadi.
Nadra	Berarti dari masyarakat sendiri udah peduli juga, bukan dari BNN sendiri.
Ibu Dina	Iya, udah, bukan dari BNN saja. Banyak masyarakat sudah peduli, mereka yang menyurati kami minta, kami terjun, siap. Atau kami yang sudah menjadwalkan sesuai program sesuai target, di programkan ada timeline ni, sasaran kita kemana, itukan direncanakan awal tahun, timeline yang saya bilang tadi itukan direncanakan diawal tahun, nah disitu sasarannya kemana, kita yang menyurati mereka dulu, mereka bersedia, kita datang. Nah gitu dek, itu prosedurnya. Terus apa lagi?.
Nadra	Kalau buat tim kerjanya sendiri itu memang udah dipastiin orang-orangnya gini atau berjalannya gitu?
Ibu Dina	Tim kerja, setiap melaksanakan satu kegiatan diseminasi informasi, misalnya kita buat KIE ni, kita sosialisasi misalnya, itu yang pertama

	<p>sekali kita rancang adalah siapa audiensnya, targetnya. Yang kedua, kapan waktunya dan dimana tempatnya yakan. Yang ketiga, adalah sesuai audiens apa materinya yang mau disampaikan, itukan dek? Itu semua ada yang mengurus, namanya panitia kegiatan, isinya interen BNN, orang petugas dari BNN. Sampai apa materi yang mau disampaikan, oke materi yang mau disampaikan adalah ini ini dan ini, berarti difikirkan siapa narasumber yang mau diundang untuk memberikan materi itu. Itukan koordinasinya kemana-mana ni, dimana tempat misalnya mau di aula, koordinasi pemilik aula, mau ke hotel koordinasi dengan pihak hotel, yakan? Kemudian materi, misalnya ni sosialisai ke anak SD, ga sama ke anak kuliah. Jadi kita harus tau audiensnya, materinya kita sesuaikan, itu yang megang ada tugasnya sendiri, disitulah dibentuk panitia kegiatan. Panitia kegiatan ini isinya, ketua, penanggung jawab, kemudian anggota, isi anggota itu tadi memegang tugas masing-masing. Seperti yang Ibu sebutkan tadi.</p>
Nadra	Berarti itu udah dari awal atau memang baru?
Ibu Dina	<p>Pada saat mau melaksanakan kegiatan. Timeline ni, misalnya sosialisasi mau dibuat selama setahun itu minimal misalnya ni 10 kali. Sosialisasi yang pertama, sasarannya siapa sudah ditentukan diawal tahun, tapi panitiannya baru akan dibuat pada saat mau dilaksanakan sesuai timeline. Dibulan februari mau dibuat sekali misalnya, seminggu sebelum kegiatan kepanitiaan dan seluruh bahan kelengkapan pelaksanaan sudah harus dikoordinasikan. Nah itu aja, itu tadi tau ya apa yang harus disiapkan. Apa lagi?.</p>
Nadra	Dari kampanye yang udah dilakuin?
Ibu Dina	<p>Apa saja? Tahun ini, diseminasi informasi itu, ada 54 informasi yang mau disampaikan. Bentuknya macam-macam, berarti itu sesuai di</p>

	<p>timeline ada nanti disebutkan. Ada 54 informasi dalam setahun, setiap tahunnya ga sama, tergantung anggaran, tahun ini ada 54 informasi. Sampai saat ini sudah tercapai kurang lebih berapa informasi, yang belum tinggal 1..2...3...4...sudah 40 an informasi.</p>
Nadra	<p>Sudah lebih dari setengahnya ya?</p>
Ibu Dina	<p>Sudah setengahnya, soalnya ini udah oktober ya. Jadi biasanya udah lebih dari setengahnya, sisanya tinggal 6 informasi lagi yang belum kami sampaikan. Nah itu dia, apa lagi kira-kira?.</p>
Nadra	<p>Faktor-faktor apa saja yang menghambat dan juga yang ngebantu berjalannya kampanye yang udah dilakuin?</p>
Ibu Dina	<p>Kalau faktor menghambat misalnya, ini non teknis sebenarnya sih, kalau faktor penghambat secara keseluruhan ya kegiatan, biasanya sumber daya manusianya. BNN ini sesuai di SP harusnya 210 orang minimal, sementara kami hanya 60 orang kurang lebih. Jadi mengcover kegiatan segitu banyak dengan hanya kami-kami ini. Untuk khusus kegiatan ini, kami mengerjakan itu 3 4 orang harus bisa terlaksana kan. Nah terutama itu kekurangan SDM. Yang kedua, misalnya kurangnya komitmen, yakan? Kurangnya komitmen dari masyarakat khususnya target kita itu. Kadang berhasil kita mempengaruhi, kadang enggak, kan gitu. Nah ketiga, media seperti Koran, radio, TV, belum dapat terukur dengan pasti berapa pemirsanya, kita kan gatau, kita sampaikan informasi ntah ada yang dengar ntah enggak kan? Belum ada surveinya kesitu, belum ada lembaga surveinya.</p> <p>Nah kemudian, kaya Koran oplah penjualannya pun, misalnya kita buat iklan dikoran ni, oplah penjualan pun belum bisa secara pasti menegaskan bahwa segitulah yang membaca iklan kita. Itu baru yang membaca, belum lagi yang terpengaruh dari iklan kita, kita</p>

	<p>belum bisa ukur ya. Nah itu masih sulit diukur, ntah dia tepat sasaran atau tidak, masih sulit kita mengukurnya, karena radio sekarang belum adakan survey yang dengar radio ini kalangan remaja yang dengar radio ini, itu survey pastinya belum adakan? Yang dengar radio ini ibu ibu rumah tangga, kan belum ada survey seperti itu, jadi materi yang kita sampaikan itu bentuknya kan universal yang mendengar siapa kalangannya, kita belum bisa mengukur dengan pasti. Kita hanya bisa prediksi-prediksi, itu kendalanya. Satu lagi, selain kendala apa tadi?.</p>
Nadra	Faktor-faktor pendukungnya?
Ibu Dina	<p>Nah itu dia tadi, mungkin tingkat kesadaran masyarakat sendiri sudah mulai meningkat. Yakan? Mungkin karna banyak dilihat dimata ya tetangga, keluarga, ini sudah mulai peduli. Kalau dulu apatis, masyarakat sudah mulai peduli. Contohnya, kami sudah banyak dapat panggilan untuk sosialisasi, artinya kan masyarakat sudah mulai peduli, yakan? Sudah banyak masyarakat mulai peduli, anggota keluarganya itu direhab, itukan sudah termasuk peduli ya, dari situ, berarti sosialisasi kita selama ini sedikit sudah menampakkan hasil dibanding dulu. Dulu sama sekali apatis, terhadap penyalahgunaan dan peredaran narkoba, bahkan anti, kalau bisa bahkan gamau dengar masalah itu, masalah itu dianggap tabu, kalau sekarang kan kondisinya sudah mulai bergeser, nah itu dia. Itu salah satu pendukung kami dari luar. Dari dalam tentunya solid, kerjasama yang baik, tim, disini bekerjanya tim ya dek, kemudian anggaran. Kalau anggarannya cukup pasti berjalan dengan baik, pasti bisa kontiniu, yakan? Sebenarnya tidak menggunakan anggaran pun kami siap, non dipa banyak yang gak pakai anggaran, bahkan</p>

	lebih banyak dari kegiatan yang sudah kami rencanakan pakai anggaran. Permintaan masyarakat banyak sekarang.
Nadra	Jadi dari masyarakat sendiri yang menyiapkan?
Ibu Dina	Iya dari masyarakat sendiri yang menyiapkan, mereka yang menyediakan audiensnya mereka yang menyediakan tempatnya, kami tinggal datang untuk mensosialisasikan. Kami siap. Itulah faktor pendukungnya, kerjasama yang baik, solid, kemudian, punya visi misi yang sama. Apa lagi?.
Nadra	Kalau ngeliat dari reaksi masyarakat sendiri waktu kampanye itu gimana buat tahun ini?
Ibu Dina	Kesini sudah mulai banyak yang antusias, tapi diawal lalu kami agak susah untuk bisa masuk ke masyarakat. Makin kesini masyarakat sudah antusias apalagi didukung dengan kerjasama berbagai pihak, kita dari gubernur, gubernur ke jajarannya. Kita guide perusahaan swasta misalnya ni, perusahaan-perusahaan diluar instansi pemerintah, dia buat di jajarannya, yakan? Reaksinya sudah, baik bank riau kepri, perusahaan-perusahaan perkebunan kelapa sawit, sudah banyak yang peduli. Terhadap bahaya dan penyalahgunaan narkoba ini. Contohnya mereka sudah minta tes urin, itukan sudah reaksi kan, reaksi dari masyarakat.
Nadra	Mereka minta tolong minta tes urin mereka?
Ibu Dina	Iya, perusahaan meminta BNN untuk melaksanakan tes urin kepada karyawannya, itu kan contoh reaksi sudah ya. Berarti mereka sudah mulai aware, peduli, tidak apatis lagi ke belakang. Diawal dulu kami bekerja keras, ada yang acuh bahkan ada yang “apasih?” nah dulu awalnya gitu. Takut malah, didatangi BNN itu rasanya gimana gitukan, kalau sekarang sedikit bergeser. Mudah-mudahan ini kedepannya lebih baik, kan gitu. Tapi kenapa pada kenyataannya

angka penyalahgunaan narkotika itu meningkat? Selama ini kan proses menahan laju angka preferensi penyalahgunaan narkoba itu dengan mengutamakan pemberantasan. Ternyata dipandang kurang efektif, kenapa? Yang sudah terlanjur menggunakan tidak disembuhkan, maka tetap ada permintaan. Dia tetap cari barang. Kenapa ada permintaan? Penjualnya masih ada. Penjual tetap diuntungkan, kan gitu ya. Makanya sekarang berbalik, dia harus trisula. Dia harus sama tajamnya seperti trisula. Ini pencegahan didepan, disini pemberantasan, disini rehabilitasi, berjalannya harus sama. Ga bisa pemberantasannya sendiri, rehabilitasi dan pencegahannya enggak. Pencegahan ini kan bagi yang belum, kalau orang yang sudah pakai narkoba pun kita ngomong dia ga peduli. Jadi kan bagi yang belum, bagi yang sudah solusinya rehabilitasi. Kalau yang turut mengedar atau bandar solusinya pemberantasan, kalau ini sama tajamnya sesuai strategi sekarang, ya strategi P4GN itu sekarang begitu. Mudah-mudahan lama-lama bisa kita turunkan. Kita hadang dulu supaya dia tidak naik, atau bisa kita turunkan sedikit demi sedikit, kan gitu. Ya kita berharap ajalah, optimis ajalah, ga boleh pesimis ya dek. Walaupun dalam kenyataannya kadang-kadang sulit. Yang penting kita usaha dulu, diganti strateginya, kalau yang tadi hanya pemberantasan, sekarang pencegahan termasuk diseminasi, ini kan masuk dibawah pencegahan tu nah termasuk projek kami ni, itu harus berjalan sama. Justru ini berjalan didepan sekarang, trisula itu satunya didepan ya. Tapi bersamaan majunya kan, bukan ini sendiri ini sendiri. Ada tiga pilarnya yang ini, pemberantasan, pencegahan, rehabilitasi. Itulah program kami dek, itulah yang jalan, yang nyokong yang mendukung. Oke, ada lagi? Apa kira kira?.

Nadra	Mungkin kayanya segitu dulu, pertanyaannya udah kejawab.
Ibu Dina	Jadi gini, kalau ada yang kurang ini ini, datang kesini lagi tanyain lagi.
Nadra	Maaf mengganggu waktunya tapi ya kak.
Ibu Dina	Gapapa yang penting semua jelas sesuai prosedur, tugas saya sudah biasa dek. Kalau mahasiswa kesini, pasti datanya ke saya. Tapi disposisinya ke saya.
Nadra	Kalau buat timeline nya tadi bisa diminta bagian mana ya?
Ibu Dina	(Manggil anggotanya) Punya kegiatan-kegiatan dari luar, itu kami tidak masukkan ke timeline. Kita kan gatau, ga bisa diprediksikan. Kedua, kampanye stop narkoba yang kita laksanakan di car free day, tergantung waktunya, bisa dalam sebulan itu dua kali, bisa dalam sebulan itu sekali. Kita rutin buat kampanye stop narkoba namanya di car free day, mall, tempat-tempat keramaian.
Nadra	Jadi itu ga termasuk timeline?
Ibu Dina	Engga, itu ga termasuk timeline. Yang misalnya kita bangun mobil penyuluhan, mangkal di car free day, sebar brosur, itu ga ada di timeline. Sesaat saat aja, mana hotspot datengin, mall misalnya datengin, sesaat saat aja. Ya berarti setahun tu ya ada beberapa kali. Untuk penyuluhan, sosialisasi kesekolah sekolah, permintaan dari luar itu juga ga dicantumin. Kadang kadang de, kalau direkapitulasi kegiatan kami satu tahun banyakan yang ga di timeline yang ga pakai anggaran. Nah ini (ngasih kertas timeline) udah ga ada angkanya ya de. Oke.
Nadra	Makasi banyak ya kak.
Ibu Dina	Coba nanti kamu lingkari ya, mana saya kasih contohnya ya, ni yang bentuknya diseminasi informasi ni dia semua ni. Asistensi yang ini

	<p>aja, ini diseminasi semua. (sambil nunjuk kertas timeline) ada berapa banyak kegiatan ni, coba hitung ada berapa diseminasi jadinya semua, kalau ga salah saya 50 an, nanti coba nanti kamu hitung dirumah. Setahun ini ada berapa informasi ya kan, kan nampak ini. 4 paket, berarti 4 informasi, 2 paket berarti 2 informasi. Oke, advokasi yang merah aja. Kenapa ini beda-beda warnanya? Karena lingkungannya beda-beda, ada lingkungan pelajar dan mahasiswa, warna nya sama. Ada yang lingkungan masyarakat, warnanya sama. Ada yang lingkungan pekerja, warnanya sama. Ada yang lingkungan, ni pekerja ni warnanya samakan? Ada yang lingkungan keluarga warnanya sama. Ada 4 lingkungan.</p>
Nadra	Makasih banyak ya kak.
Ibu Dina	Nanti ada yang kurang kabarin saya lewat WA.