
**NATIONAL NARCOTICS AGENCY (BNN) COMMUNICATION STRATEGY IN
REDUCING THE NUMBER OF DRUG USERS IN PALU CITY**

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN NARKOTIKA NASIONAL (BNN) DALAM
MENGURANGI JUMLAH PENGGUNA NARKOBA DI KOTA PALU**

ANDI MOHAMMAD ARIEF

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Sulawesi Tengah

E-mail: andimohammadarief@gmail.com

Naskah diterima: 16 Januari 2020 Naskah diterbitkan: 21 Desember 2020

ABSTRACT

The aim of this research is to look at BNN's communication strategy in the Dipa Program in reducing the number of drug users in Palu City by examining the problems in this research, namely (1) What is BNN's communication strategy in implementing the Dipa program in Palu City, (2) What are the factors? This is the only thing that hinders BNN in implementing the Dipa program in Palu City. Research objectives (1) To determine BNN's communication strategy in implementing the Dipa program in Palu City. (2) To find out the obstacles experienced by BNN in implementing the Dipa program in Palu City. This type of research uses a qualitative descriptive approach. Location: This research was conducted at the Palu City National Narcotics Agency Office located at Jalan Soekarno Hatta, Palu City. Data collection techniques include observation, interviews and documentation. The research uses qualitative data analysis techniques, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the research results, it shows that the National Narcotics Agency (BNN) Communication Strategy in Reducing the Number of Drug Users in Palu City is by implementing DIPA program activities where the activities start from planning a structured communication strategy in implementing communication strategies in outreach/socialization activities which are generally aimed at in government agencies, educational agencies, the private sector and related community groups, in order to reap the results of the common goal of reducing the number of drug abuse in the city of Palu. Apart from that, looking at the obstacle factors related to human resources, in this case a group of people who are less likely to participate in fulfilling the invitation from BNN if they are not provided with transportation costs for them and lack of coordination from related parties.

Keywords: Communication Strategy, Dipa Program, Drug Abuse

Tujuan dari penelitian ini melihat strategi Komunikasi BNN pada Program Dipa dalam mengurangi jumlah pengguna Narkoba yang ada di Kota Palu dengan mengkaji Masalah dalam Penelitian ini yaitu (1) Bagaimana strategi komunikasi BNN dalam melaksanakan program Dipa di Kota Palu, (2) Faktor-faktor apa saja yang menghambat BNN dalam melaksanakan program Dipa di Kota Palu. Tujuan penelitian (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi BNN dalam melaksanakan program Dipa di Kota Palu. (2) Untuk mengetahui hambatan yang dialami BNN dalam melaksanakan program Dipa di Kota Palu. Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Lokasi Penelitian ini dilakukan di Kantor Badan Narkotika Nasional Kota Palu yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta Kota palu. Teknik Pengumpulan Data berupa Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Penelitian menggunakan teknik analisis data kualitatif yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam Mengurangi Jumlah Pengguna Narkoba di Kota Palu dengan melaksanakan kegiatan program DIPA yang dimana kegiatannya dimulai dari perencanaan strategi komunikasi yang secara terstruktur dalam pelaksanaan strategi komunikasi pada kegiatan penyuluhan/sosialisasi yang secara umum ditujukan pada instansi pemerintahan, instansi pendidikan, swasta serta kelompok masyarakat terkait, guna menuai hasil tujuan bersama dalam mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba yang ada di Kota Palu. Selain itu melihat dari faktor hambatannya terkait pada sumber daya manusia dalam hal ini sekelompok masyarakat yang dimana kurang ikut serta memenuhi undangan dari BNN apabila tidak dilengkapi dengan biaya transportasi kepada mereka serta kurangnya koordinasi dari pihak terkait.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Program Dipa, Pengguna Narkoba.

A. PENDAHULUAN

Di kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan untuk ditanggapi oleh penerima. Hal ini berarti komunikasi adalah suatu transaksi, proses transaksi pesan untuk membangun hubungan antar sesama manusia maupun untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain. Dengan demikian komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang kepada satu atau lebih penerima dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima.

Proses komunikasi juga berlangsung menggunakan perantara media untuk menjangkau penerimanya. Media komunikasi ini terbagi dalam bentuk elektronik, cetak, ataupun menggunakan media luar ruang (baliho, *billboard*, spanduk). Kemudian adanya komunikasi dengan khalayak untuk mempengaruhi tingkah laku atau respon yang bisa menghasilkan nilai positif atau kesadaran pada penerima pesan.

Semakin maraknya penyalahgunaan narkoba di Indonesia ini menunjukkan minimnya kesadaran masyarakat akan bahaya yang ditimbulkan dari narkoba tersebut. Hal ini merupakan tugas besar bagi pemerintah untuk melakukan upaya-upaya dalam mencegah penyalahgunaan narkoba. Oleh karena itu, hadirnya lembaga atau instansi yang terkait dalam pengurusan pengguna narkoba sangat diperlukan yaitu Badan Narkotika Nasional (BNN).

Badan Narkotika Nasional Kota Palu sebagai salah satu lembaga yang independen diharapkan dapat bekerja lebih baik serta transparan dan akuntabel dalam menumpas

kejahatan narkoba. Badan Narkotika Nasional juga dapat optimal dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat dan meningkatkan kerjasama internasional agar jaringan narkoba dapat dihancurkan.

Berikut ini data Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Palu tentang daftar pengguna narkoba dari tahun ke tahun.

Tabel 1. Data Pengguna Narkoba Kota Palu per tahun (BNN Kota Palu)

Tahun	Daftar pengguna L/P	Jumlah
Januari-Oktober 2019	Laki-laki : 298 Perempuan : 20	318
Januari-November 2018	Laki-laki : 250 Perempuan : 27	277
Januari-September 2017	Laki-laki : 244 Perempuan : 23	267
Januari-November 2016	Laki-laki : 173 Perempuan : 23	197
Januari-Desember 2015	Laki-laki : 257 Perempuan : 48	305
Januari-November 2014	Laki-laki : 47 Perempuan : 8	55

Sumber: Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Palu.

Strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional Kota Palu dalam mengurangi pengguna narkoba sangat diperlukan melalui program-program kerja mereka seperti mengadakan sosialisasi, membuat selebaran tentang bahaya narkoba/pamflet dan baliho yang dapat menuai hasil dalam pencegahan/pemberantasan barang haram tersebut. Ini kiranya banyak membantu masyarakat umum khususnya generasi muda untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) tentang pemahaman mereka yang rendah dalam pengetahuan bahaya narkoba. Mengenai program-program kerja BNN Kota

Palu, mereka lebih banyak melakukan kegiatan penyuluhan atau sosialisasi tentang bahaya narkoba di wilayah kota yang sudah mereka tentukan terutama di sekolah-sekolah di Kota Palu, untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait pencegahan, pemberantasan, penyalagunaan dan pemahaman masyarakat terhadap narkoba dan bahaya penyalahgunaanya, serta memotivasi guna menumbuhkan kesadaran terhadap tanggung jawab masyarakat dalam membentengi diri, keluarga dan lingkungan dari bahaya penyalahgunaan narkoba. Kegiatan operasi tangkap tangan juga BNN kota lakukan, yaitu turun langsung ke sekolah yang ada di Kota Palu tanpa diketahui para siswa siswi. Dari hasil kegiatan program tersebut mereka melakukan tes urin terhadap siswa siswi kota palu dan banyak menemukan menggunakan narkoba dengan ditambahkan pengakuan mereka sendiri.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hartini (B501 08 023) dalam skripsinya yang menjadikan Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) sebagai bahan acuan penelitiannya yang berjudul "Strategi Kampanye Melalui Media Luar Ruang Tentang Bahaya Narkoba Oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Sulawesi Tengah". Penelitian saya ini hampir mirip namun berbeda dengan penelitian sebelumnya, perbedaanya adalah penelitian sebelumnya menekankan lebih kepada kampanye media luar ruang tentang bahaya narkoba atau larangan contohnya, memasang spanduk atau baliho dan panflet. Sedangkan penelitian yang saya lakukan

lebih menekankan kepada program Dipa yaitu semacam anggaran kegiatan yang dilakukan BNN guna mengurangi atau memberantas narkoba di Kota Palu. Penelitian saya ini lebih mengarah ke kegiatan program kerja BNN seperti sosialisasi atau penyuluhan dimana mereka lebih leluasa dan memengaruhi para audiens secara langsung agar tidak sama sekali memakai dan mengkonsumsi narkoba, dan menuai hasil yang baik bagi masyarakat agar bersama-sama memerangi dan memberantas narkoba di Kota Palu.

Program-program kerja dilaksanakan BNN Kota Palu dalam memberantas narkoba. BNN mengutamakan melakukannya terlebih dahulu terhadap anak-anak remaja atau yang masih bersekolah, dikarenakan usia remaja banyak yang mengalami perubahan pola pikir yang dapat membuat mereka ingin mencoba segala sesuatunya apa lagi narkoba. Program kerja organisasi yang sudah ditentukan sebelumnya merupakan suatu proses komunikasi sebagai saluran pengiriman pesan yang telah di tata dengan baik kepada audiens akan menjadi efektif. Strategi komunikasi yang senantiasa dilakukan oleh BNN adalah komunikasi formal yang isinya berupa strategi atau cara kerja untuk pencapaian tujuan didalam organisasi BNN, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam Badan Narkotika Nasional Kota seperti penyebaran berita, sosialisasi/penyuluhan, galeri foto atau dokumentasi, siaran pers dan suara masyarakat.

Adapun program yang dijalankan oleh BNN dalam rangka mengurangi jumlah pengguna narkoba berdasarkan sumber

pendanaan adalah program DIPA dan Non DIPA. DIPA adalah program BNN yang dilaksanakan menggunakan pendanaan langsung dari BNN sendiri untuk menjalankan kegiatan kerja mereka yang sudah disepakati dalam organisasi BNN Kota Palu, sedangkan Non DIPA adalah program yang dilaksanakan BNN Kota Palu melalui pendanaan masyarakat sendiri.

Berdasarkan hasil pengambilan data awal dengan staf BNN Kota di bidang pemberdayaan masyarakat (P2M) yang saya dapatkan di Badan Narkotika Nasional Kota Palu dari kegiatan yang mereka lakukan dan program lainnya dalam mengurangi/memberantas pengguna narkoba mereka memiliki program kegiatan kerja dua yaitu DIPA dan Nondipa. Jadi peneliti ingin memfokuskan penelitian ini pada satu (1) program saja yaitu Program DIPA, khususnya untuk mengetahui seperti apa upaya yang dituangkan dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak BNN dalam rangka mengurangi jumlah pengguna narkoba pada program DIPA, dengan melihat faktor hambatan yang terjadi pada program DIPA

Rumuskan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana strategi komunikasi BNN dalam melaksanakan program DIPA untuk mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu, dan faktor apa saja yang menghambat BNN dalam melaksanakan program DIPA untuk mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu. Tujuan penelitian ini yaitu mengacu pada rumusan masalah tersebut yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi BNN dalam melaksanakan program DIPA guna

mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu, dan mengetahui hambatan yang dialami BNN dalam melaksanakan program DIPA guna mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu. Manfaat penelitian secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi atau memperkaya khasana ilmu komunikasi khususnya pada kajian strategi komunikasi mulai dari strategi, pelaksanaan hingga evaluasi sebuah program penyuluhan Badan Narkotika Nasional. Kemudian dilihat secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran atau masukan kepada Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Palu dalam penyusunan strategi komunikasi kedepannya dalam memberikan evaluasi program DIPA untuk mengurangi pengguna narkoba yang ada di kota palu.

B. Strategi Komunikasi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategous* atau *strategos* dengan kata jamak *strategi*. *Strategous* artinya *jendral* namun dalam bahasa Yunani kuno memiliki arti *perwira negara* dengan fungsi yang luas. Dalam arti yang lebih sempit yang dikutip oleh Matloff, strategi berarti *the art general*. (2009:12) buku Nurhaidar. Nurhaidar (2009:13) yang menawarkan strategi secara sederhana dan modern, yaitu suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku

mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyebutkan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2012 : 22).

Sementara menurut Carl I. Hovland (Effendy, 2006:10) ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan dan sikap. Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Menurut Lasswell cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut (Effendy, 2006:10) : "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?*". Paradigma tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*Message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicate,*

receiver, recipient) dan efek (*effect, impact, influence*). Riswandi (2009:3) mendefinisikan kelima unsur tersebut sebagai berikut :

- a. Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun negara (pemerintah).
- b. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud komunikator tersebut. Pesan mempunyai 3 (tiga) komponen yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan, dan bentuk atau organisasi pesan.
- c. Saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima atau komunikan. Pada dasarnya saluran komunikasi manusia adalah 2 (dua) saluran yaitu cahaya dan suara. Saluran juga merujuk pada cara penyampaian pesan, apakah langsung (tatap muka) atau lewat media (cetak dan elektronik).
- d. Komunikan, sering juga disebut penerima (*receiver*), yaitu orang yang menerima dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan. Penerima pesan menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang ia terima.

Efek, yaitu apa yang terjadi pada komunikan setelah ia menerima pesan

tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku Menurut Effendy (2003:301) strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication manajement*) untuk mencapai suatu tujuan (*goal*). Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi. Secara khusus pula Nurhaidar (2009:15) mengemukakan bahwa pengertian strategi komunikasi sebagai sebuah kombinasi yang terbaik dari saluran dan pesan-pesan yang dirancang untuk mencapai khalayak tertentu agar dapat mencapai tujuan yang di inginkan.

Adapun tujuan strategi komunikasi Menurut Pace and Faules (2015:344) yaitu:

- a. *To secure understanding*, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
- b. *To establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
- c. *To motive action*, penggiatan untuk motivasi.
- d. *The goals which the communicator sougt to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Strategi komunikasi menyatakan sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan

kondisi-kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi dimasa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. (Davis,1994:10)

Riswandi (2009:33) Hambatan dalam komunikasi dapat terjadi karena adanya faktor miskomunikasi. Kreitner dan Kinicki dalam buku "*organizational behaviour*" menyebutkan faktor penyebab miskomunikasi atau *antecedent condition* sebagai berikut:

1. Ketidakcocokan kepribadian atau sistem nilai.
2. Batas-batas pekerjaan yang tidak jelas atau tumpang tindih.
3. Persaingan untuk memperoleh sumberdaya yang terbatas.
4. Pertukaran informasi atau komunikasi yang tidak cukup (*inadequate communication*).
5. Kesalingtergantungan dalam pekerjaan (misalnya, seseorang tidak dapat menyelesaikan pekerjaannya tanpa bantuan orang lain).
6. Kompleksitas organisasi (konflik cenderung meningkat bersamaan dengan semakin meningkatnya susunan hierarki dan spesialisasi pekerjaan).
7. Peraturan-peraturan, standar kerja, atau kebijakan yang tidak jelas atau tidak masuk akal.
8. Batas waktu penyelesaian pekerjaan yang tidak masuk akal sehingga sulit dipenuhi (*unreasonable deadlines*).

9. Pengambilan keputusan secara kolektif (semakin banyak orang yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan, semakin potensial untuk konflik.
10. Pengambilan keputusan melalui consensus.
11. Harapan-harapan yang tidak terpenuhi.
12. Tidak menyelesaikan atau menyembunyikan konflik.

Menurut John Middleton (Abidin, 2015: 89) mengungkapkan perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumberdaya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas yang dibebankan oleh organisasi.

Robin Mehall dalam (Abidin, 2015: 89), perencanaan komunikasi adalah dokumen tertulis yang menggambarkan segala hal yang harus dilakukan berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi ditujukan dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut. kemudian, Syam Nina mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang cara suatu kegiatan komunikasi harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang di inginkan.

Tujuan perencanaan komunikasi adalah untuk membantu pencapaian tujuan masyarakat. Pencapaian tujuan ini memerlukan serangkaian aktivitas yang melibatkan berbagai aspek, berbagai manusia dan bergerak dalam dimensi waktu yang akan datang yang sifat dan keadaannya tidak dapat ditentukan dengan pasti. Pencapaian tujuan akan berhasil dengan efektif dan efisien apabila dilakukan dengan perhitungan yang matang, adanya kesamaan pandangan, kesamaan persepsi, dan adanya koordinasi dari para elemen yang terlibat dalam pencapaian tujuan.

Secara teoritis, Tani Handoko (Abidin, 2015: 91) menyatakan dua (2) alasan dasar diperlukan perencanaan, yaitu:

- a. *protective benefit*, dihasilkan dari pengurangan terjadinya kesalahan dalam pembuatan keputusan.
- b. *Positive benefit*, dalam bentuk meningkatnya keberhasilan pencapaian tujuan.

Komunikasi dengan serangkaian fungsi yang melekat padanya dikehendaki untuk memberikan efek kepada khalayak luas

Saud (2006: 5) merumuskan fungsi perencanaan, termasuk perencanaan komunikasi, yaitu:

- a. Pedoman pelaksanaan pengendalian.
- b. Menghindari pemborosan sumber daya.
- c. Alat bagi pengembangan *quqlity assurance*.
- d. Upaya untuk memenuhi *accountability* kelembagaan.

Abidin (2015: 95) mengelompokkan dua (2) hambatan yang terjadi dalam proses proses perencanaan, yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal.

a. Hambatan internal, hambatan dari dalam perencanaan berkaitan dengan persoalan kemampuan membuat rencana yang baik serta penyiapan infrastruktur sebagai basis penyangga pelaksanaan suatu rencana.

1. Kurangnya pengetahuan tentang organisasi dan lingkungan yang melingkupinya sering membuat kesulitan para perencana untuk memformulasikan suatu rencana.
2. Kurangnya pengetahuan tentang lingkungan organisasi atau masyarakat akan menyulitkan para pembuat rencana untuk melakukan peramalan masa depan.
3. Kesalahan dalam peramalan akan menyebabkan ketidakakuratan pembuaran rencana.

b. Hambatan eksternal, hambatan ini berasal dari luar organisasi, yaitu sebagai berikut.

1. Adanya penolakan akan perubahan.
2. Sikap anggota organisasi atau masyarakat yang enggan untuk melakukan perubahan.
3. Kelompok masyarakat yang menentang proses perencanaan.
4. Tersedianya ahli perencanaan bidang komunikasi yang terbatas.

C. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi

kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya, memo, kebijakan, pertanyaan, jumpa pers, dan surat-surat resmi.

- a. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi (ex. memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi).
- b. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara social. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Moekijat (1993: 15-16), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu, Liliweri (2014:

372-373) mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
2. Membagi informasi.
3. Menyatakan perasaan.
4. Melakukan koordinasi.

Menurut Liliweri (2014: 373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus. Dibawah ini akan dijabarkan dua fungsi tersebut.

1. Fungsi umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh: deskripsi pekerjaan.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang suatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: public relation, pameran, ekspo, dan lain-lain.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri kedalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan

tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.

- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Davis (1994:81) mengatakan Kendala atau hambatan sering ditemukan dan terjadi dimana saja,terlebih didalam suasana organisasi yang melibatkan banyak anggota. Ada enam macam hambatan komunikasi yang di jelaskan dalam bukunya “Etika Komunikasi Kantor”, dan hambatan tersebut dapat dilihat dibawah ini.

1. Hambatan teknis.

Kurangnya sarana dan prasarana dalam organisasi termasuk dalam hambatan teknis.Selain itu, kondisi fisik yang tidak memadai, dan penguasaan teknik dan metode komunikasi yang kurang juga termasuk dalam hambatan teknis.

2. Hambatan perilaku.

Adanya perilaku negatif partisipan seperti sifat apriori, emosi, otoriter, ketidakmauan untuk berubah, egosentris.

3. Hambatan bahasa

Penggunaan bahasa tanpa menghiraukan kemampuan bawahan akan menimbulkan salah pengertian. Maka kalimat sederhana, singkat dan jelas, serta tata bahasa yang benar dan kemampuan menyesuaikan diri dengan lawan bicara

merupakan hal mutlak yang harus di sanggupi komunikator agar salah pengertian dapat diminimalisir.

4. Hambatan struktur

Hambatan struktur berasal dari perbedaan tingkat dalam struktur organisasi yang menimbulkan perasaan sungkan ketika behadapan dengan pemimpin.

5. Hambatan jarak.

Hambatan jarak menjauhkan pengirim dan penerima pesan dan tentu saja memakan waktu yang lebih lama. Sarana komunikasi yang memadai.

D. Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat memberikan gambaran secara sistematis, aktual dan akurat serta mendapatkan data yang mendalam tentang strategi komunikasi badan narkotika nasional (BNN) dalam mengurangi pengguna narkoba di Kota Palu. Dasar penelitian ini menggunakan metode studi kasus, Kriyantono (2006:66), studi kasus merupakan metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Subjek penelitian adalah bagian dari populasi sebagai informan yang dianggap penting oleh peneliti untuk dapat mewakili dan menjawab permasalahan dalam

penelitian, yang juga disebut sebagai informan kunci. Sedangkan untuk penarikan informan kunci menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan memilih informan yang dianggap mengetahui, mempunyai kriteria dan mengerti tentang permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan kriteria tertentu, Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari peneliti adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Beberapa cara yang digunakan untuk mengumpulkan data antara lain, Pengamatan (Observasi), Wawancara mendalam dan Dokumentasi. Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data kualitatif yang dimaksudkan untuk memperoleh gambaran khusus yang bersifat menyeluruh tentang apa yang tercakup dalam permasalahan yang peneliti lakukan di lapangan pada waktu pengumpulan data.

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa Badan Narkotika Nasional Kota Palu pada pelaksanaan kegiatan kerja program DIPA bertujuan untuk melakukan Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika atau biasa disebut P4GN serta sosialisasi untuk menekankan penyalahgunaan bahaya narkoba. Tujuan ini diharapkan mampu untuk dapat mengurangi jumlah penggunaan narkoba yang ada di Kota Palu. Dalam mencapai tujuan bersama BNN Kota Palu tentunya sudah melakukan perencanaan komunikasi yang baik dalam Pelaksanaan program DIPA yang dimana pada perencanaanya BNN Kota Palu dapat

menggambarkan segala hal yang harus dilakukan berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi ditujukan dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan dapat mengukur atau mengevaluasi hasil-hasil yang diperoleh dari program DIPA tersebut.

Perencanaan strategi komunikasi BNN Kota Palu pada program Dipa

a. Sasaran Utama

Perencanaan strategi komunikasi BNN pada program Dipa diawali dengan menentukan sasaran yang dituju untuk dapat melakukan suatu penyuluhan seminar/sosialisasi tentang bahaya narkoba. Sosialisasi yang dilakukan BNN pada khalayak/sasaran tersebut tentunya memiliki proses yang berbeda-beda namun memiliki tujuan yang sama yaitu mengurangi penyalahgunaan narkoba yang ada di Kota Palu. Pihak BNN memiliki 4 sasaran yang mereka tentukan yaitu di instansi pendidikan, pemerintah, swasta dan masyarakat.

Perencanaan strategi komunikasi pada program DIPA di instansi pendidikan Sosialisasi yang dilakukan BNN lebih menfokuskan pada pengenalan jenis narkoba. Sosialisasi yang dilakukan di instansi pendidikan ini adalah sasaran utama yang harus di waspadai di masa yang akan datang, karena bahwasannya dimana anak sekolah masih belum mengetahui tentang bentuk, jenis, serta dampak bahaya mengkonsumsi narkoba itu sendiri. Pihak BNN Kota Palu juga

selalu mengingatkan serta menekankan untuk tidak terpengaruh pada lingkungan sekitar ataupun saling mengajak satu sama lain untuk penyalahgunaan narkoba.

Dalam hal ini masyarakat sangat berperan penting pada kegiatan perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh BNN pada program Dipa. Masalah narkoba yang secara signifikan terus meningkat di Kota Palu mengharuskan pihak BNN semakin giat untuk mengatasinya dengan pelaksanaan program Dipa membutuhkan strategi komunikasi yang nantinya dapat memberi efek pada perubahan sikap maupun perilaku dari masyarakat tersebut.

Sementara perencanaan strategi komunikasi terhadap instansi pemerintah tentunya tidak lagi pada pengenalan narkoba melainkan lebih menginterpretasikan kepada pencegahan penyalahgunaan narkoba. Pada Instansi pemerintah ini juga sama halnya dengan instansi Swasta yang dimana sudah mengenali lebih jauh tentang bahayanya narkoba dengan berbagai macam jenis yang digunakan oleh para pengguna ataupun yang dijual oleh para pengedar. Macam- Macam Obat terlarang seperti Ekstasi, Sabu, serta bentuk pill (THD dan Y) dan sebagainya yang sering muncul pada kasus-kasus yang terjadi dilingkungan sekitar khususnya di Kota Palu saat ini.

b. Tujuan Pesan

Dalam pelaksanaan penyebaran informasi, secara umum BNN Kota Palu menggunakan sosialisasi. Sosialisasi pencegahan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba merupakan proses

penyebaran informasi yang bertujuan agar sasaran P4GN memiliki sikap dan terampil menolak penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba serta masyarakat menyadari akan peranan mereka dalam upaya pemberantasan narkoba. BNN Kota Palu untuk mempengaruhi sasaran komunikasi dengan cara melakukan seminar dan penyuluhan yang digelar ini dilakukan dengan menyampaikan pesan yaitu mengajak sasaran komunikasi guna bersama-sama memerangi penyalahgunaan narkoba dan menekankan pesan slogan kepada masyarakat.

BNN Kota Palu dalam melaksanakan kegiatan juga bekerjasama dengan pihak instansi-instansi terkait, misalnya di instansi pendidikan. Bentuk kerjasama yaitu mendatangi sekolah tersebut untuk mengadakan sosialisasi, pengkaderan, Focus Group Discussion (FGD), dan tes urine. kerjasamanya dalam bentuk mengadakan Focus Group Discussions (FGD) untuk setiap ajaran baru, dengan tujuan dapat mewujudkan sekolah yang bebas narkoba dan anti akan narkoba serta melakukan pembentukan kaderisasi.

Dalam upaya pemberantasan Kota Palu juga melakukan kerja sama dengan pihak penegak hukum lainnya seperti Polres Kota Palu Dalam upaya pengungkapan kasus biasanya personil BNN melakukan penyamaran, dan pemetaan daerah yang di targetkan. Penyamaran dilakukan untuk memata-matai siapa saja jaringan yang terlibat, dan pemetaan daerah dilakukan untuk menggerakkan personil lain agar bersiap di titik tempat tertentu, di sinilah

BNN meminta bantuan Polda dan Dit Narkoba untuk sama-sama memberantas Narkoba yang ada di Kota Palu.

c. Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi merupakan faktor kedua untuk dilaksanakan yaitu penggunaan media komunikasi sebagai alat penyalur ide, dalam rangka mendapatkan feedback dari masyarakat merupakan suatu keharusan karena selain dapat menjangkau sasaran komunikasi yang lebih luas, juga mempunyai fungsi sosial untuk menjadi alat penerangan bagi masyarakat. BNN Kota Palu dalam melaksanakan program Dipa tentunya menggunakan media komunikasi. Penggunaan media- media elektronik dan media cetak merupakan salah satu bentuk pendukung dalam penyampaian pesan kepada sasaran utama.

Penggunaan media-media ini dapat mempengaruhi masyarakat sekitar yang melihat atau membacanya secara tidak langsung. Pemberian informasi secara terusmenerus dapat mempengaruhi keyakinan dan menambah pengetahuan bagi masyarakat itu sendiri yang nanti pada akhirnya dapat mempengaruhi sikap atau perilaku sasaran khalayak yang dituju. Saluran media massa terdiri dari media cetak (seperti surat, majalah, panflet, baliho dan brosur), media elektronik (seperti televise,radio), media visual (seperti foto dan lukisan) dan media audio visual (televise dan video). Penyampaian pesan melalui media juga dilakukan oleh pemerintah Kota Palu.

d. Evaluasi

Evaluasi bertitik tolak dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, serta apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah. Efektifitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi. Di dalam evaluasi program juga terdapat evaluasi media dan segala kegiatan yang dilakukan dalam program DIPA. Evaluasi dilakukan dalam media dan kegiatan DIPA berupa pesan yang di sampaikan melalui media cetak/elektronik maupun dalam sosialisasi/penyuluhan, dilakukan guna melihat tingkat keefektifan dari pesan yang disampaikan serta media yang digunakan. Dalam evaluasi media nantinya pihak BNN akan melihat apakah media yang digunakan telah tepat dan efektif untuk digunakan. Apabila pesan atau media tersebut tidak tepat untuk digunakan, maka akan ada perbaikan untuk perencanaan berikutnya dalam bentuk pesan atau media yang digunakan dalam program sebelumnya. Sedangkan untuk evaluasi pesan dalam sosialisasi/penyuluhan sendiri bertujuan untuk melihat apakah pesan yang disampaikan telah sesuai dengan tujuan awal atau belum. Apakah pesan tersebut gampang untuk dipahami oleh khalayaknya. Dan apakah pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat merubah perilaku serta pola pikir masyarakat itu sendiri

Pelaksanaan Strategi Komunikasi BNN Kota Palu Pada Program DIPA

Pelaksanaan strategi komunikasi dalam memberikan penyuluhan ataupun sosialisasi kepada masyarakat dalam

mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba yang dilakukan BNN Kota Palu pada program DIPA merupakan suatu keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan dengan memperhitungkan kondisi-kondisi dan situasi yang dihadapi, guna mencapai hasil yang efektifitas.

Dalam hal ini peneliti mengaitkan masalah yang terkait tentang strategi komunikasi dengan teori laswell (effendy, 2006:10), yang menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*Message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*) dan efek (*effect, impact, influence*).

1. Komunikator

Pada pelaksanaan program DIPA dalam hal ini komunikator BNN Kota Palu yang telah menjadi komunikator, dalam hal ini bidang pemberdayaan masyarakat (P2M), bidang rehabilitasi, maupun bidang pemberantasan. Pihak BNN juga membentuk suatu kelompok yang dinamakan satgas yang sudah dikukuhkan oleh pihak pusat BNN kemudian dilatih dan diberikan tugas untuk turun menyampaikan ke masyarakat dalam hal ini satgas telah dipercayakan dalam melakukan peran sebagai komunikator karena satgas sudah diberikan pengetahuan dari BNN Kota Palu dalam memenuhi kebutuhan untuk berkomunikasi mengetahui pembagian tentang masalah pemberantasan narkoba yang ada di Kota

Palu. Kelompok satgas ini terbentuk dari pihak yang berinisiatif atas kemauan sendiri tanpa harus dibayar/digaji mereka melakukan kegiatan kerja dengan sukarela, karena kelompok satgas ini hanya membantu program pemerintah melalui BNN dalam suatu masalah pemberantasan penyalahgunaan narkoba. Kutipan ini Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh (Effendy, 2006:10) peran komunikator bahwa Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Komunikator boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun negara (pemerintah).

2. Pesan

Memberikan suatu penjelasan tentang bahaya narkoba kepada masyarakat dalam pelaksanaan penyuluhan ataupun kegiatan sosialisasi tersebut BNN Kota Palu juga memiliki nilai tersendiri untuk menjadi pesan inti mereka dalam menyampaikan bahaya narkoba bagi masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh BNN bahwa mereka sangat berharap kepada semua kalangan masyarakat mudah-mudahan bisa menyadari bahaya narkoba itu sangat mengganggu dan merusak generasi penerus bangsa terutama bagi anak-anak yang baru mengenal narkoba karena apabila mereka sudah terkontaminasi dengan narkoba pasti akan sulit untuk melepaskannya. Maka dari itu pihak BNN dengan ini mengajak semua masyarakat mari kita bersama-sama untuk memberantas penyalahgunaan narkoba tersebut. Gagasan yang disampaikan dari pihak komunikator tersebut agar masyarakat menjauhi

penyalahgunaan narkoba. Dalam hal ini maksud dari pesan inti yang disampaikan pada kegiatan program DIPA merupakan salah satu cara untuk mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba yang ada di Kota Palu tersebut yang telah di isi dengan slogan atau kalimat yang menjadi cirikhas dalam BNN Kota Palu. Sebagaimana yang disampaikan oleh Riswandi (2009:3) bahwa Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud komunikator tersebut. Pesan mempunyai 3 (tiga) komponen yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan, dan bentuk atau organisasi pesan.

3. Media

Kehadiran media sosial di era sekarang memberikan kemudahan bagi semua instansi baik instansi pemerintah maupun swasta dalam melakukan kegiatan sosialisasi karena media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar teknologi informasi pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet, begitu juga dengan Badan Narkotika Nasional Kota Palu.

Melihat semakin banyak pengguna media sosial di kalangan masyarakat membuat Badan Narkotika Nasional Kota Palu untuk menggunakan serta memanfaatkan media sosial sebagai media sosialisasi kepada masyarakat terkait bahaya penyalahgunaan narkoba. Media yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Palu dalam program DIPA mencakup

beberapa media atau saluran yang diantaranya berbasis online, radio, baliho/spanduk, banner, poster, stiker, dan spinner. Media ini sangat efektif dalam menyampaikan suatu pesan kepada komunikan atau si penerima pesan sehingga komunikator dalam hal ini menganggap bahwa media yang digunakan merupakan cara atau alat yang paling cepat dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk mengetahui bahaya narkoba dan penerapan P4GN. Dalam hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Riswandi (2009:3) bahwa, Saluran atau media yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima atau komunikan. Pada dasarnya saluran komunikasi manusia adalah 2 (dua) saluran yaitu cahaya dan suara. Saluran juga merujuk pada cara penyampaian pesan, apakah langsung (tatap muka) atau lewat media (cetak dan elektronik).

4. Komunikan

Pada program kegiatan kerja yang dilaksanakan BNN Kota Palu tentunya akan ditujukan kepada seluruh masyarakat yang ada di Kota Palu sebagai komunikan atau penerima pesan pada program P4GN tentang bahaya narkoba. Namun, dalam hal ini BNN Kota Palu membaginya menjadi 4 bagian pada target/audiens mereka dalam pelaksanaan program DIPA yaitu di instansi pemerintah, instansi pendidikan, swasta dan kelompok masyarakat.

Dalam 4 bagian inilah yang menjadi target/audiens badan narkotika nasional Kota Palu dalam melaksanakan

program DIPA tersebut. Artinya bahwa dalam target/audiens 4 bagian ini yang menjadi komunikator sudah mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang sudah terlatih pada saat menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga pada komunikan tersebut yang menjadi target/audiens ini sangat berpengaruh pada pelaksanaan program DIPA ini untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba yang di Kota Palu. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Riswandi (2009:3) bahwa Komunikan, sering juga disebut penerima (*receiver*), yaitu orang yang menerima dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan. Penerima pesan menafsirkan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang di terima.

5. efek

Pada program DIPA yang dilaksanakan oleh BNN Kota Palu sudah memiliki hasil yang baik dilihat dari beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh BNN Kota Palu tentang bahaya penyalahgunaan narkoba. Dalam hal ini dapat diukur bahwa timbal balik respon dan antusias dari masyarakat itu ada.

Dalam program ini juga memberikan pengetahuan bagi masyarakat yang belum mengenal bahaya narkoba itu sangat merusak masa depan bahkan hanya mati sia-sia. Dalam hal program DIPA ini juga dapat merubah perilaku para pengguna yang dimana telah melapor ke BNN Kota Palu yang meminta di rehabilitasi untuk menghilangkan rasa

candu dalam dirinya dan sangat menyesali atas perbuatan yang dilakukannya. Artinya disini bahwa efek terhadap masyarakat yang dilaksanakan BNN Kota Palu pada pelaksanaan program DIPA dalam mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba menciptakan hasil yang positif bagi masyarakat. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Riswandi (2009:3) bahwa Efek, yaitu apa yang terjadi pada komunikan setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku.

Faktor-faktor Penghambat BNN pada Program Dipa

Melakukan Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika atau biasa disebut P4GN saat ini menjadi bagian yang sangat diharapkan pemerintah dalam mengurangi jumlah penyalahgunaan narkoba di setiap daerah khususnya daerah Kota Palu. Kegiatan kerja BNN Kota Palu dalam menjalankan program DIPA dapat terlaksana dengan baik dilihat dari strategi komunikasi, perencanaan hingga pelaksanaannya yang sudah dirangkakan oleh pihak BNN Kota Palu itu sendiri.

Namun dalam hal ini sebuah kegiatan BNN tentunya memiliki faktor hambatan dalam menjalankan proses program Dipa tersebut. Adapun hambatan yang diperoleh oleh pihak BNN itu sendiri pada kegiatan program Dipa tentunya sudah menjadi suatu timbal balik yang harus dilakukan dalam berupaya untuk memaksimalkan sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan

yang lebih efektif di masa yang akan datang. Faktor-faktor penghambat yang dilakukan BNN pada program Dipa ini yaitu:

a. Faktor Peran masyarakat

Dalam hal ini BNN Kota Palu merasakan hambatan yang dialami saat kegiatan program Dipa pada kegiatan penyuluhan ataupun sosialisasi pada masyarakat itu sendiri, hal tersebut dapat dilihat dari respon masyarakat yang datang ke tempat kegiatan, mereka memenuhi undangan apabila mereka mendapatkan dana transportasi ke tempat kegiatan, namun ini pada sebagian orang saja yang memanfaatkan situasi yang ada, dikarenakan oleh jarak tempuh yang jauh dan memakan waktu yang sangat lama untuk datang ditempat kegiatan tersebut. Dalam hal ini sehubungan dengan teori Davis (1994:81) mengatakan bahwa kendala atau hambatan sering ditemukan dan terjadi dimana saja, salah satunya yaitu hambatan jarak.

b. Kurangnya Koordinasi

Di daerah yang terkait dengan adanya penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba dalam hal ini warga sekitar masih kurang efektif pada perilaku koordinasi terhadap pemerintah. Sehingga dengan kurangnya koordinasi ini akan mempersulit proses mengurangi penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba dalam wilayah Kota Palu. Maka pada situasi ini pihak BNN sangat menekankan untuk lebih bekerja sama dengan instansi yang terkait khususnya pada masyarakat itu sendiri agar lebih terbuka pada kegiatan penyalahgunaan dan peredaran

gelap narkoba yang terjadi di daerah kota palu dan sekitarnya.

Kemudian dilihat dari evaluasi pada kegiatan program DIPA dalam bentuk sosialisasi/penyuluhan yang di ambil dari hasil wawancara dari masyarakat umum yang terbagi dalam 4 (empat) bagian yaitu, instansi pemerintah, pendidikan, swasta dan masyarakat, yang masih dalam penanganan ataupun yang sudah selesai dalam proses wajib lapor dikantor BNN Kota Palu berharap bahwa strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) mampu memberantas peredaran gelap ataupun penyalahgunaan yang ada di wilayah Kota Palu. Kemudian, kegiatan sosialisasi/penyuluhan sudah cukup efektif dalam mengurangi jumlah pengguna narkoba yang ada di Kota Palu, karena dapat membantu wawasan mereka akan dampak yang ditimbulkan jika menyalahgunakan segala jenis narkoba dan dapat memaknai arti dari paslon "*Hidup Sehat tanpa Narkoba*" dan "*Stop Narkoba*" untuk jangka panjang dan dimasa yang akan datang

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis secara sistematis mengenai "*Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) Dalam Mengurangi Jumlah Pengguna Narkoba Di Kota Palu*", maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut. Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu yaitu dengan melakukan program DIPA yang bertujuan untuk kegiatan P4GN (pencegahan, pemberantasan dan

penyalahgunaan serta peredaran gelap narkoba). Pada Program DIPA sendiri meliputi tujuan didalam organisasi BNN dalam berbagai produktifitas dan pekerjaan seperti penyebaran berita, sosialisasi/penyuluhan baik dari media online atau media elektronik, galeri foto atau dokumentasi, siaran pers dan suara masyarakat yang lebih menekankan preverensi penyalahgunaan narkoba yang ada di Kota Palu guna menuai hasil positif bagi para pengguna ataupun belum menggunakan narkoba sehingga pada sasaran/target BNN Kota Palu dalam pogram DIPA ini lebih ditujukan pada instansi pemerintahan, lembaga pendidikan, golongan masyarakat dan juga pada bidang swasta yang telah disepakati oleh pusat BNN untuk diprogramkan ke daerah-daerah dalam kegiatan sosialisasi atau penyuluhan kepada masyarakat khususnya daerah Kota Palu. Faktor hambatan yang didapatkan oleh BNN Kota Palu tentunya kembali kepada masyarakat masing-masing karena dalam kegiatan sosialisasi/penyuluhan narkoba yang dilakukan oleh BNN kepada masyarakat itu terpenuhi apabila ada dana transportasi. Masyarakat juga tidak lebih terbuka mengenai informasi peredaran dan penyalahgunaan Narkotika yang mereka ketahui. Namun dalam hal ini BNN Kota Palu tetap berusaha dalam menanggulangi hambatan tersebut. dan tetap berupaya bagaimana caranya agar masyarakat ini mengetahui tentang bahaya penyalahgunaan dan peredaran narkoba dalam kegiatan P4GN (pencegahan, pemberantasan dan penyalahgunaan serta

peredaran gelap narkoba) yang terdapat dalam program DIPA tersebut.

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan memberikan beberapa saran sehubungan dengan penelitian ini, antara lain. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi siapa saja yang tertarik dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam mengurangi jumlah pengguna narkoba di Kota Palu. Badan Narkotika Nasional Kota Palu sebaiknya selalu menekan peredaran narkoba yang ada di Kota Palu terkait pencegahan pemberantasan dan peredaran gelap narkoba terkait P4GN, baik lingkungan pendidikan, swasta, pemerintah dan masyarakat. Kerena mengenai program yang dilakukan BNN Kota Palu ini sangat membantu dalam perilaku dan pemahaman seseorang tentang bahaya yang di timbulkan jika menyalahgunakan segala jenis narkoba, khususnya seluruh masyarakat yang ada di daerah Kota Palu. Kemudian bagaimana bentuk kegiatan sosialisasi/penyuluhan yang dilakukan kepada masyarakat kedepannya agar lebih efektif di banding kegiatan yang dilakukan sebelum-sebelumnya baik dari media online ataupun media elektronik serta media cetak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. *Manajemen Komunikasi : Filosofi konsep dan aplikasi*. 2015. Cetakan 1. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arimbi. 1998. *Perempuan dan Politik Tubuh Fantastis*. Yogyakarta : Kanisius.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 2. Cetakan 13. Jakarta: PT.Raja grafindo Persada
- Davis, K dan Newstrom. 1994 *Perilaku Dalam Organisasi*. Alih Bahasa: Agus Dharma. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy. 2003. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT.Citra Bakti.
- Junaedi, Fajar. 2013. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Leavitt, J.H. (1997). *Psikologi Manajemen* (terjemahan M. Zarkasi). Jakarta: Erlangga Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliwari, 2014. *Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus*. Jakarta. PT. RajaGrafindoPersada.
- Liliwari, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moekijat. 1993. *Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurhaidar. 2009. *Komunikasi Informasi dan Strategi Komunikasi*. Bandung. PT.Citra Aditya Bakti.

- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2015. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Cetakan 9. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta.Graha Ilmu.
- Saud, Udin Syaefudin dan Abin Syamsudin Makmun. 2006. *Perencanaan Pendidikan (suatu pendekatan komprehensif)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu- Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan, Pustaka Book Publisher*. Yogyakarta.
- Wiryanto. 2005. *Pemahaman tentang Strategi Komunikasi*. Bandung. PT.Citra Bakti.