



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

STRATEGI HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL KOTA SURABAYA DALAM SOSIALISASI BAHAYA NARKOBA DI MASA PANDEMI

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :
Nur Siti Yuliana
NIM. B75218075

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
2022

PERNYATAAN OTENTISITAS KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Siti Yuliana

NIM : B75218075

Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **"Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba Di Masa Pandemi"** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Sidoarjo, 9 Juli 2022
Yang membuat pernyataan



Nur Siti Yuliana
NIM. B75218075

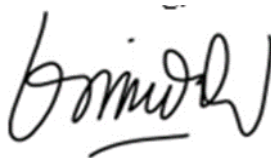
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nur Siti Yuliana
NIM : B75218075
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Humas Badan Narkotika
Nasional Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba di
Masa Pandemi

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Sidoarjo, 29 Juni 2022

Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
NIP. 197312171998032002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL KOTA SURABAYA DALAM SOSIALISASI BAHAYA NARKOBA DI MASA PANDEMI

SKRIPSI

Disusun Oleh
Nur Siti Yuliana
B75218075

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 13 Juli 2022

Tim Penguji

Penguji I



Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
NIP.197312171998032002

Penguji III



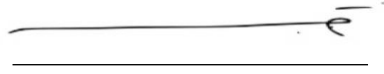
Dr. Moch. Choirul Arif, M.Fil.1
NIP.197110171998031001

Penguji II



Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP.197911242009121001

Penguji IV



Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Surabaya, 3 Agustus 2022

Dekan



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag. M.Fil.I
NIP. 197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Siti Yuliana
NIM : B75218075
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : nursitiyuliana7@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

STRATEGI HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL KOTA SURABAYA DALAM
SOSIALISASI BAHAYA NARKOBA DI MASA PANDEMI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Agustus 2022

Penulis

(Nur Siti Yuliana)

ABSTRAK

Nur Siti Yuliana. NIM B75218075, 2022. Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba Di Masa Pandemi.

Humas merupakan bagian penting bagi sebuah organisasi yang merupakan manajemen dari semua hubungan yang penting bagi sebuah organisasi dengan tugas utamanya adalah mengatur semua kegiatan komunikasi dalam organisasi maupun dengan audiens luar. Namun dengan adanya situasi pandemi Covid 19 maka aktivitas komunikasi dengan audiens dapat terhambat sehingga perlu membuat strategi baru dalam melakukan sosialisasi dengan masyarakat terkait bahaya narkoba. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang sumber datanya diperoleh dari wawancara dan observasi lapangan.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa sosialisasi dilakukan secara bertahap, metode komunikasi yang dipilih disesuaikan dengan target audiens, dan inovasi komunikasi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi melalui media daring. Kesimpulannya humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya beracu pada strategi empat langkah untuk melakukan sosialisasi bahaya narkoba di masa pandemi dan menggunakan media baru untuk sarana sosialisasi daring dengan masyarakat.

Kata Kunci : Humas, Strategi Humas, Sosialisasi, Pandemi Covid 19

ABSTRACT

Nur Siti Yuliana. NIM B75218075, 2022. The Strategy of BNNK Surabaya Public relation in socialization for the dangers of drugs during a pandemic.

Public relation is one of the most important thing for an organization which public relations are the management of important relationships for an organization with its responsibility to regulate all communication activities within the organization as well as with external audiences. However, with the Covid 19 pandemic situation, communication activities with the audience can't go well so it's necessary to make a new strategy in socialization with the public regarding the bad impact of the drugs. The research method used a descriptive qualitative method which the data sources were came from from interviews and field observations.

The results of this research was socialization is did step by step, then the communication method choosen by adjusted to the target audience, and the innovation of communication was adapted by situations and conditions through online media. In conclusion, the Public relations of the Surabaya City BNN refers to a four-step strategy to socialize the dangers of drugs during the pandemic and use new media for online socialization with the public.

Keywords : Public relation, Strategy of Public relation, Socialization, Pandemic Covid 19

نبذة مختصرة

استراتيجية العلاقات 2022 ، Nur Siti Yuliana. NIM B75218075
في التنشئة الاجتماعية لأخطار المخدرات BNNK Surabaya العامة في
أثناء الجائحة

العلاقات العامة هي أحد أهم الأشياء بالنسبة لمنظمة العلاقات العامة هي إدارة العلاقات المهمة لمنظمة ما مع مسؤوليتها لتنظيم جميع أنشطة الاتصال داخل Covid 19 ، المنظمة وكذلك مع الجماهير الخارجية. ومع ذلك ، مع حالة جائحة لا يمكن أن تسير أنشطة التواصل مع الجمهور بشكل جيد ، لذا من الضروري وضع استراتيجية جديدة في التنشئة الاجتماعية مع الجمهور فيما يتعلق بالتأثير السيئ للأدوية. استخدم منهج البحث المنهج الوصفي النوعي الذي استخلصت منه مصادر البيانات من المقابلات والملاحظات الميدانية

كانت نتائج هذا البحث أن التنشئة الاجتماعية تتم خطوة بخطوة ، ثم تم اختيار طريقة الاتصال بالتكيف مع الجمهور المستهدف ، وتم تكيف ابتكار الاتصال ، حسب المواقف والظروف من خلال وسائل الإعلام عبر الإنترنت. في الختام إلى استراتيجية من أربع خطوات BNN تشير العلاقات العامة لمدينة سورابايا لإضفاء الطابع الاجتماعي على مخاطر المخدرات أثناء الوباء واستخدام وسائل الإعلام الجديدة للتواصل الاجتماعي عبر الإنترنت مع الجمهور

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة ، استراتيجية العلاقات العامة ، التنشئة الاجتماعية ، جائحة كوفيد 19

**STRATEGI HUMAS BADAN NARKOTIKA NASIONAL
KOTA SURABAYA DALAM SOSIALISASI BAHAYA
NARKOBA DI MASA PANDEMI**

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah	7
C. Tujuan penelitian	8
D. Manfaat penelitian	8
E. Definisi konsep	9
F. Sistematika pembahasan	11
BAB II KAJIAN TEORETIK	14
A. Kerangka teoretik	14
1. Kajian pustaka	14
2. Teori sistem dan fungsi boundary spanning	22
3. Kerangka pikir penelitian	29
B. Strategi humas dalam perspektif Islam	32
C. Referensi penelitian terdahulu	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	44
C. Objek penelitian	45

D. Jenis dan Sumber Data	46
E. Tahap-tahap penelitian	47
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Teknik Validasi Data	50
H. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran umum subyek Penelitian	53
1. Sejarah instansi	53
2. Visi, Misi, dan Kontak Instansi	54
3. Struktur Instansi	55
4. Profil Informan	56
B. Strategi Humas BNNK Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba Di Masa Pandemi	56
1. Cara Humas BNNK Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi	56
2. Media yang digunakan oleh humas BNNK Surabaya untuk mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Temuan Penelitian	71
a. Sosialisasi dilakukan secara bertahap dan diawali dengan pencarian fakta lapangan untuk mendefinisikan masalah yang sesuai dengan situasi dan kondisi	72
b. Metode komunikasi disesuaikan dengan target khalayak	74
c. Inovasi komunikasi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi melalui media daring	75
2. Konfirmasi Temuan Dengan Teori	76
3. Konfirmasi Temuan Dengan Perspektif Islam	80
BAB V. PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
C. Keterbatasan Penelitian	86

DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	93
BIOGRAFI PENELITI	94



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Model strategi humas dari Cutlip dan Center	29
Tabel 4.1. Kasus Narkoba di Kota Surabaya	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo BNN Kota Surabaya	53
Gambar 4.2. Grafik Kasus narkoba di Kota Surabaya	58
Gambar 4.3. Sosialisasi bahaya narkoba di Simomulyo Baru	60
Gambar 4.4. Humas dan tim BNNK Surabaya melakukan rapat koordinasi dengan LSM.....	62
Gambar 4.5. Proses berlangsungnya sosialisasi dengan adik-adik dari SMP dan SMA Surabaya	66
Gambar 4.6. Sesi foto saat senam berakhir	67
Gambar 4.7. Contoh konten dari humas BNN Kota Surabaya	71
Gambar 4.8. Tampilan Youtube milik BNN Kota Surabaya .	71



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka pikir penelitian.....	31
Bagan 4.1. Struktur Organisasi BNNK Surabaya	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Public relation atau yang biasa disebut dengan humas merupakan bagian penting bagi sebuah organisasi yang mana humas merupakan manajemen dari semua hubungan yang penting bagi sebuah organisasi. Tugas utamanya adalah mengatur semua kegiatan komunikasi dalam organisasi maupun dengan audiens luar. Humas juga memberi informasi mengenai kinerja organisasi pada semua audiens yang terkait. Hal ini dikarenakan humas bertanggung jawab untuk menjaga pengembangan reputasi yang pantas berdasarkan kinerjanya. Humas harus selalu melakukan hubungan yang etis dengan semua kelompok *stakeholders*.¹

Edwin Emery menyebutkan bahwa fungsi dari humas adalah sebagai “upaya yang terencana dan terorganisir dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya.”²

Humas memiliki fungsi timbal balik, baik ke luar maupun ke dalam. Untuk timbal balik ke luar maka seorang humas harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasinya. Sedangkan untuk timbal balik ke

¹ Sandra Oliver, *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto, (Surabaya : Penerbit Erlangga, 2007), h. 4-5.

² Edwin Emery. *Introduction to Mass Communication*, edisi kesembilan (New York : Harper-Row Publishers, 1988) h. 382.

dalam, seorang humas harus dapat memahami serta mengidentifikasi hal-hal yang terjadi dalam perusahaan.

Untuk fungsi pokok dari humas adalah mengatur lalu lintas informasi serta penjelasan seluas mungkin mengenai kebijakan, program, serta tindakan-tindakan yang dilakukan oleh lembaganya agar dapat dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance*.

Scott M. Cutlip dan Allen H. Center menyatakan bahwa humas memiliki fungsi sebagai berikut : (1) mempengaruhi pendapat, (2) penyajian yang dapat diterima, (3) dengan komunikasi dua arah.

Maksudnya adalah, untuk mencapai hubungan yang efektif antara semua publik dalam suatu instansi, maka hubungan itu pertama-tama harus dapat diterima semua pihak dan dilaksanakan secara timbal balik, yaitu ke dalam dan ke luar, serta ke atas dan ke bawah.³

Berdasarkan pendapat Lattimore, dkk., *public relation* memiliki dua peran yaitu peran teknis dan peran manajerial. Untuk peran teknis merupakan peran yang menyangkut pekerjaan teknis seperti *Press Release*, membuat konten, fotografi, menulis, membuat audiovisual, dan menggelar *event*. Dan peran manajerial merupakan peran yang berkaitan dengan aktivitas yang membantu manajemen dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang mana dalam prosesnya, humas bertindak sebagai : (a) Seorang mediator dan fasilitator yang memberikan media sarana komunikasi dua arah yang dapat

³ Nikmah Hadiati. *Public relations: Perspektif Teoritis dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*. (Pasuruan : Lunar Media, 2010), h.14-16.

menciptakan hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya (*communication facilitator*), (b) seorang ahli yang mampu mendefinisikan masalah, mengusulkan berbagai alternatif pemecahan masalah, dan melaksanakan upaya pemecahan masalahnya (*expert prescriber*), (c) seorang yang mampu menjadi mitra, partner/teman, bagi manajemen dalam upaya mengatasi berbagai persoalan yang menimpa organisasi (*Problem Solving Facilitator*).⁴

Persyaratan fundamental dalam humas adalah mengembangkan suatu pesan korporasi yang konsisten dan yang secara tepat merefleksikan organisasi sesuai dengan cara yang diinginkan oleh organisasi, bahkan pada saat terjadinya sebuah krisis atau peristiwa darurat. Dan pada saat yang sama, pesan yang disampaikan harus mampu diadaptasi secara kreatif sesuai target audiens agar dapat dipahami dengan mudah oleh audiens.

Dalam proses pencapaian tujuannya, seorang humas harus mampu membuat rancangan komunikasi yang terintegrasi dengan cara membangun strategi yang tepat sesuai audiens yang menjadi target. Nicholas Ind mengatakan bahwa “strategi komunikasi harus selalu berawal dari perlunya untuk secara spesifik dan ideal mengkomunikasikan tujuan yang mana tujuan tersebut diperoleh melalui analisis.”⁵

Strategi menurut J.L. Thompson adalah cara untuk mendapatkan hasil akhir yang menyangkut tujuan dan target

⁴ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), h.83.

⁵ Nicholas Ind. *The Corporate Brand*. (London : Macmillan Business Press Ltd, 1997)

organisasi.⁶ Sedangkan Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu sebuah rencana, yang merupakan arah tindakan yang diinginkan secara sadar dan dibuat secara terarah atau terstruktur; Sebuah cara, yang merupakan suatu manuver spesifik untuk mengecoh kompetitor; sebuah pola, yang merupakan rangkaian tindakan yang dilakukan; sebuah posisi, yang merupakan suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan; dan sebuah perspektif, yang merupakan suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.⁷

Strategi humas harus dapat memberikan cara-cara yang dapat menyesuaikan semua aktivitasnya dengan cara mendasarkan program-program humas pada analisis audiens atau *stakeholders*. Karena bekerja dekat dengan audiens akan lebih memotivasi organisasi untuk dapat memikirkan mekanisme komunikasinya secara tepat.⁸

Dalam proses analisis audiens, praktisi humas akan melakukan proses proaktif yang biasa disebut dengan *scanning* lingkungan guna untuk mengetahui tekanan apa yang sedang terjadi baik dalam internal maupun eksternal, mendiagnosis permasalahan yang menghadang perusahaan atau lembaga, menunjukkan tren dan perkembangan di masa mendatang, serta mengajukan penentuan tindakan di masa mendatang, dan dalam kasus manajemen krisis, menentukan tindakan pemulihan. Dan jika sudah melakukan analisis audiens maka seorang praktisi humas akan dapat menentukan model strategi apa yang dapat sesuai dengan audiens.⁹

⁶ J.L. Thompson. *Strategy in Action*. (London : Chapman and Hall, 1995)

⁷ Sandra Oliver, *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto..., h. 2

⁸ Sandra Oliver, *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto... h. 6

⁹ Sandra Oliver, *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto..., h. 23

Selama dua tahun terakhir, dunia telah dilanda wabah pandemi Covid 19. Awal mula wabah ini datang dari Kota Wuhan, yang kemudian menyebar begitu cepat sampai ke pelosok dunia tak terkecuali Indonesia. Covid 19 adalah virus yang dapat menyerang hewan dan manusia yang mana jika manusia terpapar virus ini maka gejala yang timbul akan serupa dengan SARS dan MERS.¹⁰

Proses penularan dari virus ini terbilang cepat dan masif hingga perlu diberlakukan aturan *lockdown* atau karantina wilayah. Karantina wilayah ini diberlakukan dengan tujuan untuk mengantisipasi dan atau mengurangi penyebaran dari Covid 19.¹¹ Adanya pemberlakuan karantina ini tentu berdampak bagi semua sektor kehidupan termasuk kegiatan dari praktik humas.

Humas yang sebagian besar kegiatannya adalah bertemu orang secara tatap muka. Membuat seorang praktisi humas harus bekerja ekstra untuk dapat memutar otak agar tetap dapat menjalankan tugasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat maupun *stakeholders* walau dalam kondisi berjauhan atau tidak berada pada tempat yang sama.

Tak terkecuali seperti yang dilakukan oleh humas dari Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya dalam menyampaikan informasi bahaya narkoba kepada masyarakat maupun *stakeholder*-nya. Humas Badan Narkotika Nasional Kota perlu melakukan beberapa upaya untuk dapat tetap

¹⁰Idah Wahidah dkk, “Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan”, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, vol. 11, no. 3, 2020, h.180.

¹¹Idah Wahidah dkk, “Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai...., h. 181

menjangkau masyarakat dalam perannya untuk mensosialisasikan program Badan Narkotika Nasional Kota kepada masyarakat terkait bahaya narkoba.

Angka kasus narkoba di Indonesia tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari data yang dihasilkan oleh survei LIPI bersama BNN RI yang dilakukan bulan Juni lalu, mendapatkan angka sebesar 3.419.188 kasus narkoba yang tersebar di 34 Provinsi Indonesia.¹² Dan berdasarkan data terbaru yang didapatkan oleh tim jurnalis Kompas.com terdapat data sebesar 24.878 orang tertangkap dari 19.229 kasus narkoba yang berhasil diungkap Polri sepanjang Januari hingga Juni 2021. Dalam enam bulan tersebut terdapat barang bukti berupa ganja 2,14 ton, sabu 6,64 ton, heroin 73,4 gram, kokain 106,84 gram, tembakau gorilla 34 ton, dan ekstasi 239.277 butir.¹³ Tingginya angka tersebut cukup membuktikan bahwa Indonesia menjadi lalu lintas peredaran narkoba sehingga dapat dengan mudah untuk mendapatkan barang tersebut. Jokowi mengatakan bahwa Indonesia sudah semakin darurat gawat narkoba. Hal ini disampaikan oleh Jokowi pada saat melakukan sambutan dalam Pembukaan Rakornas Pemberantasan narkoba di Gedung Bidakara, Jakarta.¹⁴

¹² Ronie. "Fajar Indonesia Network." *fin.co.id*. Juni 28, 2021. <https://fin.co.id/2021/06/28/pengguna-narkoba-di-indonesia- capai-34-juta-orang/> (accessed Oktober 16, 2021).

¹³ Bustomi, Muhammad Isa. *Kompas.com*. Juni 14, 2021. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/06/14/16303771/24878> - orang-ditangkap-terkait-kasus-narkoba-di-indonesia-sejak-januari (accessed October 16, 2021).

¹⁴ Akuntono, Indra. "Presiden Jokowi: Indonesia Gawat Darurat Narkoba." *Kompas.com*. February 4, 2015. <https://amp.kompas.com/nasional/read/2015/02/04/10331931/presiden-jokowi-indonesia-gawat-darurat-narkoba> (accessed October 16, 2021).

Kota Surabaya adalah kota metropolitan terbesar kedua setelah DKI Jakarta dan berdasarkan data yang dimiliki Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya, Kota Surabaya tergolong ke dalam zona merah darurat narkoba dengan total kasus 1.452 pasien yang menjalani rehabilitasi di Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya terhitung dari tahun 2017 sampai dengan September 2021.

Peran humas dalam program ini adalah melakukan sosialisasi terhadap masyarakat terkait bahaya dari narkoba. Pada umumnya, sosialisasi dilakukan dengan cara komunikasi satu arah dengan pemilik informasi sebagai sumber informasi dengan dikumpulkannya massa dalam satu tempat.

Namun adanya situasi pandemi maka kegiatan berkumpul yang melibatkan massa harus dihindari. Hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah dalam mencegah penyebaran dari virus Covid 19 yakni dengan peraturan menjaga jarak dan mengurangi mobilitas di luar rumah. Hal ini menyebabkan humas perlu membuat strategi baru dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang bahaya narkoba. Karena edukasi ini harus selalu dilakukan agar masyarakat tidak terjebak oleh rayuan narkoba.

Sehingga humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya perlu membuat strategi atau menyusun rencana agar dapat melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait bahaya narkoba agar masyarakat dapat terhindar dari bahaya narkoba dan mampu menciptakan generasi bangsa yang bersih dan sehat dari narkoba.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi?
2. Apa media yang digunakan oleh Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya untuk mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Menjelaskan cara Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi.
2. Menjelaskan media yang digunakan oleh Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya untuk mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis :

Peneliti berharap agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya :

- a. Bagi Mahasiswa : Diharapkan bisa menjadi sumber informasi mengenai strategi humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya pada masa pandemi khususnya oleh para calon praktisi

humas dari program studi ilmu komunikasi UINSA.

- b. Bagi Institusi : semoga dapat dijadikan sumber referensi dan materi evaluasi bagi institusi untuk dapat meningkatkan performa humas agar bisa menjalin hubungan baik dengan masyarakat walau dalam kondisi pandemi Covid 19.
- c. Bagi peneliti : diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan baru tentang strategi komunikasi humas.

2. Manfaat teoritis :

Selain manfaat praktis, penelitian ini juga bermanfaat secara teoritis yakni untuk digunakan sebagai sumber landasan atau acuan pada penelitian sejenis. Serta teori-teori yang didapatkan oleh penulis dapat terimplementasi dengan baik sehingga dapat juga dapat meningkatkan wawasan penulis.

E. Definisi Konsep

1. Strategi Humas

Strategi humas menurut J.L. Thompson adalah cara humas untuk mendapatkan hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.¹⁵ Berdasarkan pendapat Ahmad S. Adnanputra, strategi humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk mencapai tujuan dalam rangka rencana humas.¹⁶

¹⁵ J.L. Thompson. *Strategy in Action*. (London : Chapman and Hall, 1995)

¹⁶ Oemi Abdurachman. *Dasar-Dasar Public relations*. (Jakarta : Citra Aditya, 2001) h. 10

Dalam penelitian ini strategi humas adalah cara terbaik yang dilakukan humas dalam suatu instansi atau organisasi untuk mencapai tujuannya. Cara tersebut diperoleh dari beberapa langkah yakni pencarian fakta lapangan, membuat rencana, langkah aksi yang berupa praktik komunikasi, dan evaluasi.

2. Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya

Badan Narkotika Nasional merupakan sebuah Lembaga pemerintah non Kementerian Indonesia yang berperan dalam pencegahan, pemberantasan, penyalahgunaan dan peredaran gelap NAPZA. NAPZA merupakan kependekan dari Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif. Dasar hukum Badan Narkotika Nasional adalah Undang-Undang No.35 tahun 2009 tentang Narkotika.¹⁷

Sedangkan Badan Narkotika Nasional Kota merupakan instansi vertikal dari Badan Narkotika Nasional yang melaksanakan tugas, fungsi, dan wewenang BNN dalam wilayah Kabupaten/Kota.

Dalam penelitian ini yang dimaksud Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya adalah lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian yang merupakan lembaga pemerintahan yang melaksanakan fungsi, tugas, dan wewenang

¹⁷ Teoli Bemawati. "Peran Badan Narkotika Nasional Dalam Upaya Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkotika Di Kota Gunungsitoli." 2018.

terkait pencegahan dan pemberantasan narkoba dalam wilayah Kota Surabaya.

3. Sosialisasi

Menurut Soejono Dirjosiswono, sosialisasi adalah proses akomodasi dimana seorang individu dapat menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.¹⁸ Sedangkan menurut Charlotte Buhler, sosialisasi merupakan proses yang dapat membantu anggota masyarakat agar bisa belajar dan menyesuaikan diri terhadap bagaimana cara hidup dan berpikir sehingga ia dapat berperan dalam suatu kelompok.¹⁹

Jadi dalam penelitian ini yang dimaksud dalam sosialisasi bahaya narkoba adalah sebuah proses untuk memberi pelajaran kepada masyarakat terkait bahaya narkoba agar masyarakat dapat belajar dan berpikir untuk tidak mendekati narkoba.

4. Masa Pandemi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pandemi adalah wabah yang menjangkit serempak dimana-mana yang mencakup daerah geografi yang luas. Dalam kurun waktu dua tahun, Dunia termasuk

¹⁸ Anwar A Nurkidam. Paradigma Sosidlisasi Dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Jurnal Al-Maiyyah*, Vol. 11 No. 1, 2018.

¹⁹ Charlotte Buhler, 1978. *Practische Kinder Psychologie*. (Boston : Houghton Mifflin, Co.) H.55

Indonesia telah terjangkit wabah pandemi virus Covid 19 yang bermula dari Wuhan, China. Covid 19 atau *Coronavirus Disease 19* adalah virus yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Jika pada manusia, akan menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan seperti flu hingga MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*).²⁰

Dalam penelitian ini, masa pandemi adalah masa saat terjadi suatu wabah penyakit dalam jangkauan wilayah yang luas. Wabah ini menyerang manusia yang mengakibatkan terganggunya berbagai aktivitas lapangan dikarenakan adanya karantina.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat lima bab yang masing-masing terdapat sub bab. Lima bab tersebut peneliti mengklasifikasinya sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, definisi konsep, dan sistematika pembahasan

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang konsep-konsep penelitian yang dijelaskan secara rinci dan teori yang sesuai dengan

²⁰ Nurul Hidayah dkk. "Gambaran Pengetahuan Masyarakat Tentang Pencegahan Covid-19 Di Kecamatan Padangsidimpunan Batunadua, Kota Padangsidimpunan." *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia Vol.6 No.1*, 2021.

tema skripsi serta referensi penelitian terdahulu. Dalam bab ini juga berisi perspektif Islam.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini memuat secara rinci metode penelitian yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, rekomendasi yang merupakan saran-saran dan keterbatasan penelitian.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Kajian Pustaka

a. Humas

Definisi *public relations* menurut James Grunig berdasarkan teori ini adalah manajemen dari komunikasi antara organisasi dengan publik.²¹ *Public relation* atau yang biasa disebut dengan humas merupakan bagian penting bagi sebuah organisasi yang merupakan manajemen dari semua hubungan yang penting bagi sebuah organisasi. Tugas utamanya adalah mengatur semua kegiatan komunikasi dalam organisasi maupun dengan audiens luar. *Public relations* juga memberi informasi mengenai kinerja organisasi kepada semua audiens yang relevan karena PR bertanggung jawab untuk menjaga pengembangan reputasi yang pantas berdasarkan kinerjanya. *Public relations* harus selalu melakukan hubungan yang etis dengan semua kelompok *stakeholders*.²²

Edwin Emery menyebutkan bahwa fungsi dari *public relations* adalah sebagai “upaya yang terencana dan terorganisir dari

²¹ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), h.81

²² Sandra Oliver, *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto, (Surabaya : Penerbit Erlangga, 2007), h.4-5.

sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan- hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya.”²³

Untuk fungsi pokok dari *public relations* adalah mengatur lalu lintas informasi serta penjelasan seluas mungkin mengenai kebijakan, program, serta tindakan-tindakan yang dilakukan oleh lembaganya agar dapat dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance*.

Scott M. Cutlip dan Allen H. Center menyatakan bahwa fungsi *public relations* terdapat 3 unsur, yakni :

- 1) Mempengaruhi pendapat
- 2) Penyajian yang dapat diterima
- 3) Dengan komunikasi dua arah

Menurut Rosady Ruslan, tujuan dari humas adalah sebagai berikut.²⁴

- 1) Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk *public eksternal* atau masyarakat dan konsumen;
- 2) Mendorong tercapainya saling pengertian antara *public* sasaran dengan perusahaan;

²³ Edwin Emery. *Introduction to Mass Communication*, edisi IX (New York : Harper-Row Publishers, 1988), h.382.

²⁴ Nurjaman dan Umam. *Komunikasi dan Public relations : Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat, dan Praktisi Bisnis*. (Bandung : CV Pustaka Setia, 2012) h. 113

- 3) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan humas;
- 4) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek;
- 5) Mendukung bauran pemasaran.

Bertrand R. Canfield mengemukakan tiga fungsi dari humas yakni :²⁵

- 1) Mengabdikan kepada kepentingan umum
- 2) Memelihara komunikasi yang baik
- 3) Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik

Berdasarkan pendapat Lattimore, dkk., *Public relations* memiliki dua peran, yakni :²⁶

- 1) Peran teknis, yaitu peran yang menyangkut pekerjaan teknis seperti *Press Release*, membuat konten, fotografi, menulis, membuat audiovisual, dan menggelar *event*.
- 2) Peran kedua, yaitu peran manajerial yang berkaitan dengan aktivitas yang membantu manajemen dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang mana dalam prosesnya, *public relations* bertindak sebagai :

²⁵ Effendy. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktik)*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009) h.137-138

²⁶ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* . (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), h.83.

- a) Seorang mediator dan fasilitator yang memberikan media sarana komunikasi dua arah yang dapat menciptakan hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya (*communication facilitator*)
- b) Seorang ahli yang mampu mendefinisikan masalah, mengusulkan berbagai alternatif pemecahan masalah, dan melaksanakan upaya pemecahan masalahnya (*expert prescriber*)
- c) Seorang yang mampu menjadi mitra, partner/teman, bagi manajemen dalam upaya mengatasi berbagai persoalan yang menimpa organisasi (*Problem Solving Facilitator*)

b. Strategi Humas

Strategi humas menurut J.L. Thompson adalah cara humas untuk mencapai sebuah hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.²⁷ Dan berdasarkan pendapat Ahmad S. Adnanputra, strategi humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk mencapai tujuan dalam rangka rencana humas.²⁸ Sehingga, strategi humas adalah cara yang dilakukan oleh humas dalam mencapai tujuannya.

²⁷ J.L. Thompson. *Strategy in Action*. (London : Chapman and Hall, 1995)

²⁸ Oemi Abdurachman. *Dasar-Dasar Public relations*. (Jakarta : Citra Aditya, 2001) h. 10

Fungsi dari adanya strategi dari humas adalah sebagai berikut :²⁹

- 1) Pendekatan koordinatif, untuk memperluas peranan humas di publik.
- 2) Pendekatan kerja sama, untuk menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan *stakeholders*.
- 3) Pendekatan tanggung jawab sosial, untuk menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai.
- 4) Pendekatan persuasif dan edukatif, untuk memberikan informasi mendidik serta *persuasive* untuk publik.
- 5) Strategi operasional yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku.

Dalam merencanakan strategi humas, seorang praktisi humas biasanya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi peran dan misi
- 2) Menentukan sifat dan cakupan kerja yang akan dilakukan
- 3) Menentukan daerah hasil utama
- 4) Menentukan dimana tempat menginvestasikan waktu, energi dan bakat.
- 5) Memilih dan menentukan sasaran

²⁹ Oemi Abdurachman. *Dasar-Dasar Public relations*...., h. 133-134

- 6) Menentukan hasil yang akan dicapai
- 7) Menyiapkan rencana aksi
- 8) Menentukan bagaimana mencapai sasaran spesifik.

Sebagai dasar perencanaan dan program kerja manajemen strategi humas secara garis besar memenuhi factor-faktor sebagai berikut :³⁰

- 1) Melakukan atau merencanakan SWOT, untuk memprediksi sejauh mana sumber-sumber kekuatan dan posisi kelemahan internal.
- 2) Mengevaluasi perencanaan, pengorganisasian, koordinasi pelaksanaan, pengkomunikasian dan pencapaian tujuan.
- 3) Melaksanakan manajemen dan aktivitas humas berdasarkan pengumpulan fakta, perencanaan, komunikasi, dan pengevaluasiannya.

Berdasarkan pendapat Cutlip Center Broom, perencanaan strategi humas adalah sebagai berikut :³¹

- 1) Membentuk keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- 2) Melaksanakan identifikasi khalayak penentu

³⁰ Ruslan Rosady. *Manajemen Public relation dan Media Komunikasi*. (Jakarta : Rajawali Press, 2008) h. 191

³¹ Scott M. Cutlip, dkk. *Effective Public relations Edisi Kesembilan*. (Jakarta : Prenada Media Group, 2011)

- 3) Memutuskan kebijakan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- 4) Menetapkan strategi yang digunakan.

c. Sosialisasi

Menurut Soejono Dirjosiswono, sosialisasi adalah proses akomodasi dimana seorang individu dapat menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.³² Sedangkan menurut Charlotte Buhler, sosialisasi merupakan proses yang dapat membantu anggota masyarakat agar bisa belajar dan menyesuaikan diri terhadap bagaimana cara hidup dan berpikir sehingga ia dapat berperan dalam suatu kelompok.³³

Bagi seorang individu sosialisasi memiliki manfaat sebagai pedoman untuk mempelajari sesuatu agar dapat mengetahui nilai, norma, dan struktur sosial yang digunakannya untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Sedangkan untuk masyarakat, sosialisasi bermanfaat untuk alat pelestarian, penyebaran, maupun pewarisan dari sebuah nilai,

³² Anwar A Nurkidam. Paradigma Sosidlisasi Dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Jurnal Al-Maiyyah*, Vol. 11 No. 1, 2018.

³³ Charlotte Buhler, 1978. *Practische Kinder Psychologie*. (Boston : Houghton Mifflin, Co.) H.55

norma, dan kepercayaan sosial sehingga dapat menyesuaikan diri dalam bertindak.³⁴

Dalam melaksanakan sosialisasi akan terjadi proses komunikasi antara audiens dengan pemateri. Proses komunikasi ini akan membentuk sebuah aksi dan reaksi yang membentuk lingkaran percakapan dengan tujuan mempengaruhi sikap atau tingkah laku dari si penerima materi.³⁵

d. Masa Pandemi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pandemi adalah wabah yang menjangkit serempak dimana-mana yang mencakup daerah geografi yang luas. Dalam kurun waktu dua tahun terakhir, Dunia termasuk Indonesia telah terjangkit wabah pandemi virus Covid 19. Covid 19 merupakan virus yang dapat menyerang hewan dan manusia yang bilamana manusia terpapar virus ini maka gejala yang timbul akan serupa dengan SARS dan MERS.³⁶

Covid 19 termasuk dalam *genus betacoronavirus* yang penyebarannya melalui

³⁴ Putri Kusumaningtyas. *Sosialisasi Kegiatan Taman Baca Masyarakat Pondok Sinau Lentera Anak Nusantara (Lensa) Sebagai Gerakan Literasi*. Skripsi. (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2019) h.7

³⁵ Putri Kusumaningtyas. *Sosialisasi Kegiatan Taman Baca Masyarakat Pondok Sinau Lentera Anak Nusantara (Lensa) h.10*

³⁶ Idah Wahidah dkk, "Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan", *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, vol. 11, no. 3, 2020, h.180.

droplet yang keluar saat batuk atau bersin. Sehingga memakai masker adalah cara yang cukup efektif untuk mengurangi penyebaran dari virus ini.³⁷

2. Teori Sistem dan Fungsi *Boundary Spanning*

a. Teori Sistem

Penelitian ini menggunakan teori *public relations* sistem dan fungsi *boundary spanning*. Teori ini berkembang dari tahun 1970-an yang kemudian diadaptasi oleh Greenwood untuk digunakan sebagai pelajaran *speech communication* yang dapat menentukan efektivitas komunikasi organisasi untuk mengkaji komunikasi organisasi. Teori ini tidak hanya fokus kepada pesan yang ingin disampaikan secara strategis kepada lingkungan melainkan juga membahas pentingnya *public relations* untuk membangun dan menjaga relasi serta beradaptasi dengan lingkungannya untuk dapat bertahan.³⁸

Organisasi merupakan sebuah sistem yang mana didalamnya terdapat interaksi antar bagian yang saling mempengaruhi untuk tercapainya tujuan dari organisasi tersebut. Dalam menjalin interaksi dalam organisasi,

³⁷ Adityo Susilo, dkk. "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini." *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* vol. 7 no. 1, 2020, h. 46-48

³⁸ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.77-78

komunikasi merupakan komponen penting yang dapat membangun adanya kerja sama dalam tim. Adanya kerja sama yang baik dapat memunculkan pengoordinasian aktivitas dengan sistematis guna untuk memudahkan tim dalam mencapai tujuannya.³⁹

Sebagai sistem, organisasi memiliki karakteristik sistem sosial sebagai berikut.⁴⁰

- 1) Adanya rasa ketergantungan dalam tim, yang mana organisasi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan satu sama lain.
- 2) Hierarki, yaitu sebuah sistem yang terdiri dari beberapa bagian dan organisasi terdiri dari berbagai bagian subsistem yang terkoordinasi.
- 3) Memiliki peraturan sendiri dan kontrol, untuk mengatur perilaku organisasi dalam proses mencapai tujuan. Aturan ini dapat berupa SOP (*Standard Operational Procedures*) yang diberlakukan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing subsistem.
- 4) Pertukaran dengan lingkungan, interaksi yang terjadi dalam organisasi dapat dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungan. Seperti *public relations* yang membutuhkan informasi publik untuk

³⁹ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.79

⁴⁰ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.79-81

menentukan strategi komunikasi dan publik yang membutuhkan informasi dari *public relations* terkait organisasi.

- 5) Keseimbangan, organisasi yang memiliki keseimbangan maka sistem akan berfungsi dengan baik dan dapat dengan mudah dan teratur dalam proses mencapai tujuan.
- 6) Perubahan dan kemampuan adaptasi, yang mana dua hal ini dapat mempengaruhi keseimbangan dari suatu organisasi. Dimana agar dapat tercapai keseimbangan, sebuah organisasi harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang ada.
- 7) Memiliki tujuan yang sama, yang mana dapat mengarahkan perilaku anggota sistem yang dirumuskan dalam visi misi organisasi.

Definisi *public relations* menurut James Grunig berdasarkan teori ini adalah manajemen dari komunikasi antara organisasi dengan publik. Definisi tersebut berawal dari asumsi teori sistem yang menyebutkan bahwa organisasi merupakan sebuah sistem yang memiliki keterkaitan dengan sistem yang lain di luar dirinya.⁴¹

Dalam prosesnya, *public relations* harus mendorong organisasi untuk dapat terbuka

⁴¹ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.81

membuka komunikasi dua arah dan mementingkan pemahaman bersama serta mau untuk mengubah sikap dan perilaku dalam proses adaptasi dengan lingkungan.⁴²

Teori sistem berasumsi bahwa komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* saling terkait dan saling berpengaruh dalam suatu sistem. Komunikasi ini mengintegrasikan semua elemen sistem yang berupa koordinasi yang dapat membangun hubungan kerja sama yang menjaga kestabilan sistem dalam organisasi tersebut.⁴³

Berdasarkan pendapat Lattimore, dkk., *Public relations* memiliki dua peran, yakni :⁴⁴

- 1) Peran teknis, yaitu peran yang menyangkut pekerjaan teknis seperti *Press Release*, membuat konten, fotografi, menulis, membuat audiovisual, dan menggelar *event*.
- 2) Peran kedua, yaitu peran manajerial yang berkaitan dengan aktivitas yang membantu manajemen dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang dalam prosesnya, *public relations* bertindak sebagai :

⁴² Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.82

⁴³ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.83

⁴⁴ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.83-84

- a) Seorang mediator dan fasilitator yang memberikan media sarana komunikasi dua arah yang dapat menciptakan hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya (*communication facilitator*)
- b) Seorang ahli yang mampu mendefinisikan masalah, mengusulkan berbagai alternatif pemecahan masalah, dan melaksanakan upaya pemecahan masalahnya (*expert prescriber*)
- c) Seorang yang mampu menjadi mitra, partner/teman, bagi manajemen dalam upaya mengatasi berbagai persoalan yang menimpa organisasi (*Problem Solving Facilitator*)

Dalam teori sistem ini aktivitas dari *public relations* melekat pada semua elemen sistem yang membuat aktivitas dari *public relations* dapat dikategorikan menjadi dua perspektif yakni :⁴⁵

- 1) *Public relations* sebagai metode komunikasi yang mana semua kegiatan dari *public relations* dilakukan murni oleh divisi *public relations* yang dipimpin oleh manajer *public relations*.
- 2) *Public relations* sebagai teknik komunikasi yang membuat semua perilaku dari anggota

⁴⁵ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.84

organisasi berpotensi mempengaruhi citra organisasi di mata publik.

b. Fungsi *Boundary Spanning*

Public relations memiliki fungsi sebagai penghubung antara organisasi dengan publik, fungsi tersebut dikenal sebagai fungsi *boundary spanning*. Dalam fungsi tersebut *public relations* berinteraksi dengan lingkungannya untuk melakukan scanning lingkungan untuk mengumpulkan informasi.⁴⁶

Menurut White dan Dozier, *public relations* dapat berpartisipasi dalam mengambil keputusan yang berperan sebagai penyedia, pemroses, dan menginterpretasi informasi. Aktivitas *public relations* dari fungsi *boundary spanning* adalah sebagai berikut:⁴⁷

- 1) Menjelaskan informasi mengenai organisasi kepada publik. Informasi tersebut berupa kebijakan dan program dari organisasi.
- 2) Memonitor lingkungan sehingga dapat mengetahui isu-isu yang berpotensi mempengaruhi aktivitas organisasi.

⁴⁶ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.86

⁴⁷ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal*.....h.86-88

- 3) Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publik sehingga organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungan.

Cutlip dan Center berpendapat bahwa proses *public relations* dalam pendekatan *boundary spanner* terdiri dari beberapa langkah, yakni :⁴⁸

- 1) *Fact finding* yakni mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum dilakukannya tindakan yang mana pencarian fakta tersebut dapat berupa apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat, bagaimana situasi dan keadaan publik, serta siapa saja yang termasuk publik.
- 2) *Planning* yakni berlandaskan dari fakta yang ditemukan, *public relations* mulai membuat rencana agar tahu apa saja yang harus dilakukan.
- 3) *Communicating*, berdasarkan rencana yang sudah dibuat dengan matang berdasarkan fakta-fakta langkah selanjutnya adalah mengkomunikasikannya kepada publik.
- 4) *Evaluation*, yakni melakukan evaluasi tentang kegiatan yang telah dilaksanakan dan mencari tahu apakah tujuan organisasi sudah tercapai atau belum yang mana hasil evaluasi ini akan menjadi dasar kegiatan *public relations* selanjutnya.

⁴⁸ Rosady Ruslan. *Manajemen Public relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi Ed. Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada) h.310

PROSES PERENCANAAN STRATEGIS PR	
Proses Empat Langkah	Langkah Perencanaan Strategis Dan Outline Program
A. Mendefinisikan Masalah	1. Problem, perhatian, atau peluang apa yang sedang terjadi
	2. Analisis situasi (Internal dan Eksternal)
B. Perencanaan dan pemograman	3. Tujuan program
	4. Publik sasaran
C. Mengambil tindakan dan komunikasi	5. Sasaran apa yang harus dicapai
	6. Strategi aksi
D. Mengevaluasi program	7. Strategi komunikasi apa isi pesan yang harus disampaikan
	8. Rencana implementasi
	9. Rencana evaluasi
	10. Umpan balik dan penyesuaian program

Tabel 2.1 :
Model Strategi Humas dari Cutlip dan Center

2. Kerangka Pikir Penelitian

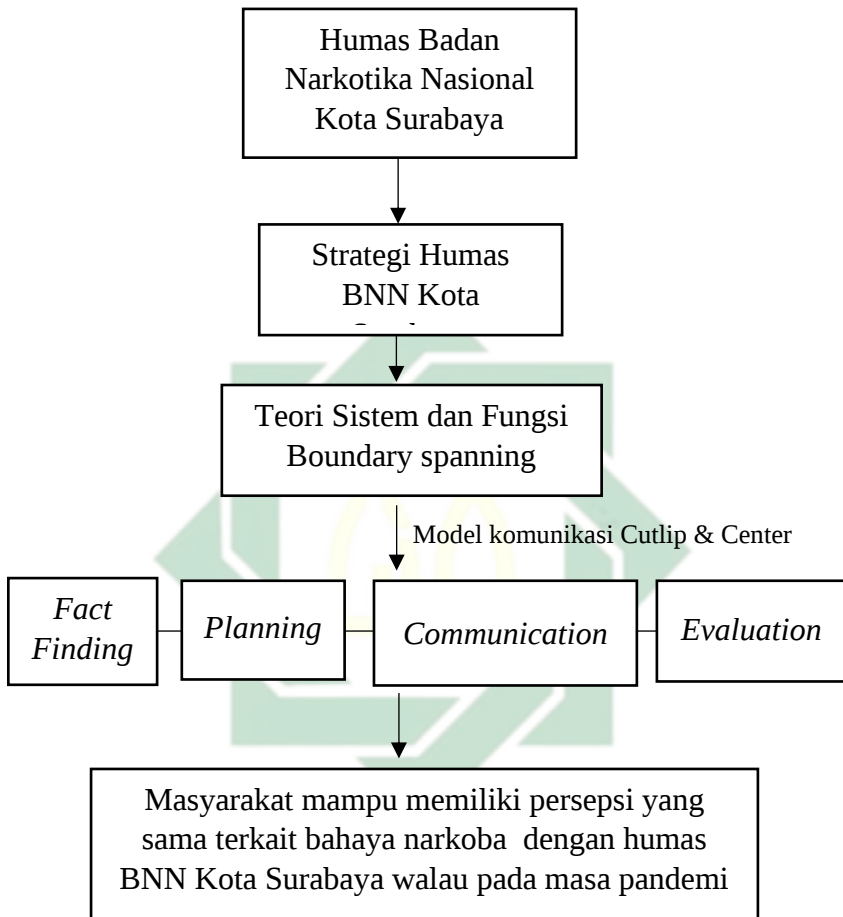
Kerangka dibawah ini merupakan gambaran dari proses penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dimana peneliti akan mengkaji strategi yang akan dilakukan oleh humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya dalam menyampaikan informasi terkait bahaya narkoba kepada masyarakat di masa pandemi yang mana informasi tersebut terkait dengan program pencegahan milik Badan Narkotika Nasional dalam program P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika). Kerangka pikir penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk bisa memberikan gambaran tentang teori yang digunakan sebagai landasan penelitian mengenai strategi humas.

Penelitian ini membahas tentang strategi humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya pada masa pandemi. Dimana ini berawal dari terjadinya krisis sebuah wabah pandemi yang melanda Indonesia dan menyebabkan berubahnya segala aktivitas lapangan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui langkah-langkah humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya dalam menghadapi situasi pandemi dalam melakukan tugasnya sosialisasi terkait bahaya narkoba kepada masyarakat Surabaya.

Peneliti menggunakan konsep Cutlip dan Center dalam teori *boundary spanning* untuk menentukan indikator strategi humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya di masa pandemi dalam menyampaikan informasi terkait bahaya narkoba.

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Bagan 2.1
Kerangka Pikir Penelitian

B. Strategi Humas Dalam Perspektif Islam

Menurut pandangan Islam, kegiatan *public relations* identik dengan kegiatan berdakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menyebarkan agama Islam. Sejarah *public relations* pada era Nabi Muhammad SAW berawal saat Nabi Muhammad SAW memberi perintah kepada Ja'far bin Abu Thalib untuk menyampaikan dakwah kepada Raja Najasyi di Habasyah dengan alasan Ja'far merupakan orang yang memiliki karakter yang baik. Karakter tersebut meliputi kemampuan Ja'far dalam ilmu perbandingan agama, menghafal Qur'an, memiliki nalar akademik yang sistematis, serta kemampuan retorika yang mampu mempersuasi lawan bicara.⁴⁹

Dalam pandangan Islam, *public relations* memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Membangun kerjasama dan menjaga hubungan baik, surat Al Maidah ayat 2 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا
الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَتَفَعُونَ فُضْلًا مِّنْ
رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ
قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى
الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

⁴⁹ Sulvina Jayanti. *Praktik Public relation Dalam Pandangan Islam*. Pare Pare : IAIN Parepare) h.139

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitul Haram; mereka mencari karunia dan keridhaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi(mu) dari Masjidil Haram, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.⁵⁰

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa fungsi dari *public relation* adalah membangun kerjasama serta membangun hubungan baik yang mana salah satu cara untuk membangun kerjasama dan hubungan baik adalah dengan tolong menolong dengan sesama dalam berbuat kebaikan.

2. Menyebarkan Informasi, surat Al-Maidah ayat 67 :

يَا أَيُّهَا الرِّسَالُونَ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ
فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي
الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

⁵⁰ Al Qur'an, Al-Maidah : 2

Artinya : “Wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika tidak engkau lakukan (apa yang diperintahkan itu) berarti engkau tidak menyampaikan amanat-Nya. Dan Allah memelihara engkau dari (gangguan) manusia. Sungguh, Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir.”⁵¹

Dalam QS. Al Ma'idah ayat 67 ini disebutkan bahwa fungsi *public relation* adalah menyebarkan informasi dari instansi atau organisasinya yang mana ayat ini menjelaskan bahwa Rasul diperintah Allah untuk menyampaikan apa-apa yang diperintahkan Allah kepadanya. Dengan perumpamaan Rasul sebagai *public relation* yang harus menyampaikan informasi dari Allah kepada umatnya.

3. Pemberi Peringatan, surat Al-Fath ayat 8 :

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

Artinya : “Sesungguhnya kami mengutus engkau (Muhammad) sebagai saksi, pembawa berita gembira dan pemberi peringatan.”⁵²

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa seorang *public relation* adalah pembawa berita baik dan pemberi peringatan untuk hal – hal buruk. Hal-hal buruk tersebut adalah keadaan tak terduga yang bisa

⁵¹ Al Qur'an, *Al-Maidah* : 67

⁵² AlQur'an, *Al-Fath* : 8

merusak citra organisasi atau perusahaan. Dan tugas *public relation* adalah menjaga nama baik perusahaan agar tetap terjaga di mata publik yang mana dalam ayat ini disebut sebagai pemberi peringatan.

4. Memberi nasihat kepada pimpinan demi kepentingan umum, surat Adz-Dzariyat ayat 55 :

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya : “Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang mukmin.”⁵³

Sama dengan fungsi dari *public relations* menurut perspektif Islam yang ketiga adalah memberi peringatan. Tetapi dalam fungsi yang keempat ini adalah tugas dari *public relations* juga memberikan nasihat kepada pimpinan untuk tetap menjaga citra perusahaan.

Dan berdasarkan tauladan dari Nabi Muhammad SAW, keberhasilan dari praktik publik relations dalam perspektif islam sangat ditentukan dari :⁵⁴

1. Kredibilitas komunikator nya, yakni seorang praktisi PR harus mampu membangun hubungan yang harmoni dengan audiensnya agar dapat menyampaikan informasinya dengan baik.

⁵³ Al Qur'an, Az-Zariyat : 55

⁵⁴ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal...*, hlm. 370-371

2. Moralitas yang mendasari tujuan *public relations*, yakni tujuan dari PR harus membawa kemaslahatan bersama atau bisa disebut sebagai rahmatan lil alamin berdasarkan Al Qur'an dan Hadis. *Public relations* merupakan penjaga etika dan moralitas organisasi dalam berbagai aktivitas meraih keuntungan.
3. Kemampuan manajemen koordinasi yakni seorang praktisi PR harus mampu melakukan koordinasi dengan semua stafnya, melakukan evaluasi pekerjaan hingga memahami potensi yang dimiliki oleh staf.

Komunikasi PR dalam perspektif Islam adalah proses penyampaian dan penerimaan umpan balik yang dilakukan berdasar pada Al Qur'an dan Hadis. Intinya, komunikasi yang efektif menurut Islam adalah menjaga keseimbangan antara aspek vertikal dan horizontal atau biasa dikenal dengan sebutan *hablum minallah* dan *hablum minannas*. Dengan wujud keseimbangan ini adalah adanya komunikasi yang informatif, edukatif, factual, dan berguna bagi ummat. Sehingga 6 prinsip komunikasi *public relations* dalam perspektif Islam yakni :⁵⁵

1. Qawlan Sadidan

Qaulan sadida adalah prinsip kejujuran, yakni jujur dalam menyampaikan informasi, factual, akurasi, objektif, dan tidak manipulatif. Praktisi PR memang dituntut untuk menyampaikan

⁵⁵ Rachmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal...*, hlm. 372-375

informasi sesuai dengan data empiris yang dapat dibuktikan kebenarannya. Prinsip ini berdasar pada Qur'an Surat An Nisaa ayat 9 :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

2. Qaulan Balighan

Prinsip ini memiliki arti lugas, tepat, fasih, dan jelas maknanya. Maksudnya, seorang PR harus menyampaikan informasi dengan kata-kata yang efektif, komunikatif, tepat sasaran, dan mudah dipahami. Sehingga tidak bertele-tele. Dasar dari prinsip ini adalah Quran surah An Nisa ayat 63 :

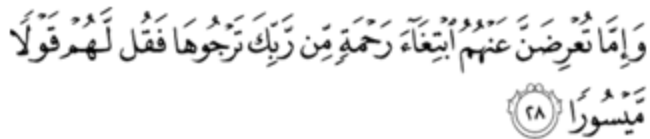
أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ
وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan

berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan berbekas pada jiwa mereka.”

3. Qaulan Maysuran

Prinsip ini bermakna sebagai ucapan yang mudah, yakni ucapan yang mudah dipahami oleh khalayak. Sehingga menjadi seorang PR harus memperhatikan bahasa dari kajian informasi yang akan disampaikan kepada khalayak agar pesan tepat sasaran dan mudah dipahami oleh khalayak. Prinsip ini berdasar pada Al Qur'an Surah Al Isra ayat 28 :



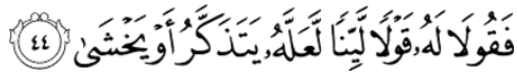
Artinya : “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”⁵¹

4. Qaulan Layyina

Qaulan layyinan memiliki makna bahwa komunikasi sebagai dasar dalam menyelesaikan masalah melalui dialog, yakni dengan mengedepankan persuasi-solusi dengan perkataan yang lemah lembut dan tidak menjatuhkan martabat orang lain dengan harapan dapat menyentuh hati

⁵⁶ Al Qur'an, *Al-Israa* : 28

orang yang mendengarnya. Prinsip ini berdasar pada Quran Surah Thaha ayat 44 :



Artinya : “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.”⁵⁷

5. Qaulan Kariman

Makna dari prinsip ini adalah menjalin relasi yang baik dan membangun tata krama. *Public relations* memiliki fungsi untuk menjaga komunikasi harmoni dua arah dengan publiknya. Prinsip ini sesuai dengan Al Qur'an surah Al Isra ayat 23 :

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عَنْكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya : “Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang diantara keduanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan

⁵⁷ Al Qur'an, *At-Thaha* : 44

janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.”⁵⁸

6. Qaulun Ma'rufan

Prinsip ini merupakan prinsip menyosialisasikan dan mengajak kepada kebaikan. Informasi yang disampaikan maupun disosialisasikan oleh *public relation* haruslah membawa pesan kebaikan dan memiliki makna positif demi kebaikan umum. Prinsip ini berdasar pada Al Quran Surah An Nisa ayat 5 :⁵⁹

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya : “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang bijak.”

C. Referensi penelitian terdahulu

Penelitian ini dilakukan berdasarkan acuan dan kesamaannya dengan penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu. Berikut merupakan penelitian yang memiliki hubungan dan dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian ini :

⁵⁸ Al Qur'an, *Al-Israa* : 23

⁵⁹ Al Qur'an, *An-Nisaa* : 5

Pertama, Penelitian Adhitya Artha Wardhana⁶⁰ menyatakan bahwa strategi komunikasi humas Pemkot Madiun dalam mensosialisasikan program kerja pemerintah melalui media sosial dengan menggunakan teori perencanaan strategi lima Langkah, yakni penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Dan hambatan yang ditemui berupa pengelolaan akun media sosial yaitu waktu, perbedaan pendapat wartawan Humas Pemkot dan narasumber berita, serta komentar negative dari netizen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, karena penulis menjabarkan data hasil wawancara dengan kata-kata tertulis. Hasil dari penelitian ini adalah Humas Pemkot Madiun selalu aktif dalam media sosial untuk dapat menyampaikan informasi kepada khalayak. Perbedaan dari penelitian ini adalah subyek penelitian yakni Humas Pemkot Madiun serta fokus dari penelitian.

Kedua, penelitian dari Kartika Ayu S, dkk.⁶¹ yang menyatakan bahwa tujuan dari penelitiannya adalah untuk menjelaskan strategi Humas Pemkot Surabaya dalam mensosialisasikan Suroboyo Bus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari penelitian ini menghasilkan hasil penelitian berupa

⁶⁰ Wardhana, Artha Adithya. *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial*. Skripsi. (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2020)

⁶¹ Kartika Ayu S, dkk. *Strategi Humas Pemkot Surabaya Dalam Mensosialisasikan Program Suroboyo Bus*. Jurnal Ilmu Komunikasi. (Surabaya : Universitas Tujuh Belas Agustus Surabaya, 2020)

strategi yang digunakan Pemkot Surabaya adalah menentukan komunikasi, media, dan penentuan nama program yang mudah diingat serta menggunakan botol bekas sebagai alat pembayaran sembari dapat mengurangi sampah plastik di Kota Surabaya. Perbedaannya terletak pada subyek penelitian yakni Humas Pemerintah Kota Surabaya.

Ketiga, penelitian dari Hestiana⁶² yang menyatakan bahwa strategi yang dipilih Humas Pemkot Surakarta untuk mengatasi kesimpangsiuran berita krisis pandemic Covid 19 adalah dengan strategi perencanaan, pelaksanaan, yang berupa pemilihan komunikator, pengelolaan pesan, serta media yang akan digunakan baik konvensional maupun online. Kesamaan penelitian milik Hestiana dengan penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui strategi dari humas dalam suatu instansi namun yang membedakan adalah fokus penelitiannya.

Keempat, penelitian dari Firdaus Fio⁶³ yang menyatakan bahwa strategi humas dijalankan dengan menggunakan perencanaan yang saling berkesinambungan, hal ini dikarenakan agar dapat memperoleh dan membina penerangan, simpati, dan dukungan dari stakeholder terkait. Dan untuk

⁶² Hestiana. *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Surakarta Dalam Mengatasi Kesimpangsiuran Berita Krisis Pandemi Covid 19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret – Juni 2020 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas Pemkot Surakarta)*. (Surakarta, 2020)

⁶³ Firdaus Fio. *Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program JTI (Jujur, Tulus, Ikhlas) Kepada Karyawan PTPN 5 Pekanbaru*. Skripsi. (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2020)

mensosialisasikan program JTI kepada karyawan PTPN 5 Pekanbaru, humas menggunakan strategi empat Langkah yakni, *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah subyek penelitian sedangkan kesamaannya berupa fokus penelitian yakni cara untuk mensosialisasikan program kepada publik.

Kelima, penelitian dari Redi Panuju, dkk⁶⁴ yang menyatakan bahwa strategi PR atau humas memiliki peran yang fundamental dalam membangun reputasi dari sebuah perguruan tinggi Akademi Farmasi Surabaya. Strategi dan manajemen dari humas harus terencana, terstruktur, terorganisir pelaksanaannya agar mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap perluasan reputasi sehingga mampu memberikan pengaruh positif bagi penambahan mahasiswa baru di Akademi Farmasi Surabaya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶⁴ Redi Panuju, dkk. *Peran Strategis Public relation dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi: Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya*. Jurnal Riset dan Konseptual Vol.5 No.1. (Surabaya : Universitas Dr. Soetomo, 2020)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Untuk penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hal ini dikarenakan pendekatan dan jenis penelitian tersebut mampu untuk mendapatkan hasil kesimpulan data yang menggambarkan secara rinci bukan data yang berbentuk angka-angka.⁶⁵

Penelitian kualitatif deskriptif juga menghasilkan data berupa kalimat tertulis dari narasumber dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan ilmiah yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kantor Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya tepatnya ada di Jl. Ngagel Madya Gg. V No.22 Surabaya, Jawa Timur.

Alasannya karena BNN Kota Surabaya merupakan salah satu instansi yang bergerak langsung dalam memberantas penyalahgunaan dari narkoba. Salah satu cara yang diterapkan BNN Kota Surabaya adalah dengan melakukan sosialisasi terhadap masyarakat terkait bahaya

⁶⁵ Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2008) h.14

narkotika. Untuk melakukan sosialisasi ini BNN Kota Surabaya memiliki divisi khusus yakni divisi P2M yang mana dalam divisi ini terdapat dua bagian yakni humas dan pemberdaya masyarakat. Namun yang menjadi fokus peneliti adalah tim humasnya yakni cara humas dalam mensosialisasikan bahaya narkotika di masa pandemi.

Humas di tim ini berperan secara manajerial yang mana juga merangkap tugas sebagai mediator dan fasilitator yang menyediakan saluran komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi dengan publik terkait program-program yang dimiliki oleh tim pemberdaya masyarakat.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi humas BNN Kota Surabaya dalam menyampaikan bahaya narkoba kepada masyarakat Surabaya dalam Masa Pandemi.

Hal ini memang perlu diteliti lebih lanjut karena mengingat seluruh Indonesia sedang dilanda pandemi covid 19 termasuk Kota Surabaya. Yang mana dalam masa pandemi masyarakat dilarang untuk berkumpul dan berkerumun sehingga waktu untuk sosialisasi tentang bahaya narkoba pun terhambat. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh tim humas BNN Kota Surabaya dalam menanggulangi masalah tersebut agar tetap bisa bersosialisasi kepada masyarakat tanpa harus membuat kerumunan.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang disajikan adalah data kualitatif yang ditampilkan dalam bentuk verbal bukan dalam bentuk angka.⁶⁶ Data kualitatif dalam penelitian ini adalah penjabaran langsung mengenai objek penelitian, meliputi : keterangan dari narasumber dan observasi langsung oleh penulis. Dan Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data diperoleh yang mana dalam penulisan penelitian ini penulis memakai dua sumber data yakni :

1. Data Primer

Data primer yang merupakan kumpulan dari berbagai informasi serta keterangan yang diperoleh langsung dari sumbernya, yakni pihak yang dijadikan informan atau narasumber oleh penulis. Jenis data ini meliputi informasi dan keterangan mengenai strategi Humas BNN Kota Surabaya. Informan penelitian yang menjadi sumber data primer ditentukan dengan metode purposive sampling.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi yang didapat secara tidak langsung dari sumbernya yakni dapat berasal dari buku dan jurnal yang berisi tentang kajian informatif dan berbagai literasi lainnya yang terkait dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

E. Tahap-Tahap Penelitian

⁶⁶ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. (Jakarta: Rineka Cipta 2006) h.118

Dalam membuat penelitian maka seorang peneliti harus mengerti tentang bagaimana langkah-langkah yang harus dilewati dalam proses penelitian. Menurut Melliong tahapan-tahapan penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua, yakni:⁶⁷

1. Tahapan pra-lapangan

Dalam tahapan ini terdapat lima tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti, yaitu :

1. Menyusun rancangan penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh peneliti. Langkah ini berguna untuk mengatur sistematika dalam penelitian. Peneliti harus memahami berbagai metode dan teknik penelitian yang kemudian metode dan teknik penelitian tersebut disusun menjadi rancangan penelitian.

2. Memilih lapangan penelitian

Dalam memilih dan menentukan lapangan penelitian, peneliti harus mempelajari dan fokus terhadap rumusan masalah dari penelitian.

3. Menjajaki dan menilai lapangan

Pada tahap ini peneliti akan melaksanakan orientasi lapangan yang kemudian menilai keadaan lapangan.

⁶⁷ Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2004) h.127

4. Memilih dan memanfaatkan lingkungan
Seorang peneliti membutuhkan narasumber yang memiliki banyak pengalaman tentang latar penelitian yang dapat berguna bagi peneliti dalam mencari dan melengkapi informasi dari penelitiannya.

5. Menyiapkan perlengkapan penelitian
Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus dapat mempersiapkan segala alat dan kebutuhan penelitian yang dibutuhkan selama penelitian.

2. Tahap Lapangan

Dalam tahap ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu :

1) Memahami latar penelitian dengan cara :

i. Pembatasan latar dan peneliti

Peneliti hendaknya mengetahui adanya latar terbuka dan tertutup dan peneliti juga harus bisa menempatkan diri sebagai peneliti yang dikenal atau tidak.

ii. Penampilan

Untuk hal ini, peneliti harus menyesuaikan penampilan sesuai dengan latar penelitian, misalnya seperti pakaian dan tingkah laku.

b. Pengenalan hubungan peneliti di lapangan

Hubungan baik antara subyek dan peneliti harus dibina. Hal ini dikarenakan akan sangat membantu peneliti dalam menggali informasi karena dapat bekerja sama dengan saling bertukar informasi.

c. Jumlah waktu studi

Peneliti hendaknya perlu menentukan pengaturan waktu agar dapat terbagi dengan baik, agar waktu yang digunakan dapat dimanfaatkan seefisien dan seefektif mungkin.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian secara langsung terhadap permasalahan yang menjadi objek penelitian dan pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode antara lain :

a. Metode Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.⁶⁸ Metode ini dilakukan secara langsung pada objek penelitian. Dan metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi serta data faktual yang kemudian dapat memahami situasi dan kondisi dinamis obyek penelitian. Observasi dilaksanakan penulis saat penulis menjalani masa magang di BNN Kota Surabaya.

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik untuk mendapatkan informasi dengan bertanya kepada

⁶⁸ John W Best. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Surabaya: Usaha Nasional, 1982) h.204

narasumber. Teknik ini dipilih supaya peneliti mampu mendapatkan data yang akurat dari informan mengenai data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.⁶⁹ Metode ini dilakukan dengan mempersiapkan terlebih dahulu pedoman wawancara yang mana pedoman tersebut berisi pokok-pokok pertanyaan terbuka untuk diajukan kepada narasumber.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berisi tentang bahan atau materi penunjang seperti foto, video, film, memo, rekaman kasus dan sebagainya. Selain itu dokumentasi juga sebagai bagian yang berasal dari kajian kasus yang merupakan sumber data pokok yang berasal dari hasil observasi partisipan dan wawancara mendalam.

G. Teknik Validasi Data

Teknik uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan metode triangulasi. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Tujuan dari metode ini adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretative dari penelitian kualitatif.⁷⁰ Terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu teknik

⁶⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta,2012) h.231

⁷⁰ Arnild Augina Mekarisce. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol.12 Ed.3*. (Jambi: Universitas Jambi, 2020) h. 150

pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain untuk perbandingan data.

Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan metode triangulasi sumber data. Karena peneliti menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti hasil wawancara dan observasi langsung.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yakni pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan yang mana ketiga langkah tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data merupakan proses pencarian dan pengumpulan data dari narasumber. Dapat melalui observasi dan wawancara serta dari dokumen-dokumen tertulis.
- b. Reduksi data merupakan proses penajaman atau penyatuan data-data yang telah terkumpul dan mulai untuk dianalisa implementasinya.
- c. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data yang dilakukan dengan melihat hasil dari reduksi data dengan tetap mengacu pada rumusan masalah dan tujuan yang hendak dicapai. Dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan secara rinci tentang strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh humas BNN Kota Surabaya dalam mensosialisasikan

bahaya narkoba di masa pandemi khususnya pada warga Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah Instansi



Gambar 4.1 :
Logo BNN Kota Surabaya

Sejak terbentuknya UU No. 35 tahun 2009 tentang Narkotika dan PP No. 23 tahun 2010 tentang BNN maka status kelembagaan BNN berubah dari pelaksana harian menjadi Lembaga Pemerintah non Kementerian (LPNK) yang berada dibawah dan bertanggung jawab langsung terhadap Presiden RI. Kehadiran UU No. 35 th. 2009 menjadi tonggak terbentuknya kelembagaan struktur vertikal organisasi BNN di daerah. Sebagai langkah dalam program vertikalisasi BNN membentuk dan memperkuat keberadaan BNN di daerah meliputi BNNP dan BNNK untuk mendukung operasional BNNP/ BNNK diperlukan sarana dan prasarana yang memadai. Gedung / Kantor BNN Kota Surabaya saat ini beralamat di Jl. Ngagel Madya Gg. V/22 Surabaya dengan luas tanah 1.600 m² yang

menempati Bangunan Milik Pemerintah Provinsi Jawa Timur.⁷¹

BNN Kota Surabaya terdapat empat divisi dalam melaksanakan program tersebut. Divisi-divisi tersebut adalah Divisi Koordinator Umum, yang menangani pengarsipan data dan administrasi, yang kedua ada Divisi P2M yakni Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat yang mana dalam divisi ini juga mencakup humas, selanjutnya ada Divisi Berantas yang bekerjasama dengan polri beserta Satpol PP untuk melakukan penggerebekan dan penangkapan penyalahguna narkoba, dan yang terakhir ada Divisi Rehabilitasi yang menangani kasus rehabilitasi pasien penyalahguna narkoba.⁷²

2. Visi, Misi, dan Kontak Instansi

a. Visi :

Mewujudkan masyarakat Surabaya yang sehat, bebas dari penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkoba, dalam rangka mendukung terciptanya sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas dan kompetitif di segala bidang.

b. Misi :

Menyatukan dan menggerakkan segenap potensi masyarakat Surabaya dalam upaya Pencegahan, Rehabilitasi dan

⁷¹BNNK, Humas. *Sejarah BNN Kota Surabaya*. 2012. <https://surabayakota.bnn.go.id/sejarah/> (accessed September 25, 2021).

⁷² Informasi yang didapatkan oleh penulis dari pengamatan lapangan di kantor BNN Kota Surabaya

Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika.

c. Kontak Instansi

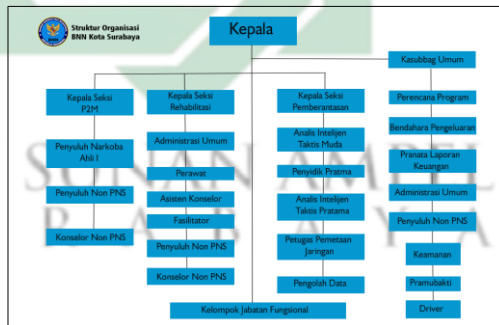
Alamat : Jl. Ngagel Madya V No.22,
Baratajaya, Kec. Gubeng,
Kota Surabaya, Jawa Timur,
60284.

Call Center : 184

Nomor telepon : +62 (21) 8087 1566 //
+62 (21) 8087 1567

3. Struktur Instansi

Struktur instansi akan menjelaskan tentang kedudukan dari jabatan dari staf yang ada pada tiap-tiap divisi yang ada di BNN Kota Surabaya. Dan berikut adalah struktur organisasi dari Lembaga BNN Kota Surabaya.⁷³



Bagan 4.1 :
Struktur Organisasi BNN Kota Surabaya

⁷³BNNK, Humas. *Sejarah BNN Kota Surabaya*. 2012.
<https://surabayakota.bnn.go.id/sejarah/> (accessed September 25, 2021).

4. Profil Informan

Subjek penelitian ini adalah seorang humas yang bernama Indah Soetantri, S.Sos, M.I.Kom berusia 38 tahun dan telah menjabat sebagai humas di BNN Kota Surabaya sejak tahun 2018.

B. Strategi Humas BNN Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba di Masa Pandemi

Sebuah penelitian dilakukan untuk dapat mengetahui jawaban dari setiap rumusan masalah yang telah ditentukan. Jawaban dari penelitian diperoleh dari tahap pengumpulan data yang kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk penyajian data. Setelah data diperoleh dan disajikan maka data tersebut diolah serta dianalisis sesuai dengan teori para ahli yang mana kemudian dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan berupa jawaban-jawaban terkait rumusan masalah yang telah ditentukan.

1. Cara Humas BNN Kota Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi.

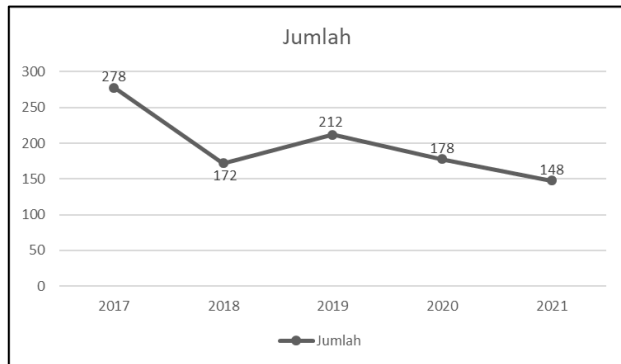
Dalam melakukan sosialisasi harus dengan cara yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga tujuan dapat tercapai. Cara tersebut dapat dimulai dengan penentuan rencana yang mana penentuan rencana dapat dilakukan oleh tim yang bertugas untuk menyampaikan sosialisasi serta dalam penentuannya juga perlu memperhatikan beberapa kondisi yang ada di lapangan atau bisa disebut dengan riset.

Proses sosialisasi biasanya dilakukan dalam jumlah audiens yang ramai atau massa. Namun pada masa pandemi seperti saat ini, pemerintah menganjurkan untuk tidak melakukan pertemuan secara masal karena harus menjaga jarak. Selain itu, adanya peraturan pembatasan kegiatan masyarakat juga menghambat proses jalannya dari sebuah sosialisasi.

Tetapi untuk sosialisasi bahaya narkoba harus selalu digencarkan agar masyarakat tidak lengah dan terjerumus ke dalam penyalahgunaan narkoba. Berdasarkan data yang dimiliki oleh tim humas BNN Kota Surabaya, dapat diketahui bahwa kasus narkoba di Kota Surabaya cukup banyak. Selama 5 tahun hanya mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2018. Lalu menuju ke tahun 2019 kembali mengalami peningkatan.

Tahun	Jumlah
2017	278
2018	172
2019	212
2020	178
2021	148

Tabel 4.1 :
Tabel kasus narkoba di Kota Surabaya



Gambar 4.2 :
Grafik kasus narkoba di Kota Surabaya

Pandemi sudah terjadi selama dua tahun ini terhitung sejak tahun 2019. Namun di Indonesia pandemi Covid 19 terjadi pada awal tahun 2020. Dapat diketahui dari gambar grafik diatas bahwa sepanjang tahun 2020 hingga 2021 kasus narkoba di Kota Surabaya telah mengalami penurunan kasus penyalahgunaan narkoba walau tak signifikan. Hal tersebut tidak luput dari peran humas BNN Kota Surabaya yang aktif melakukan tindak pencegahan berupa sosialisasi kepada masyarakat Kota Surabaya terkait bahaya narkoba agar terhindar dari bahaya narkoba. Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Ibu Indah Soetantri selaku humas BNN Kota Surabaya, bahwa :

“Humas juga bertanggung jawab untuk memberikan sosialisasi terkait bahaya narkoba,

Dek. Kita juga ada SK untuk itu yakni sebagai penyuluh narkoba”⁷⁴

Sehingga dengan adanya SK atau surat keterangan sebagai penyuluh narkoba, humas BNN Kota Surabaya juga bertanggung jawab untuk melakukan penyuluhan berupa sosialisasi bahaya narkoba kepada masyarakat Kota Surabaya. Dan untuk memudahkan proses sosialisasi di masa pandemi, humas membagi sasaran sosialisasi menjadi empat sasaran. Hal ini seperti yang diungkapkannya sebagai berikut :

“Dalam melakukan sosialisasi kita memiliki empat sasaran berbeda, karena disetiap sasarannya kami memiliki cara yang berbeda dalam proses sosialisasinya. Sehingga untuk mempermudah kami dan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, maka kami membaginya ke dalam 4 sasaran. Empat sasaran tersebut adalah keluarga, Pendidikan, swasta, dan masyarakat.”⁷⁵



⁷⁴ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

⁷⁵ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

Gambar 4.3 :
Sosialisasi bahaya narkoba di Simomulyo Baru

Cara yang dipilih humas BNN Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi adalah dengan memulainya dengan riset fakta lapangan yang berfungsi untuk menemukan masalah apa yang sedang terjadi di lingkungan mereka agar dapat menyesuaikan materi sosialisasi yang akan disampaikan.

“Sebelum kita melakukan sosialisasi, kita riset dulu, Dek. Kita lihat dan amati lingkungannya, orang-orangnya. Nanti dari hasil riset itu, kita jadi tahu materi seperti apa yang harus kita siapkan. Jadi, kita juga menyusun rencana, *nggak angger budal* sosialisasi.”⁷⁶

(tidak asal berangkat sosialisasi)

Setelah memiliki rencana sosialisasi yang matang, maka humas BNN Kota Surabaya akan mulai untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Bu Indah juga mengatakan bahwa sosialisasi dilakukan dengan dua cara :

“Untuk masa pandemi ini, jujur proses sosialisasi kita agak sedikit terganggu yaa.. tapi alhamdulillah sih masih bisa kita atasi. Untuk caranya bagaimana yaaa, kita coba untuk hybrid ya dek. Maksudnya, proses

⁷⁶ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

sosialisasi kita campur yakni dengan cara daring dan luring. Untuk proses daring yaa biasalah kita memanfaatkan media-media yang ada di internet sedangkan untuk yang luring kita punya beberapa program.”⁷⁷

Cara yang dilakukan humas BNN Kota Surabaya setelah riset dan mengumpulkan fakta-fakta adalah dengan membuat rancangan program yang mana dari rancangan program tersebut humas akan membuat program yang sesuai dengan sasaran publik. Karena tiap golongan sasaran memiliki cara yang berbeda untuk sosialisasinya. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan dari berbagai faktor yakni usia dan lingkungan.

Dalam menyusun program sosialisasi terbaru di masa pandemi ini, humas BNN Kota Surabaya dan tim bekerja sama dengan LSM untuk mengoptimalkan peran BNN Kota Surabaya dan masyarakat dalam menciptakan Kota Surabaya yang bersih dari narkoba.⁷⁸

“Nah kalau sudah mengetahui kondisi lapangannya seperti apa, kita lanjut membuat program yang mana program ini bagian dari perencanaan kami. Dalam pembuatannya kita juga ada yang melibatkan masyarakat yakni dari LSM seperti ibu PKK dan sebagainya.

⁷⁷ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

⁷⁸ Hasil Observasi Lapangan yang dilakukan peneliti selama magang di BNN Kota Surabaya

Hal ini kita lakukan sebagai wujud sinergi kita dengan masyarakat.”



Gambar 4.4 :
Humas dan tim BNN Kota Surabaya melakukan rapat koordinasi dengan LSM

Setelah program sudah terbentuk maka humas akan mulai memikirkan langkah selanjutnya yang berupa proses penyampaian kepada masyarakat. Dimulai dari lingkungan keluarga hingga masyarakat sipil.

“Kemudian kalau sudah memiliki programnya apa, baru kita mulai menyusun langkah aksi untuk proses sosialisasinya, Dek. Proses ini kita pikirkan sesuai sasaran kita nantinya gimana, ada yang keluarga, anak sekolah, hingga warga sipil.”

Untuk keluarga, humas BNN Kota Surabaya mengatakan cara penyampaian sosialisasinya dilakukan secara *offline* karena berdasarkan hasil riset masih banyak orang tua yang tidak mengerti dengan

cara kerja aplikasi *meeting online* karena cenderung keluarga yang menengah ke bawah.

“Cara penyampaian kita terhadap sasaran keluarga ini dengan bertemu mereka langsung, Dek. Karena ternyata *nggak* semua dari mereka *melek* teknologi. Jadi yaaa kita *ngalahi*, kita yang datang ke mereka. Ya, maklum sih soalnya yang biasanya masih rawan terkena paparan bahaya narkoba yaa keluarga yang ekonominya menengah ke bawah, yang kedua orang tua bekerja sehingga tidak bisa mengawasi sang anak 24 jam. Dan itu yang lebih bahaya. Tapi ya gitu, sebelumnya kita perlu koordinasi dulu dengan kepala RT nya. Nanti kalau RT nya sudah *acc* biasanya kita akan dibantu dengan menyediakan balai atau tempat luas terbuka lainnya. Karena inikan pandemi, jadi harus jaga jarak aman.”⁷⁹

(Cara penyampaian kita terhadap sasaran keluarga ini dengan bertemu mereka langsung, Dek. Karena ternyata tidak semua dari mereka paham teknologi. Jadi ya kita yang mengalah untuk datang ke mereka.)

Menjaga jarak aman menjadi prioritas humas saat melakukan sosialisasi secara tatap muka. Hal ini dilakukan untuk melindungi diri dari paparan Covid 19. Keluarga yang diundang untuk mengikuti

⁷⁹ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

sosialisasi sebanyak 10 keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak yang usia minimalnya 14 tahun. Seperti yang dipaparkan oleh Bu Indah berikut ini :

“Keluarga yang kita hadirkan sebanyak 10 keluarga, Dek, maksimal. Masing-masing keluarga tentu harus terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Dengan usia anak minimal 14 tahun. Alasannya, karena pada anak usia 14 tahun adalah masa remaja mereka yang mana rasa ingin tahu mereka sedang tinggi-tingginya, ingin mencoba ini dan itu, jadi kita bekali mereka dengan sosialisasi bahaya narkoba. Begitu, Dek. Tapi kadang dari sepuluh keluarga yang kita undang yang datang tidak semuanya. Biasanya sekitar 6 sampai 8 keluarga yang hadir tapi ya tidak pasti tergantung kesibukan mereka.”⁸⁰

Sedangkan untuk lingkungan pendidikan yang dominan generasi milenial, maka cara sosialisasinya dibuat modern dengan memanfaatkan media-media sosial terkini. Karena sudah pasti mayoritas dari mereka sudah memahami perkembangan teknologi.

“Kalau yang untuk adik-adik sekolah, kita banyak pakai media online sih. Tapi ya *nggak full online* juga, ada yang pertemuan tatap

⁸⁰ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

muka. Karena biar mereka tidak jenuh dan supaya hasil sosialisasi lebih maksimal.”⁸¹

(Tapi ya tidak sepenuhnya daring, ada yang pertemuan tatap muka).

Cara untuk melakukan sosialisasi dengan generasi milenial memang harus dengan cara yang milenial juga agar mereka dapat mengakses informasi mengenai bahaya narkoba dengan mudah. Selain memanfaatkan media terbaru, humas BNN Kota Surabaya juga melakukan tatap muka secara berkala.

“Nah untuk pertemuan tatap muka dengan adik-adik sekolah, biasanya yang kami ajak itu adik-adik SMP dan SMA. Kami datang ke sekolah mereka dan bekerjasama dengan sekolahnya untuk mengirimkan perwakilannya sebanyak 2 orang. Tapi itu sifatnya kami tidak memaksa, jadi kita ajak diskusi dulu ke kepala sekolahnya minta perizinan, nanti kalau sudah mendapat izin baru kita serahkan sepenuhnya ke pihak sekolah untuk mengirimkan perwakilan sekolahnya.”⁸²

Dari masing-masing perwakilan tersebut akan dikumpulkan dalam satu tempat bersama dengan perwakilan dari sekolah yang lain dan

⁸¹ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

⁸² Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

sosialisasi dilakukan sebanyak sepuluh kali pertemuan. Sosialisasi berkala ini dilakukan dengan diselingi pelatihan dengan konsep dialog interaktif.⁸³



Gambar 4.5 :
Proses berlangsungnya sosialisasi dengan adik-adik
dari SMP dan SMA Surabaya

Selain melakukan sosialisasi secara formal dengan dua arah, BNN Kota Surabaya juga melakukan sosialisasi dengan metode non formal yang dilakukan dengan sembari melakukan senam sehat. Dimana senam sehat ini merupakan salah satu hasil diskusi dari LSM dan BNN Kota Surabaya.

“Oh iya dek, selain kita sosialisasi secara tatap muka resmi, kita juga ada yang semi resminya loh, untuk yang paling baru kemarin pas kita melibatkan LSM dari ibu-ibu PKK. Kita juga melaksanakan sosialisasi dengan melakukan senam sehat, senam ini dilaksanakan satu

⁸³ Hasil Observasi Lapangan yang dilakukan peneliti selama magang di BNN Kota Surabaya

minggu sekali di area luas yang terbuka. Jadi bisa *double* manfaatnya, dek hahaha.”⁸⁴



Gambar 4.6 :
Sesi Foto saat senam berakhir

Ketika sudah memiliki strategi yang tepat dan sudah melaksanakan langkah aksi berupa penyampaian sosialisasi kepada masyarakat, Humas BNN Kota Surabaya juga melakukan kegiatan berupa evaluasi program, hal ini juga disampaikan oleh Bu Indah,

“Nanti kalau proses sosialisasi sudah selesai biasanya kita dituntut untuk menyerahkan laporan kepada pak kepala, selain itu kita juga ada evaluasi per divisi yang mana isinya kita rapat mengenai kesuksesan dari sosialisasi yang sudah dilaksanakan. Sehingga kita sudah punya catatan untuk acara sosialisasi

⁸⁴ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

berikutnya agar dapat berjalan lebih baik lagi.”⁸⁵

2. Media yang digunakan oleh Humas BNN Kota Surabaya untuk mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi.

Untuk mengimplementasikan cara dari humas BNN Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi bahaya narkoba di masa pandemi secara *online*, maka diperlukan adanya media sebagai sarana untuk mempertemukan tim humas BNN Kota Surabaya dengan audiens. Media tersebut dapat berupa media baru seperti sosial media. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ibu Indah Soetantri bahwa beliau memanfaatkan media sosial dan juga aplikasi terkini untuk melakukan sosialisasi secara *online*,

“Untuk sosialisasi *online* nya kita memanfaatkan media sosial, dek. Selain media sosial juga pake aplikasi *zoom meeting* dan *Google meet*. Kalau untuk yang media sosial, itu untuk skala jangkauan yang lebih luas sedangkan kalau pakai aplikasi *online* (*Zoom meeting* dan *Google meet*) itu untuk skala yang lebih kecil, yaa yang kita undang aja atau yang punya link masuknya”⁸⁶

⁸⁵ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

⁸⁶ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

Pemanfaatan media baru ini dianggap cukup efektif bagi humas BNN Kota Surabaya karena mampu menjangkau audiens yang cukup luas tanpa harus membuat jadwal temu atau tatap muka. Apalagi di situasi pandemi seperti ini yang mengharuskan untuk tidak bertatap muka secara langsung.

“Kalau di masa pandemi seperti sekarang ini memanfaatkan kecanggihan teknologi berupa sosial media yaa sangat membantu, dek. Kita dapat memangkas biaya operasional juga waktu yang dibutuhkan, selain itu masyarakat yang dijangkau juga lebih luas, hanya melalui *broadcast-an* pesan.”⁸⁷

Untuk media sosial yang aktif digunakan adalah media sosial terkini yakni Instagram, Youtube, dan Facebook.

“Nah, untuk media sosialnya kita paling sering pakai Instagram sama Facebook, dek. Kita juga ada Youtube sama Twitter, tapi yang baru dimulai jalankan masih Youtube dulu Twitter masih jarang. Alasan kita memilih untuk aktif di IG, YT, sama FB adalah karena menurut pandangan kami ketiga aplikasi tersebut sedang digandrungi (disenangi). Untuk target milenial ya pasti instagram sedangkan yang target agak sedikit berumur Facebook, kalau Youtube saya rasa dari segala usia, ya dek

⁸⁷ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

hahaha. Untuk Twitter nya masih belum kita aktifkan.”⁸⁸

Konten yang ditampilkan di laman Instagram BNN Kota Surabaya berupa ajakan untuk menjauhi narkoba dan informasi-informasi tentang obat-obatan terlarang serta berisi cuplikan kegiatan yang dilakukan oleh tim BNN Kota Surabaya. Begitupun dengan postingan di laman *Facebook*-nya. Sedangkan untuk *Youtube* berisi tentang dokumentasi kegiatan dan konten podcast motivasi.

“Konten IG kita isi dengan postingan-postingan himbauan gitu dek, infografis dengan gambar yang semenarik mungkin. Kita juga isi dengan kegiatan-kegiatan yang kita lakukan melalui zoom meeting maupun Google meet sehingga untuk masyarakat yang belum sempat mengikuti bisa langsung menuju ke sosial media kita. Untuk yang Instagram nya palingan ya cuplikan singkatnya dan untuk versi durasi panjangnya ya kita upload melalui Youtube.”⁸⁹

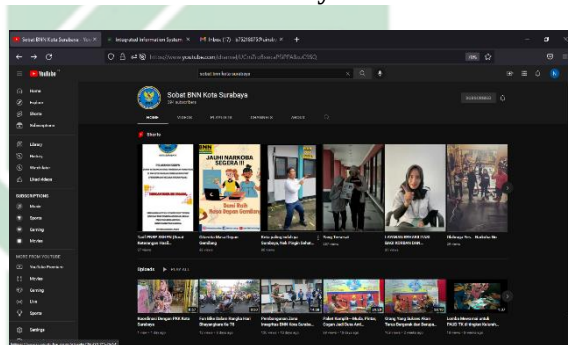
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁸⁸ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022

⁸⁹ Wawancara dengan Bu Indah Soetantri, S.Sos., M.I.Kom selaku Humas BNNK Surabaya pada tanggal 1 Maret 2022



Gambar 4.7 :
Contoh konten dari humas BNN Kota
Surabaya



Gambar 4.8 :
Tampilan laman Youtube milik BNN Kota
Surabaya

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini disajikan dalam bentuk data-data deskriptif yang didapatkan dari lapangan. Hasil temuan ini dibutuhkan agar dapat dipertimbangkan korelasinya dengan teori yang

digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan pembahasan penelitian. Penelitian ini berfokus pada strategi atau cara yang dilakukan humas BNN Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi bahaya narkoba di masa pandemi serta media yang digunakannya.

Berdasarkan pada hasil penyajian data yang telah disajikan penulis dalam sub bab sebelumnya dapat dituliskan secara sistematis temuan-temuan yang didapatkan dari hasil penyajian data tersebut. Hasil temuan itu adalah sebagai berikut :

- a. Sosialisasi dilakukan secara bertahap dan diawali dengan pencarian fakta lapangan untuk mendefinisikan masalah yang sesuai dengan situasi dan kondisi

Sebelum melakukan sosialisasi humas BNN Kota Surabaya melakukan pengamatan terhadap sasaran. Pengamatan ini dilakukan untuk menemukan masalah yang sedang terjadi di lapangan sehingga humas BNNK Surabaya dapat membuat rencana sosialisasi yang tepat kepada khalayak.

Dalam melakukan risetnya, tim BNN Kota Surabaya masih menemukan pengguna narkoba yang didominasi oleh anak-anak muda. Sehingga hal ini perlu diperhatikan tim sosialisasi dari BNN Kota Surabaya, harus dengan cara apa agar mereka dapat tersosialisasi tanpa adanya pemberontakan.

Kemudian disusunlah rencana program untuk melaksanakan sosialisasi. Untuk mereka yang masih muda dan mengerti perkembangan teknologi maka sosialisasi disampaikan secara menyenangkan seperti dilakukannya dialog interaktif antara pemateri dan audiens. Sehingga ada komunikasi timbal balik dan materi yang disampaikan pun akan lebih mudah diingat.

Seperti halnya untuk saat ini ditengah masa pandemi, sosialisasi harus tetap berjalan. Dikarenakan aktivitas diluar ruang terbatas maka humas BNN Kota Surabaya melakukan koordinasi dengan LSM setempat yang mana dari koordinasi tersebut humas BNNK Surabaya dapat mengetahui apa yang sedang dibutuhkan para warga yang tinggal disekitaran LSM tersebut. Maka tercetuslah program senam bersinar yang didominasi dari ibu-ibu PKK.

Setelah mendefinisikan masalah dan membuat rencana sosialisasi kemudian dibentuklah strategi langkah aksi yakni langkah aksi untuk melakukan sosialisasi kepada khalayak. Langkah aksi ini berupa penyampaian materi sosialisasi kepada khalayak yang mana proses ini dapat dilakukan secara daring maupun luring sesuai dengan kondisi dan situasi lapangan.

Jika sudah melakukan sosialisasi maka humas akan membuat catatan evaluasi yang mana catatan ini nantinya akan dijadikan bahan

acuan untuk melakukan sosialisasi yang lebih baik dari sosialisasi sebelumnya.

- b. Metode komunikasi disesuaikan dengan target khalayak

Di masa pandemi seperti saat ini, humas BNN Kota Surabaya menggunakan dua metode untuk menyampaikan sosialisasinya, yakni dengan metode daring dan luring. Untuk daring memanfaatkan media terkini dan untuk luring dilakukan sesuai arahan pemerintah yaitu dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Protokol kesehatan yang dimaksud dalam proses penyampaian sosialisasi ini adalah dengan menyiapkan ruangan dengan kapasitas separuh dari jumlah maksimal, menempatkan hand sanitizer di setiap sudut ruang, mengukur suhu badan peserta sosialisasi saat memasuki area sosialisasi, dan penataan kursi yang berjarak.

Selain itu, humas BNN Kota Surabaya juga melakukan sosialisasi dengan sekaligus melakukan aktifitas sehat berupa senam bersama di area terbuka. Yang mana hal tersebut dapat membuat tubuh menjadi sehat serta dapat memberikan wawasan kepada para peserta senam yang didominasi oleh ibu-ibu.

Penyesuaian yang dimaksud adalah jika target sasaran mengerti akan perkembangan teknologi maka sosialisasi dilakukan secara

daring karena mematuhi anjuran pemerintah untuk tidak melakukan temu tatap muka dalam jumlah orang yang banyak. Namun jika sasaran tidak mengerti akan teknologi maka sosialisasi tetap dilaksanakan secara luring namun dengan mematuhi protokol kesehatan yang telah peneliti tulis di paragraf sebelumnya.

- c. Inovasi komunikasi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi melalui media daring.

Di era yang semakin berkembang ini, humas BNN Kota Surabaya dituntut aktif untuk menjadi kreatif agar dapat menciptakan inovasi terbaru dalam melakukan sosialisasi kepada khalayak dengan jangkauan yang lebih luas tanpa harus melakukan temu tatap muka.

Yang mana kemudian tim humas BNN Kota Surabaya menemukan beberapa inovasi terkini dalam prosesnya menyampaikan sosialisasi dengan memanfaatkan sosial media.

Inovasi yang dimaksud adalah membuat konten berupa dialog interaktif antara tim BNN Kota Surabaya dengan narasumber yang tentunya dengan topik yang terkait dengan hidup bersih tanpa narkoba. Dialog interaktif tersebut ditampilkan dalam format audio-visual yang ditampilkan di laman Youtube resmi dari BNN Kota Surabaya yang diberi nama Sobat BNNK Surabaya *channel*.

Selain konten audio-visual, humas BNN Kota Surabaya juga membuat konten visual yang berisi tentang arahan untuk menjauhi narkoba dan hidup bersih tanpa narkoba yang ditampilkan dalam postingan instagram milik BNN Kota Surabaya.

Dan juga untuk segala aktivitas sosialisasi yang dilakukan secara luring juga didokumentasikan yang kemudian bisa disaksikan ulang melalui Youtube dan Instagram milik BNN Kota Surabaya.

2. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Di dalam bidang ilmu komunikasi memiliki banyak sekali teori yang dapat diterapkan dalam kehidupan sosial. Teori-teori tersebut memiliki model konsep dan asumsi yang berbeda-beda dengan kelebihan serta kekurangannya. Untuk membedakannya dapat dilihat berdasarkan fungsi, manfaat, dan kebutuhan dari sebuah penelitian.

Seperti halnya dengan penelitian ini yang membahas tentang strategi humas dalam menyampaikan sosialisasi. Strategi humas sendiri memiliki banyak teori yang dapat diaplikasikan dalam penelitian ini. Teori-teori tersebut didapat dari pemikiran para ahli terdahulu dan digunakan untuk mencapai kesimpulan yang tepat dan objektif. Sehingga perlu adanya konfirmasi dan analisis antara teori dengan penemuan data di lapangan.

Dan berdasarkan pada hasil temuan yang ditemukan peneliti di lapangan dan telah melakukan berbagai proses yakni analisis dan sebagainya serta berdasarkan teori yang dipilih peneliti sebagai landasan dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kesimpulan dari data yang didapat dalam penyajian data.

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh peneliti di lapangan, dapat diketahui bahwa peneliti setuju apabila penelitian dengan judul “Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba di Masa Pandemi” sesuai dengan konsep teori yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center. Yang mana sebagai penghubung antara organisasi dan publik atau yang biasa disebut dengan *boundary spanner* humas dapat melakukan pendekatan dengan empat cara yakni : *Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation*.⁹⁰

Sebagai kelanjutan dari penelitian ini, teori yang relevan dan sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini yakni : bagaimana cara Humas BNN Kota Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi ? serta apa media yang digunakan oleh Humas BNN Kota untuk mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi ? berikut penjelasan mengenai konfirmasi temuan dengan teori :

⁹⁰ Rosady Ruslan. *Manajemen Public relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi Ed. Revisi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada) h.310

Empat langkah berupa *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation* adalah langkah yang dilakukan humas dalam pendekatan *boundary spanner*. Dan *boundary spanner* merupakan pelaku dari teori fungsi *boundary spanning* yang mana teori ini membahas tentang *public relation* atau humas yang memiliki fungsi penghubung antara organisasi dengan publik.⁹¹ Empat langkah dalam teori ini merupakan asumsi dari Scott M. Cutlip dan Allen H. Center yang diperkenalkan oleh Dr. Phil Astrid S Susanto dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek* yang terbit pada tahun 1974.

Model Komunikasi dari Cutlip dan Center ini dapat dijadikan pedoman bagi Humas BNN Kota Surabaya dalam mensosialisasikan bahaya narkoba kepada masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan Kota Surabaya sehat bersih dari narkoba.

Dari segi untuk menemukan cara dalam mensosialisasikan bahaya narkoba di masa pandemi ini, humas BNN Kota Surabaya dapat beracu dari empat langkah ini dengan langkah awal menemukan fakta lapangan dalam rangka mendefinisikan masalah apa yang sedang terjadi di masyarakat. Kemudian dari temuan masalah tersebut humas dapat mulai untuk membuat rencana pemrograman langkah apa yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersbut.

⁹¹ Rahmat Kriyantono. *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal : Aplikasi Penelitian dan Praktik*. (Jakarta : Prenamedia Group, 2014), h.86.

Lalu, setelah memiliki rencana yang tepat dan sesuai maka humas dapat memulai langkah aksi dalam menyampaikan materi sosialisasi kepada masyarakat. Dan yang terakhir ketika sudah melakukan langkah aksi maka perlu dilakukan evaluasi agar dapat memutuskan apakah program yang dibuat sudah tepat dan sesuai ataukah belum. Jika sudah tepat program dapat dipertahankan namun jika belum program dapat diperbaiki atau bahkan diganti.

Untuk implementasinya, dalam langkah awal *fact finding* humas melakukan riset dengan mengumpulkan data fakta calon audiens dengan mengetahui latar belakang, umur, dan lingkungan dari calon audiens yang akan disosialisasi.

Kemudian untuk *planning*, humas BNN Kota Surabaya setelah menemukan informasi data di lapangan mulai untuk menyusun materi program dan cara penyampaiannya kepada audiens sosialisasi.

Lalu untuk *communication* atau langkah aksi sosialisasi, humas menentukan cara penyampaian sesuai dengan latar belakang audiens, untuk yang pendidikan dan mengerti teknologi maka humas menggunakan bantuan dari teknologi dengan mengadakan pertemuan secara online sedangkan untuk kalangan masyarakat yang sedikit banyak ada yang tidak mengerti tentang teknologi maka dilakukan temu tatap muka dengan mematuhi protokol kesehatan.

Dan yang terakhir untuk *evaluation*, humas melakukan evaluasi terhadap program-program dan konten yang digunakan untuk sosialisasi apakah kurang atau sudah benar dan bisa dilanjutkan untuk sosialisasi selanjutnya.

Sehingga dari temuan penelitian dapat dikonfirmasi bahwa teori fungsi *boundary spanning* dengan model komunikasi empat langkah milik Scott M. Cutlip dan Allen H. Center yang digunakan peneliti dalam landasan penelitian sudah sesuai dengan hasil lapangan yang diperoleh peneliti di lapangan terhadap strategi humas BNN Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi bahaya narkoba pada masa pandemi.

3. Konfirmasi Temuan Dengan Perspektif Islam

Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada kajian yang membahas tentang cara dan media yang digunakan oleh humas BNN Kota Surabaya dalam melakukan sosialisasi bahaya narkoba di masa pandemi. Dalam sub bab sebelumnya, peneliti telah menemukan temuan berdasarkan data lapangan dan telah dikonfirmasi dengan teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Kemudian peneliti juga akan melakukan konfirmasi hasil temuan dengan perspektif islam agar dapat mengetahui apakah temuan dari peneliti masih relevan atau tidak dengan perspektif islam yang dijadikan landasan dalam penelitian ini.

Dalam melaksanakan tugasnya menjadi perantara antara organisasi dengan publik, humas

harus memiliki strategi khusus dalam menuju publik. Strategi humas tersebut digunakan untuk membantu humas dalam menyampaikan pesan verbal maupun non verbal dari organisasi kepada khalayak. Dan dalam menentukan strategi harus menemukan cara yang tepat agar pesan dapat diterima and dimengerti masyarakat agar tujuan dari organisasi dapat tercapai secara maksimal. Dan berdasarkan teori, dalam membuat strategi humas harus melakukan beberapa langkah dengan langkah awal berupa pencarian fakta lapangan untuk fondasi membuat rencana.

Fakta lapangan ini digunakan oleh humas BNN Kota Surabaya untuk menentukan langkah lanjutan untuk dapat menyampaikan materi pesan dengan maksimal. Dan untuk menemukan cara yang tepat agar dapat tetap melakukan sosialisasi dengan masyarakat walau di masa pandemi Covid 19, humas harus membuat rencana dengan tepat dan sesuai.

Sebagai humas yang menyampaikan pesan kepada publik maka harus mengetahui prinsip-prinsip komunikasi serta etikanya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para penerima pesan. Di dalam Al Qur'an sudah dijelaskan bahwa salah satu etika dalam melakukan proses komunikasi adalah berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dipahami yang telah dijelaskan dalam QS. Al Israa ayat 28. Selain itu Al Qur'an juga menganjurkan untuk selalu mengkomunikasikan hal-hal baik sehingga dapat selalu membawa kebaikan seperti yang dijelaskan

pada QS. An Nisa ayat 5 serta harus jelas maknanya seperti yang dijelaskan pada QS. An Nisa ayat 63.

Dalam temuan yang didapat peneliti dalam penelitian ini telah diketahui bahwa tugas dari humas BNN Kota Surabaya adalah salah satunya mensosialisasikan bahaya narkoba kepada khalayak yang mana humas BNN Kota Surabaya telah membawa kebaikan khususnya bagi warga Surabaya agar dapat terhindar dari bahaya narkoba walau ditengah masa pandemi Covid 19. Cara menyampaikan sosialisasi yang dilakukan oleh humas disampaikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dan jelas maknanya. Hal itu dibuktikan dengan adanya riset target audiens oleh humas agar materi yang disampaikan dapat sesuai dengan audiens.

Dari hasil temuan yang didapat peneliti dari lapangan yang kemudian dikonfirmasi dengan perspektif islam, dapat diketahui bahwa temuan yang diperoleh dengan perspektif islam yang dijadikan sebagai landasan ini sejalan atau relevan. Peneliti menyetujui bahwa perspektif yang digunakan ini sesuai dengan konteks penelitian yang dilaksanakan di lapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian tentang “Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya Dalam Sosialisasi Bahaya Narkoba di Masa Pandemi” dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya menggunakan cara empat langkah komunikasi sesuai dengan model komunikasi dari Cutlip dan Center. Untuk langkah yang pertama berupa pencarian fakta atau mendefinisikan masalah yang kemudian dari fakta lapangan tersebut dapat dibuat sebuah program rencana. Lalu ketika sudah memiliki program rencana maka mulai menentukan langkah aksi berupa penemuan cara terbaik untuk mengkomunikasikan materi kepada khalayak di masa pandemi seperti ini. Dan yang terakhir berupa evaluasi program agar dapat mengetahui kekurangan dari kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan agar dapat menjadi acuan perubahan pada sosialisasi selanjutnya.

2. Media yang digunakan oleh Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya adalah media baru dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi masa kini. Media baru tersebut adalah Youtube, Instagram, dan Facebook. Humas juga bertindak kreatif untuk membuat konten-konten edukatif terkait materi sosialisasi untuk ditampilkan dalam sosial media milik Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya. Konten-konten tersebut berupa konten audio-visual maupun visual yang tentu dibuat semenarik mungkin mengikuti *trend* saat ini.

Strategi dan media yang digunakan Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surabaya untuk melakukan sosialisasi bahaya narkoba dimasa pandemi ini terbukti efektif. Karena jadi banyak masyarakat Surabaya yang tahu dan paham akan bahaya narkoba sehingga angka penyalahguna narkoba di Kota Surabaya mengalami penurunan.

B. Saran

Berdasar pada hasil penelitian, peneliti berharap penelitian ini dapat dimanfaatkan secara akademik untuk acuan penelitian selanjutnya agar lebih baik dan mendalam, untuk itu peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Kepada Humas BNN Kota Surabaya

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan serta renungan untuk menemukan sebuah strategi sosialisasi yang lebih beragam agar dapat menjadi jawaban saat sedang terjadi masalah seperti saat ini yang mana kita sedang dilanda pandemi Covid 19. Sehingga proses sosialisasi dapat terlaksana dengan baik.

2. Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya para mahasiswa ilmu komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya supaya dapat menjadi lebih baik.
3. Kepada pembaca, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan dalam menemukan cara terbaik dalam melakukan komunikasi dua arah walau terhalang lokasi dan waktu seperti halnya seperti saat ini sedang terjadi pandemi covid 19 yang mana pemerintah tidak menganjurkan untuk melakukan pertemuan.

C. Keterbatasan Penelitian

Didalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan penelitian, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peneliti hanya memiliki kemampuan sampai menganalisis cara serta pemilihan media yang dipakai humas BNN Kota Surabaya

dalam melakukan sosialisasi bahaya narkoba di masa pandemi.

2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan satu sumber informan dikarenakan sumber daya manusia BNN Kota Surabaya dalam divisi perhumasan yang aktif memang hanya terdiri dari satu orang pengurus.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, O. (2001). *Dasar-Dasar Public relations*. Jakarta : Citra Aditya.
- Akuntono, Indra. (2015). "Presiden Jokowi: Indonesia Gawat Darurat Narkoba." Kompas.com. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021. <https://amp.kompas.com/nasional/read/2015/02/04/10331931/presiden-jokowi-indonesia-gawat-darurat-narkoba>.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, K. dkk. (2020). Strategi Humas Pemkot Surabaya Dalam Mensosialisasikan Program Suroboyo Bus. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Surabaya : Universitas Tujuh Belas Agustus Surabaya.
- Bernawati, T. (2018). *"Peran Badan Narkotika Nasional Dalam Upaya Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkotika Di Kota Gunungsitoli."*

- Best, J.W. (1982). *Metode Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Buhler, C. (1978). *Practische Kinder Psychologie*. Boston : Houghton Mifflin, Co.
- Bustomi, Muhammad Isa. (2021). Kompas.com. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/06/14/16303771/24878> - orang-ditangkap-terkait-kasus-narkoba-di-indonesia-sejak-januari.
- Effendy. (2009). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktik)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Emery, E. (1988). *Introduction to Mass Communication*, edisi IX. New York : Harper-Row Publishers.
- Firdaus, F. (2020). *Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program JTI (Jujur, Tulus, Ikhlas) Kepada Karyawan PTPN 5 Pekanbaru*. Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Hadiati, N. (2010). *Public relations: Perspektif Teoritis dalam Menjalin Hubungan dengan Publik*. Pasuruan : Lunar Media.
- Hestiana. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Surakarta Dalam Mengatasi Kesimpangsiuran*

Berita Krisis Pandemi Covid 19 di Kota Surakarta Pada Periode Maret – Juni 2020 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas Pemkot Surakarta). Surakarta.

Hidayah, N. dkk. (2021). "Gambaran Pengetahuan Masyarakat Tentang Pencegahan Covid-19 Di Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, Kota Padangsidempuan." *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia Vol.6 No.1..*

Jayanti, S. *Praktik Public relation Dalam Pandangan Islam.* Pare Pare : IAIN Parepare

Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik .* Jakarta : Prenamedia Group.

Kusumaningtyas, P. (2019). *Sosialisasi Kegiatan Taman Baca Masyarakat Pondok Sinau Lentera Anak Nusantara (Lensa) Sebagai Gerakan Literasi.* Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

Mekarisce, A.A. (2020). "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah*

- Kesehatan Masyarakat Vol.12 Ed.3.* Jambi: Universitas Jambi.
- Moleong, L.J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nicholas Ind. (1997). *The Corporate Brand*. London : Macmillan Business Press Ltd.
- Nurjaman dan Umam. (2012). *Komunikasi dan Public relations : Panduan Untuk Mahasiswa, Birokrat, dan Praktisi Bisnis*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Nurkidam, A.A. (2018). Paradigma Sosidlisasi Dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Jurnal Al-Maiyyah*, Vol. 11 No. 1.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public relations*, terj. Sigit Purwanto. Surabaya : Penerbit Erlangga.
- Panuju, R. dkk. (2020). Peran Strategis *Public relation* dalam Pengembangan Reputasi Pendidikan Tinggi: Studi Kasus Promosi di Akademi Farmasi Surabaya. *Jurnal Riset dan Konseptual* Vol.5 No.1. Surabaya : Universitas Dr. Soetomo.
- Raharjo, M. (2017). *"Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya."*

- Ronie. (2021). "Fajar Indonesia Network." fin.co.id. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021. <https://fin.co.id/2021/06/28/pengguna-narkoba-di-indonesia-capai-34-juta-orang/>
- Ruslan, R. *Manajemen Public relations & Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi Ed. Revisi)*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Scott M. Cutlip, dkk. (2011). *Effective Public relations Edisi Kesembilan*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susilo, A. dkk. (2020) "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini." *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* vol. 7 no. 1.
- Thompson, J.L. (1995). *Strategy in Action*. London : Chapman and Hall.
- Wahidah, I. dkk, (2020). "Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan", *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, vol. 11, no. 3.

Wardhana, A.A. (2020). *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial*. Skripsi. Ponorogo : IAIN Ponorogo.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A