

**STRATEGI KOMUNIKASI BNNP DIY DALAM
SOSIALISASI PENINGKATAN IMUNITAS PELAJAR**



SKRIPSI

Diajukan Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun Oleh:

Wahyu Rusdiyanto
NIM. 08210081

Pembimbing:

Drs. H. M. Kholili, M. Si
NIP. 19590408 198503 1 005

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 294 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI BNNP DIY DALAM SOSIALISASI PENINGKATAN
IMUNITAS PELAJAR**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WAHYU RUSDIYANTO
NIM/Jurusan : 08210081/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 29 Januari 2014
Nilai Munaqasyah : 82,66 (B+)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Drs. H. M. Kholili, M.Si.
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II,

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 19671006 199403 1 003

Penguji III,

Ristiana Kadarsih, S.Sos., M.A.
NIP 19770528 200312 2 002



Yogyakarta, 13 Pebruari 2014

Dekan,

Drs. H. Waryono, M.Ag.
NIP 19701010 199903 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Wahyu Rusdiyanto

NIM : 08210081

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI BNNP DIY DALAM
 SOSIALISASI PENINGKATAN IMUNITAS PELAJAR
 DAN REMAJA**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 20 Januari 2014

Mengetahui:

Ketua Jurusan KPI

Khoiro Unmatin, S. Ag, M. Si
 NIP. 19710328 199703 2 001

Pembimbing

Drs. H. M. Kholili, M. Si
 NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Rusdiyanto
NIM : 08210081
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“STRATEGI KOMUNIKASI BNNP DIY DALAM SOSIALISASI PENINGKATAN IMUNITAS PELAJAR DAN REMAJA)”** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 20 Januari 2014



Yang menyatakan,

Wahyu Rusdiyanto
NIM. 08210081

MOTTO

“Hidup ini adalah pilihan, dan sebaik-baik pilihan ketika bisa bermanfaat buat orang lain.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta (Ibunda Maryam dan Ayah Moh. Sani) yang sejak kecil mendidik dan mengajari tentang banyak hal, sehingga penulis menjadi seperti sekarang. Kasih sayang kalian tidak akan pernah tergantikan dengan apapun.
2. Saudara-saudaraku tercinta (Rina Anggraini, Rika Agustina dan Nur Aini) kalian adalah bagian dari hidup ini.
3. Semua guru penulis yang senantiasa ikhlas mengajari akan arti hidup yang sebenarnya. Pelajaran yang dulu diajarkan, baik yang berbentuk lisan dan perbuatan, sampai saat ini masih penulis ingat.
4. Teman-teman penulis yang tidak pernah bosan berdiskusi sehingga otak tidak pernah kehabisan ide, kalian tidak akan pernah bisa dilupakan.
5. Buat seseorang yang menjadi ketetapan dalam hidupku. Dengan kehadiranmu hidup ini akan lebih berarti dan dapat memahami arti dari sebuah kebersamaan dan kehidupan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa kita persembahkan kepada Allah SWT. Berkat *rahman & rahim*-Nya kita senantiasa mengarungi hidup yang penuh dengan kebaikan dan berkah tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada sosok teladan sepanjang zaman, Nabi Muhammad SAW. Semoga cahaya dan syafaatnya selalu menyertai dalam setiap detak jantung kita.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang dengan ikhlas membantu penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Musa Asy'ari, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Waryono. M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Khoiro Ummatin, S. Ag, M. Si, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. H. M. Kholili, M. Si, selaku Pembimbing yang selalu memdampingi penulis dalam proses penelitian.
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mengajarkan cara dan arti hidup yang sangat berarti.

7. Teman-teman KPI angkatan 2008, terimakasih atas semuanya. Terus berjuang dan jangan pernah berhenti.

Penulis menyadari skripsi ini sangat jauh dari sempurna. Masih banyak yang harus diperbaiki dan ditata kembali, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini layak dibaca oleh semua kalangan.

Akhirnya skripsi ini dapat tersusun dan selesai dengan lancar. Kepada Allah penulis memohon ampunan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembacanya. Amin ya robbal' alamin.

Yogyakarta, 15 Januari 2014
Penyusun

Wahyu Rusdiyanto
NIM. 08210081

Abstrak

Judul: Strategi Komunikasi BNNP DIY dalam Sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar di daerah sitimewa Yogyakarta.

Istilah narkotika berasal dari bahasa Yunani Narkotikos, yang berarti menggigil. Ditemukan pertama kali dari substansi-substansi yang dapat membantu orang untuk tidur. Narkotika atau obat bius yang bahasa inggrisnya disebut "*narkotic*" adalah semua bahan obat yang mempunyai efek kerja. Pada awalnya narkotika memiliki khasiat dan bermanfaat bagi ilmu kedokteran. Narkotika kemudian menjadi permasalahan karena akibat dari penyalahgunaan pamakaian, sehingga adanya motivasi lain untuk komoditas ilegal oleh segolongan orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

BNNP DIY sebagai lembaga yang mempunyai tugas dan wewenang yang sangat penting dalam mengawasi peredaran gelap narkoba dan obat-obatan terlarang lainnya. Dalam setiap upaya yang dilakukan oleh BNNP DIY sudah seharusnya efektif dan tepat sasaran. Salah satu dari upaya tersebut adalah strategi komunikasi yang digunakan dalam setiap sosialisasi dapat efektif dan tepat sasaran dan sesuai dengan tujuannya.

Dari permasalahan diatas penulis meneliti bagaimana strategi komunikasi BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yang meliputi: 1. Identifikasi masalah. 2. Perumusan tujuan komunikasi. 3. Penyusunan pesan. 4. Pemilihan media. 5. Evaluasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui teknik pengumpulan data dan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis model interaktif (Miles & Huberman)

Dari penelitian ini penulis mendapatkan kesimpulan: BNNP DIY melakukan strategi komunikasi sosialisasi dengan beberapa langkah, yaitu: Identifikasi masalah dan analisis audien, perumusan tujuan komunikasi, penyusunan pesan, pemilihan media dan evaluasi. Dalam implementasinya menggunakan 3 metode penyampaian, yaitu: Sosialisasi melalui seminar dan forum diskusi, pertunjukan seni budaya dan penyampaian pesan melalui media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka.....	8
G. Kerangka Teori.....	10
H. Metode Penelitian.....	26
BAB II : GAMBARAN UMUM BADAN NARKOTIKA NASIONAL PROPENSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.....	33
A. Sejarah Berdirinya Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	33

B. Visi dan Misi.....	35
C. Struktur organisasi.....	36
D. Tugas.....	37
E. Sumber daya Manusia.....	38
F. Kantor BNNP DIY.....	40
G. Program sosialisasi BNNP DIY.....	43
BAB III : Langkah Strategi Komunikasi BNNP DIY dalam Sosialisasi Peningkatan Imunitas terhadap Pelajar.....	50
A. Identifikasi masalah & Analisis Audien.....	53
B. Tujuan Komunikasi.....	56
C. Penyusunan pesan.....	57
D. Pemilihan media.....	75
E. Evaluasi.....	78
BAB IV : PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi BNNP DIY dalam Sosialisasi Peningkatan Imunitas Terhadap Pelajar”, maka penyusun perlu memberi batasan-batasan terhadap judul tersebut khususnya penegasan terhadap istilah yang ada didalamnya, yaitu:

1. Strategi Komunikasi

Strategi bisa juga disebut cara atau jalan, yaitu suatu upaya dan usaha yang dilakukan dengan lebih terarah, efisien untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan.¹

Komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin *communication*, dengan kata dasar *communis* yang berarti sama. Maksudnya adalah orang yang menyampaikan dan orang yang menerima mempunyai persepsi yang sama terhadap apa yang disampaikan.² Sedangkan secara terminologi, adalah proses penyampaian pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.³

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa strategi komunikasi dalam penelitian ini adalah suatu cara, jalan atau upaya yang dilakukan agar lebih terarah dan efisien untuk mencapai suatu tujuan

¹ Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997), hlm. 9

² Djamelul Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 16

³ Onong Uchyana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda, 1993), hlm. 4

yang diinginkan dalam menjalankan program sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar yang dilakukan oleh BNNP DIY.

2. BNNP DIY

BNNP DIY merupakan lembaga yang didirikan berdasarkan amanat UU Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5062) yang mana menyebutkan bahwa memiliki perwakilan di Propinsi dan Kabupaten/Kota. Sedangkan Propinsi dan Kabupaten/Kota merupakan instansi vertikal. Organisasi tertuang dalam Peraturan Kepala Badan Narkotika Nasional Nomor : PER / 04 / V / 2010 / tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Narkotika Nasional Propensi dan Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota.⁴

Yang beralamatkan di Jln. Brigjen Katamso Komplek Perkantoran (Selatan Purawisata) Yogyakarta Telp/Fax : (0274) 385 378. E-mail: pjogja@yahoo.co.id.

3. Imunitas/imun

Kata imun berasal dari bahasa Latin '*immunitas*' yang berarti pembebasan (kekebalan) yang diberikan kepada para senator Romawi selama masa jabatan mereka terhadap kewajiban sebagai warganegara biasa dan terhadap dakwaan. Dalam sejarah, istilah ini kemudian berkembang sehingga pengertiannya berubah menjadi perlindungan

⁴<http://p-diy.com/page-8-sejarah.html>

terhadap penyakit, dan lebih spesifik lagi, terhadap penyakit menular. Sistem imun adalah suatu sistem dalam tubuh yang terdiri dari sel-sel serta produk zat-zat yang dihasilkannya, yang bekerja sama secara kolektif dan terkoordinir untuk melawan benda asing seperti kuman-kuman penyakit atau racunnya, yang masuk ke dalam tubuh.⁵

Sedangkan yang dimaksud imunitas dalam tulisan ini adalah peningkatan daya imun (daya tahan) pelajar dari berbagai macam ancaman penggunaan narkoba seperti tawaran untuk menggunakan atau pengedaran. Jadi, imun yang dimaksud disini lebih kepada aspek luar (sosial) dan lingkungan sekitarnya.

Jadi yang dimaksud strategi komunikasi BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas pelajar disini adalah cara atau atau strategi BNNP DIY dalam sosialisasi untuk meningkatkan daya imun atau daya tahan para pelajar dari penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.

B. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling berinteraksi satu dengan lainnya yaitu dengan berkomunikasi. Tanpa melakukan komunikasi yang baik seseorang akan terisolasi dari lingkungannya atau tidak dapat mendapatkan apa yang ia harapkan. Komunikasi dapat terjadi apabila ada

⁵<http://www.sridianti.com/sistem-imunitas-manusia.html> (diakses 19 September 2013 jam 8.49 pm)

komunikator (orang yang menyampaikan pesan atau informasi) dan komunikan (orang yang mendapatkan informasi atau pesan). Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan, grafik dan lain-lain. Dengan adanya komunikasi seseorang akan lebih mudah mendapatkan suatu informasi.

Keberhasilan dalam strategi komunikasi bukan hanya ditentukan oleh media yang digunakan atau seberapa sering dilakukan, akan tetapi keberhasilan juga ditentukan oleh peranan komunikator sebagai penyampai pesan. Pesan yang akan disampaikan itu hendaknya dapat lebih mengena khalayaknya. Seperti halnya sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar di lingkungan sekitarnya.

Pelajar merupakan masa muda yang mana pada masa masa seperti ini sering terjadi ketidak stabilan, baik itu emosi maupun kejiwaan. Pada masa transisi ini juga pelajar sedang mencari jati diri. Namun sering kali dalam pencarian jati diri ini pelajar cenderung salah dalam bergaul sehingga banyak melakukan hal yang menyimpang dari norma-norma yang berlaku di masyarakat. Seperti perkelahian dan minum-minuman keras, pencurian, perampokan, perusakan/pembakaran, seks bebas bahkan narkoba. Perilaku menyimpang pelajar tersebut dapat dikatakan sebagai kenakalan remaja.

Di kalangan pelajar, sangat banyak kasus tentang penyalahgunaan narkoba. Berdasarkan hasil laporan dokumentasi Badan Narkotika

Propensi DIY (BNNP DIY) Tahun 2007-2011 yang berdasarkan pada kelompok usia. Usia <16 tahun (0,05%), 16-19 tahun (8,37%), 20-24 tahun (30,56%), 25-29 tahun (30,40%), dan >30 tahun (30,61%) dari total 1.875 kasus penyalahgunaan narkoba.⁶ Melihat data di atas, sebenarnya pelajar (20-24 tahun) yang paling tinggi persentasenya mengingat spesifikasi yang lebih menyempit. Ini menunjukkan penggunaan narkoba dikalangan pelajar harus mendapatkan perhatian yang lebih intensif lagi karena pelajar lebih mudah terjebak dalam dunia narkoba.

Dari permasalahan di atas BNNP DIY sebagai lembaga yang diberi wewenang oleh undang-undang dalam pemberantasan tindak pidana narkoba harus mempunyai strategi yang baik dan efektif dalam upaya mencapai keberhasilan. Hal ini diperlukan agar sosialisasi mengenai pentingnya menjauhi narkoba dapat diterima dengan baik oleh kalangan pelajar sehingga sosialisasi yang dilaksanakan oleh BNNP DIY maksimal.

Penggunaan narkoba yang marak terjadi di masyarakat tidak hanya menyebabkan kerusakan fisik dan psikis bagi penggunanya tapi agama juga telah mengatur untuk tidak menggunakan sesuatu yang merusak diri sendiri. Seperti yang tertera dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 9

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطٰنِ
فَاجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُوْنَ ﴿٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka

⁶Direktorat Tindak Pidana Narkoba BNNP DIY, Maret 2012, hlm. 4

jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.
(QS. Al Maidah: 90)

Maka BNNP DIY harus memiliki berbagai strategi untuk memberikan kesadaran para pelajar sebagai generasi penerus dan masyarakat secara umum bahwa pentingnya menjauhkan diri, anak dan keluarga dari narkoba. Selain untuk menjauhkan diri dari bahan zat berbahaya juga melaksanakan perintah Allah dengan menjauhi hal-hal yang diharamkan oleh-Nya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, Peneliti mengkonsentrasikan penelitian ini hanya pada strategi komunikasi publik (penyuluhan) dan strategi komunikasi melalui media yang diterapkan Badan Narkotika Nasional Propensi DIY dalam Sosialisasi Peningkatan Imunitas terhadap pelajar.

Mengacu pada pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Badan Narkotika Nasioanl Propensi DIY dalam mensosialisasikan peningkatan imunitas terhadap pelajar di DIY?

D. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Badan Narkotika Propensi DIY dalam mensosialisasikan peningkatan imunitas terhadap pelajar.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang paling efektif yang digunakan oleh Badan Narkotika Propensi DIY dalam mensosialisasikan peningkatan imunitas terhadap pelajar yang ada di DIY.

E. Kegunaan Penelitian

1. Segi Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan.
 - b. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dibidang komunikasi.
 - c. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai alat bantu untuk menemukan teori-teori baru tentang komunikasi.
2. Segi Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan bahan pertimbangan untuk BNNP DIY dalam mensosialisasikan tentang peningkatan imunitas serta berbagai programnya tentang narkoba, baik melalui media masa maupun dengan media lainnya, sehingga dapat meningkatkan strategi komunikasi yang lebih baik dan efektif.

F. Kajian Pustaka

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi terutama pada mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi diantaranya:

Karya Susiana Dewi Wulandari (2000), mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarrot Srimartani Piyungan Bantul dalam membina Akhlak Karimah Anak Asuh.*” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dakwah dan faktor-faktor pendukung serta penghambat Panti Asuhan Mabarrot dalam melaksanakan strategi komunikasi dakwahnya. Dari hasil penelitian ini menyebutkan bahwa sebagai media dalam strategi komunikasi dakwah untuk membina akhlak anak asuh berkisar pada dua dimensi, yaitu penanaman rasa takwa kepada Allah, dan pengembangan rasa kemanusiaan. Kemudian dibutuhkan manajemen perencanaan komunikasi didalam strategi komunikasi dakwah membina akhlak anak-anak asuh di Panti Asuhan Mabarrot, yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan dan non agama secara efektif.⁷

Skripsi Saudari Imroati, Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 1999, yang berjudul *Strategi Komunikasi Tokoh Agama Dalam Memerangi Penyakit Masyarakat di Desa Pleret Bantul*

⁷Susiana Dewi Wulandari, *Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarrot Srimartani Piyungan Bantul dalam Membina Akhlak Karimah Anak-Anak Asuh.* (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2000)

Yogyakarta. Skripsi ini membahas tentang strategi komunikasi tokoh agama dalam memerangi penyakit masyarakat yang cukup meresahkan. Hal ini memerlukan penanganan yang serius guna menciptakan masyarakat yang islami.⁸

Skripsi yang berjudul "*Strategi Komunikasi dalam Bimbingan Ibadah Haji di KBIH Bina Umat Kota Yogyakarta*". Skripsi saudara Khoiru Muttaqin ini membahas bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh KBIH Bina Umat kota Yogyakarta dalam menggerakkan organisasinya dan strategi komunikasi yang digunakan dimedia. Penelitian ini bertujuan mengetahui pesan yang disampaikan, media yang digunakan dan efek yang ditimbulkan. Skripsi ini merupakan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan antara lain dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam proses menganalisis data, menggunakan metode Deskriptif, yaitu penelitian dengan cara menentukan, menganalisis dan mengklasifikasi permasalahan dengan tujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai masalah tersebut.⁹

⁸ Imroati, *Strategi Komunikasi Tokoh Agama Dalama Memerangi Penyakit Masyarakat di Desa Pleret Bantul Yogyakarta*. (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 1999)

⁹ Khoiru Muttaqin, "*Strategi Komunikasi dalam Bimbingan Ibadah Haji di KBIH Bina Umat Kota Yogyakarta*", (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008)

G. Kerangka teoritik

1. Tinjauan tentang Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan, strategi adalah seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁰

Menurut Sthepanie K. Marrus seperti yang dikutip dalam buku Husein Umar, strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada rencana jangka panjang organisasi, disertai susunan suatu cara agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹¹

Sedangkan menurut pakar komunikasi Onong Uchyana Effendi, strategi pada dasarnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan saja yang hanya menunjukkan peta arah melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹²

Strategi pada hakekatnya adalah rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau sasaran. Sasaran atau

¹⁰Pusat Bahasa Departemen Pendidikan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.1092

¹¹ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 31

¹² Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 32

target tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya setiap tindakan atau perbuatan tidak lepas dari strategi, terlebih dalam strategi komunikasi.¹³

Dari beberapa definisi di atas, para ahli pada dasarnya sama antara satu definisi dengan definisi lainnya, yang intinya menjelaskan bahwa strategi adalah rencana atau sebuah cara untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bukan hanya sekedar *planning* saja, strategi juga menunjukkan bagaimana mengimplementasikan langkah-langkah yang akan dituju sehingga memudahkan dalam proses pelaksanaannya. Strategi menjadi acuan untuk mencapai hasil yang diharapkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi.

b. Komunikasi

Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa latin, *communis* yang berarti sama atau *communicare* yang berarti membuat sama. Membuat sama dimaksudkan, komunikasi bertujuan untuk menyamakan makna atau symbol sesuatu. Secara terminologi, menurut pandangan beberapa ahli komunikasi adalah: Komunikasi menurut Everet M. Rogers dan D. Lawrence Kincaid(1981), adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang dalam. Sedangkan menurut Harold D. Lasswell (1948), Komunikasi adalah

¹³Rafi udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), 1997, hlm. 77.

siapa, berkata apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan bagaimana efeknya (*who says what in which channel to whom with what effect*).¹⁴

Komunikasi merupakan suatu proses sosial, komunikasi selalu melibatkan manusia untuk selalu berinteraksi. Artinya komunikasi akan selalu melibatkan satu orang dengan orang lainnya atau satu lembaga dengan lembaga lainnya. Dalam proses komunikasi akan ada komunikator dan komunikan, komunikator adalah sumber pengirim pesan sedangkan komunikan adalah penerima pesan. Keduanya memainkan peranan penting dalam proses komunikasi.

c. Unsur-unsur komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dijelaskan di atas, maka proses komunikasi membutuhkan unsur-unsur komunikasi, yaitu:

1. Komunikator

Pengirim pesan yang dimaksud di sini adalah manusia yang mengambil dalam berkomunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Sumber peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber terdiri dari satu orang. Tetapi juga bisa dari satu kelompok

¹⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2005), h. 19.

misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber disebut juga komunikator atau juga disebut *sender*.¹⁵

2. Pesan

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa, suara, mimik, gerak gerik, lisan dan tulisan. Pesan bersifat abstrak, seorang komunikan tidak akan tahu apa yang ada di dalam benak seorang komunikator, hingga seorang komunikator mewujudkannya dalam lambang-lambang komunikasi.¹⁶

Pesan merupakan inti atau perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan unsur yang sangat menentukan dalam proses komunikasi. Agar pesan dapat diterima dengan baik, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.¹⁷

Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan,

¹⁵Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 24.

¹⁶Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 23.

¹⁷Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), Cet. Ke-1. hlm. 8.

informasi, nasihat atau propaganda. Pesan biasanya disebut juga *message*, atau *content*.

3. Saluran dan Media Komunikasi

Saluran komunikasi adalah jalan yang dilalui pesan komunikator untuk sampai ke komunikannya. Ada dua jalan agar pesan komunikator sampai pada komunikannya, yaitu tanpa media yang berlangsung tatap muka dan komunikasi yang menggunakan media. Media yang dimaksud ialah media komunikasi, artinya ini menggunakan teknologi media komunikasi.¹⁸

4. Komunikan

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai dan bangsa. Penerima juga biasa disebut komunikan. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan dan saluran.¹⁹

5. Efek komunikasi

Efek komunikasi dapat diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya.

¹⁸ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Marhaeni Fajar, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 54

¹⁹ *Ibid.* hlm. 214

Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju dan tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang melakukan sesuatu).²⁰

2. Strategi Komunikasi dan Fungsinya

Strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilaksanakan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.²¹

Dalam strategi komunikasi, peran komunikan sangatlah penting. Strategi komunikasi haruslah bersifat dinamis, sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang memengaruhi. Suatu faktor yang menghambat komunikasi dapat datang sewaktu-waktu, terlebih jika komunikasi langsung melalui media massa.

Menurut R. Wayne Peace, Brent D. Petterson dan M Dallas Burnet dalam bukunya *techniques for effective communication*, seperti

²⁰ *Ibib.* hlm. 165-165

²¹ Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 32

yang dikutip oleh Onong Uchana Effendi, tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:²²

- a. *To secure understanding*: Memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterima. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina.
- b. *To establish acceptance*: Setelah komunikan mengerti dan menerima pesan maka pesan ini harus dilakukan pembinaan.
- c. *To motivation action*: setelah penerimaan itu dibina maka kegiatan ini harus dimotivasi.

Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam proses komunikasi, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Tanpa strategi komunikasi, media massa yang semakin modern yang kini banyak dipergunakan di negara-negara yang sedang berkembang karena mudahnya diperoleh dan relatif mudah dioperasikan bukan tidak mungkin akan tidak efektif penggunaannya.

Strategi komunikasi baik secara makro (*planned multy-media strategi*) maupun mikro (*single communication medium strategi*) mempunyai fungsi ganda:

- a. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil maksimal.

²²*Ibid.* hlm.32

- b. Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.²³

2. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

a. Identifikasi masalah dan Analisis Audiens

Dalam perencanaan strategi komunikasi membutuhkan berbagai faktor dan data-data yang memadai termasuk mengenai teknologi informasi yang akan direkomendasikan serta masalah yang teridentifikasi. Banyak jenis data yang perlu dikumpulkan dan analisis terlebih dahulu. Tanpa informasi tersebut strategi komunikasi yang layak, efisien dan hemat biaya tidak dapat direncanakan dan dikembangkan dengan baik. Secara khusus informasi tersebut sangat penting untuk merumuskan tujuan strategi komunikasi, mengembangkan strategi, memilih dan memprioritaskan isi, posisi dan rancangan pesan serta mengevaluasi efektivitas kegiatan strategi komunikasi

Para perencana dan praktisi komunikasi sering kali dipaksa untuk membuat program atau keputusan berdasarkan pengalaman pribadi yang mungkin tidak valid, dan bisa membuang-buang sumberdaya program. Keputusan kontradiktif tersebut dapat berasal dari perencanaan yang tidak memadai dan atau kurangnya data dasar

²³*Ibid.*hlm.300

yang relevan. Informasi lainnya yang diperlukan yaitu, data tentang masalah, kebutuhan atau kepentingan.

Dibanyak negara berkembang, sumber daya tambahan seperti: dana, fasilitas, staf dan waktu adalah terbatas, dengan demikian penggunaanya harus efektif dan efisien sumber daya tersebut sangat penting. Pemecahan masalah dan perencanaan strategi komunikasi pada dasarnya mengutip prinsip “mulai dengan apa yang mereka tahu, dan membangun apa yang mereka miliki”.

Pengumpulan basis data biasanya berhubungan dengan penelitian kegiatan. Kata "penelitian" sering dipandang negatif oleh banyak perencana program, manajer proyek atau administrator, dan para pengambil keputusan karena dianggap sebagai suatu usaha yang membutuhkan banyak uang, waktu dan tenaga khusus. Ini persepsi tidak benar, yang dibutuhkan adalah pemecahan masalah dan melakukan survei untuk program atau strategi pengambilan keputusan. Sebuah survei pada dasarnya cepat dan murah, konsultasi target sasaran dan meminta mereka untuk memberikan informasi mengenai tren tertentu atau indikasi arah yang spesifik mengenai masalah dan kebutuhan informasi mereka daripada temuan penelitian yang rumit dengan uji statistik signifikansi, dll. Yang paling strategis dalam program strategi komunikasi yang menggunakan data dasar secara

efektif menghabiskan relatif sedikit sumber daya mereka atau waktu dalam memperoleh data atau informasi yang diperlukan.²⁴

Salah satu elemen yang paling penting dalam sosialisasi adalah target audien atau penerima pesan: siapa mereka, di mana mereka berada, mengapa mereka terpilih sebagai penerima pesan dan apa isi informasi atau pesan harus dikomunikasikan kepada mereka. Analisis target audiens merupakan bagian integral dari perancangan dan merencanakan strategi komunikasi. Dalam analisis tersebut, beberapa jenis informasi atau data diperlukan, misalnya, ukuran dan lokasi dari target audiens, latar belakang sosial-ekonomi, termasuk kelompok usia, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan profil sosial-budaya mereka (termasuk agama, bahasa, pola kehidupan keluarga, sistem tradisional kepercayaan, norma, nilai, sumber informasi, komunikasi dan interaksi praktik). Karakteristik kepentingan dan kebutuhan informasi dari target audiens mungkin berbeda, sehingga segmentasi audien ke dalam beberapa kelompok sasaran yang berbeda biasanya diperlukan. Untuk setiap target kelompok, strategi komunikasi tertentu mungkin diperlukan. Pada tahap ini juga penting untuk memprioritaskan target penerima pesan untuk kelompok yang harus dicapai atau diberi perlakuan sosialisasi yang lebih intensif.

Jika keputusan strategis harus dibuat, maka tergantung pada keterbatasan sumber daya atau waktu itu sendiri. Tampaknya cukup

²⁴Ronny Adhikarya, Ph.D., *SEC (strategic extension campaign)*, A case-study of FAO's experiences, Rome, Italy, 1994. hlm. 30

masuk akal untuk program sosialisasi untuk berkonsentrasi pada motivasi kelompok atau group dan peluang keberhasilan akan menjadi lebih besar bila dibandingkan dengan kelompok sasaran yang sedikit. Sebuah keberhasilan program sosialisasi dengan memotivasi kelompok selanjutnya bisa digunakan oleh penyelenggara program untuk membujuk pembuat kebijakan atau lembaga donasi untuk menyediakan lebih banyak sumber daya untuk urusan berikutnya. Peluang keberhasilan akan lebih sulit terhadap kelompok sasaran yang skeptis dan sebagainya.

Analisis karakteristik target audiens seperti akses komunikasi, kebiasaan pencarian informasi, sumber informasi pilihan, pola penggunaan media, interaksi jaringan komunikasi dan perilaku komunikasi juga akan sangat penting dan berguna dalam memilih kombinasi hemat biaya terhadap saluran berbagai media dan perencanaan yang paling sesuai seperti penggunaan berbagai media untuk mendukung kegiatan sosialisai.²⁵

b. Perumusan tujuan Komunikasi

Strategi komunikasi harus menjadi bagian dari system sosialisasi peningkatan imunitas dari program yang dijalankan. Tujuan strategi komunikasi tertentu harus mencerminkan system penyuluhan atau sosialisasi program agar komunikasi berjalan efektif.

²⁵*ibid.* 49

Hal ini juga harus menunjukkan bahwa jika kerangka waktu atau lokasi sasaran penerima pesan atau informasi tidak disebutkan secara eksplisit dalam program strategi komunikasi, biasanya dipahami bahwa mereka mengikuti kerangka waktu atau durasi dan target lokasi dari komunikasi itu sendiri.

Sementara tujuan ini dapat dianggap dan termasuk sebagai salah satu tujuan komunikasi, pemenuhan tujuan ini tidak sepenuhnya tergantung pada strategi atau kegiatan komunikasi yang efektif. Ada faktor lain yang dapat mempengaruhi pemenuhan tujuan ini, seperti ketersediaan input atau dana, lingkungan keluarga dan sosial budaya. Sosialisasi hanya salah satu dari banyak faktor yang dapat berkontribusi untuk pencapaian keberhasilan suatu program atau proyek.

c. Menyusunan pesan

Sebuah rencana komunikasi sistematis dan strategis sangat penting untuk pencapaian tujuan komunikasi efisien. Langkah pertama dalam perencanaan strategi komunikasi adalah untuk mengidentifikasi dengan jelas masalah yang dapat menghambat atau menghalangi penyerapan ide, informasi atau pesan. Data dari survei, termasuk identifikasi masalah dan penilaian terhadap kebutuhan hasilnya harus dianalisis dengan cermat. Isu sentral atau masalah yang mungkin menghambat kemajuan dalam mencapai tujuan sosialisasi harus diidentifikasi.

Pendekatan komunikasi adalah cara memandang seorang perencana komunikasi terhadap suatu masalah (kenyataan) yang sedang ditelaah yang akan melahirkan gagasan atau pola pembangunan sosial bisa direncanakan dan dilakukan, sehingga dapat berjalan efektif dan efisien.²⁶

Dalam strategi komunikasi perlu adanya pendekatan komunikasi, Menurut John Middleton (1980) seperti yang dikutip oleh H.M. Kholili dalam Program Pariwisata Rohani di Yogyakarta (perencanaan komunikasi), mengemukakan beberapa pendekatan komunikasi: pendekatan proses, pendekatan system, pendekatan teknologi, pendekatan ekonomi dan pendekatan evaluasi. Pada masing-masing pendekatan mempunyai asumsi dasar yang berbeda, oleh karena itu dalam penetapan perencanaan komunikasinya juga berbeda.

Pendekatan proses didasarkan pemikiran bahwa perencanaan pada hakikatnya merupakan penerapan suatu teori. Menurut Jhon Middleton (1980) seperti yang dikutip oleh H.M. Kholili dalam Program Pariwisata Rohani di Yogyakarta (perencanaan komunikasi), bahwa perencanaan sebagai penerapan teori kepada kenyataan untuk menentukan apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana. Teori, di dalam pengertian yang paling dasar merupakan suatu penjelasan. Teori yang merupakan bagian dari komunikasi telah

²⁶H.M. Kholili, *Program Pariwisata Rohani Di Yogyakarta (Perencanaan Komunikasi)*, (Bandung, 1997), hlm. 11

banyak membantu para praktisi komunikasi dalam menerapkan dan merencanakan.²⁷

Dalam penulisan ini digunakan teori sosiologi yang memfokuskan masyarakat sebagai individu dan kelompok dan teori komunikasi yang memfokuskan pada teori informasi dan hubungan komunikasi.

Teori sosiologi yang memfokuskan pada masyarakat sebagai kelompok atau individu menjelaskan bahwa, masyarakat merupakan hasil akhir dari pada perilaku individu, tetapi juga merupakan produk masyarakat,²⁸ berdasarkan penjelasan diatas bahwa perencanaan komunikasi menekankan pada arah perubahan sosial terhadap pelajar dalam program strategi komunikasi BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas.

Teori komunikasi yang memfokuskan pada teori informasi menjelaskan bahwa, informasi merupakan komponen pusat dari pada proses komunikasi dan informasi adalah sesuatu yang mempengaruhi tingkat kepastian seseorang di dalam suatu situasi.²⁹

d. Pemilihan media

Banyak pengalaman sosialisasi dan studi penelitian empiris pada efek komunikasi media yang telah menunjukkan bahwa penggunaan beberapa saluran media yang meliputi kombinasi khalayak, kelompok dan komunikasi interpersonal, jika tepat dipilih

²⁷*Ibid*, hlm. 11

²⁸*Ibid*, hlm. 12

²⁹*Ibid*, hlm. 12

dan digunakan, biasanya lebih hemat biaya daripada penggunaan media komunikasi tunggal. Sebuah aspek penting dalam menggunakan berbagai jenis pendekatan media, adalah pilihan yang tepat terhadap saluran media yang tersedia untuk menghindari penggunaan media yang berlebihan serta untuk mengoptimalkan tingkat dukungan berbagai media yang diperlukan. Dengan demikian, pendekatan berbagai media tidak berarti bahwa semua komunikasi yang tersedia semua saluran harus dimanfaatkan.

Pedoman umum pemilihan berbagai jenis media harus didasarkan pada tujuan strategi komunikasi tertentu, tingkat penekanan dalam memanfaatkan massa, antar pribadi atau saluran komunikasi kelompok tergantung pada penerimaan manfaat. Dalam mengembangkan penggunaan media yang banyak dan tepat, hasil analisis *audien* harus dipertimbangkan, terutama pada kebiasaan pencarian informasi, sumber informasi yang disukai, akses media atau kepemilikan, konsumsi media atau pola penggunaan, interaksi jaringan komunikasi dan kelompok perilaku komunikasi.

Alasan di balik penggunaan pendekatan berbagai macam media, bahwa sistem yang koheren, terkoordinasi, dan memperkuat komunikasi harus memungkinkan untuk mengatasi masalah informasi yang spesifik dan kebutuhan sasaran. Selain itu, karena tidak ada media informasi yang paling efektif untuk semua tujuan komunikasi atau untuk semua jenis sasaran, pendekatan dengan menggunakan

banyak saluran media komunikasi dianggap sebagai alternatif. Alasan lain untuk menggunakan sebuah pendekatan banyak media adalah kebutuhan untuk membuat sistem sosialisai lebih efisien mengingat banyaknya informasi, tujuan pendidikan dan komunikasi sosialisasi. Jika tujuan utama dari sosialisasi adalah menciptakan kesadaran dan meningkatkan tingkat pengetahuan terhadap *audien*, yang paling efisien dan efektif adalah dengan memanfaatkan saluran komunikasi massa dan tidak antar pribadi atau pendekatan komunikasi kelompok.³⁰

e. Evaluasi

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi diperlukan untuk mengukur seberapa besar keberhasilan yang telah dicapai dan seberapa besar kegagalan yang diperoleh. Dengan mengetahui tingkat keberhasilan dan tingkat kegagalan dari program yang telah direncanakan, hal ini mampu menjadi tolok ukur untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolok ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dituju tercapai.

³⁰*Ibid.* hlm. 50

H. Metode Penelitian

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis yang bertujuan agar kegiatan praktis terlaksana secara rasional dan juga terarah sehingga dapat mencapai hasil yang optimal, sedangkan penelitian adalah usaha pencarian fakta menurut metode objek yang jelas untuk menemukan hubungan fakta dan menghasilkan dalil atau hukum.³¹

Metode penelitian yang dipakai adalah metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fakta dengan sangat mendalam melalui pengumpulan data. Disini lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman kualitas data bukan kuantitas data.

Dalam penelitian ini penulis fokus pada strategi komunikasi yang digunakan oleh BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas pelajar di DIY.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Badan Narkotika Propensi DIY Yogyakarta, Yang beralamatkan di Jln. Brigjen Katamsa Komplek Perkantoran (Selatan Purawisata) Yogyakarta Telp/Fax : (0274) 385 378. E-mail: pjogja@yahoo.co.id. Penelitian ini penulis fokus pada strategi

³¹Moh. Nadzir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia, 1998), hlm. 14.

komunikasi yang digunakan oleh BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas pelajar di DIY.

2. Objek Penelitian

Sedangkan objek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.³²

Dalam hal ini, sesuatu yang menjadi titik perhatian penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh BNNP DIY Yogyakarta dalam sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar, yang meliputi:

- a. Identifikasi masalah & Analisis Audiens
- b. Perumusan tujuan komunikasi
- c. Penyusunan pesan
- d. Pemilihan media
- e. Evaluasi

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian penulis menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

a. Observasi non partisipatif

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.³³ Bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan yang berkaitan dengan

³²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, Bina Aksara, 1989), hlm. 91.

³³Soetrisno Hadi, *Metodologi Reseach 2*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984), hlm.136

strategi komunikasi BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar.

b. *Interview* (Wawancara)

Metode interview adalah metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.³⁴ Metode ini menggunakan pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara penulis dengan nara sumber yakni pihak BNNP DIY dengan sistem *interview* bebas tetapi tetap berpedoman pada ketentuan yang telah ditetapkan oleh penulis.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah suatu teknik dimana data diperoleh dari dokumentasi yang ada pada benda-benda tertulis; buku-buku, notulensi, peraturan-peraturan, catatan-catatan harian dan sebagainya.³⁵

Adapun yang dimaksud dokumentasi dalam penelitian ini adalah:

- 1) Laporan-laporan konfidensial yaitu laporan yang ditulis setelah peristiwa terjadi, seperti laporan pertanggung jawaban atau buku catatan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh instansi yang diteliti.

³⁴*Ibid.* hlm. 136.

³⁵Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 54.

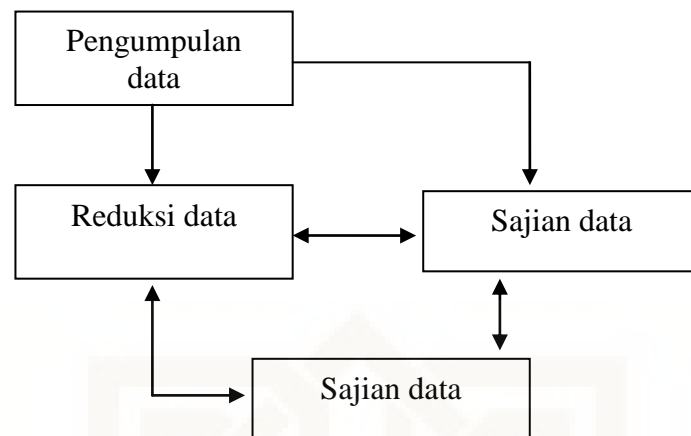
- 2) Laporan umum yaitu laporan tentang suatu kegiatan yang ditulis atau disampaikan oleh surat kabar jurnal atau media lain sebagai penunjang dalam penelitian ini yang berkaitan dengan fokus objek penelitian.
- 3) Dokumen resmi yang berada di institusi yang diteliti.
- 4) Buku-buku atau sumber data lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang sifatnya tertulis seperti, struktur organisasi dan susunan pengurus, program kerja, visi, misi dan sejarah berdirinya.

4. Analisis Data

Adapun teknik digunakan peneliti dalam menganalisa data adalah analisis interaktif (Miles & Huberman).³⁶ Dimana tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasinya, aktivitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Aktivitas peneliti bergerak diantara tiga komponen analisis yang ada untuk kemudian pengumpulan data pada setiap unitnya dengan memanfaatkan semua waktu yang ada. Untuk lebih jelasnya, proses analisis interaktif dapat digambarkan dengan skema berikut:

³⁶ *Ibid*, hlm. 96



Proses reduksi data dilakukan oleh peneliti dengan jalan menyeleksi, menfokuskan serta menyederhanakan catatan lapangan yang didapat dari hasil pengumpulan data. Hasil reduksi data disajikan dalam bentuk narasi/catatan yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Simpulan-simpulan yang sudah ada diperkuat terus-menerus dan diverifikasikan sampai dengan akhir penelitian.

Analisis kualitatif ini dilakukan dengan menempuh langkah, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan strategi komunikasi yang meliputi peran komunikator, media yang digunakan, pesan yang disampaikan dan efek yang ditimbulkan dalam proses komunikasi BNNP DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar.

5. Metode Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memenuhi standart penelitian (*disciplined inquiry*) maka, penulis menetapkan beberapa kriteria utama guna menjamin

keabsahan data hasil penelitian. Menurut Lincoln dan Guba, paling sedikit ada empat standar keabsahan data, yaitu:³⁷

6. Standar Kredibilitas

Standar kredibilitas ini indentik dengan validitas internal dalam penelitian kualitatif. Agar hasil penelitian kualitatif memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta di lapangan (informasi yang digali dari subyek atau partisipan yang diteliti),

Penelitian ini penulis menggunakan standar kredibilitas dengan beberapa upaya sebagai berikut:

- 1) Memperpanjang keikutsertaan dalam pengumpulan data dilapangan.
- 2) Melakukan observasi secara berkala baik di lembaga terkait atau pada kegiatan yang dilaksanakan yang berkaitan.
- 3) Melakukan teknik trigulasi, yakni trigulasi metode (menggunakan lintas metode pengumpulan data yang sesuai), trigulasi sumber data (memilih sumber data yang sesuai) dan trigulasi pengumpulan data (mengumpulkan data secara terpisah).
- 4) Melakukan analisis atau kajian khusus negatif, yang dapat dimanfaatkan sebagai kasus pembandingan.
- 5) Melacak kesesuaian dan kelengkapan hasil analisis data.

³⁷Burham Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.m59-62.

BAB IV

PENUTUP

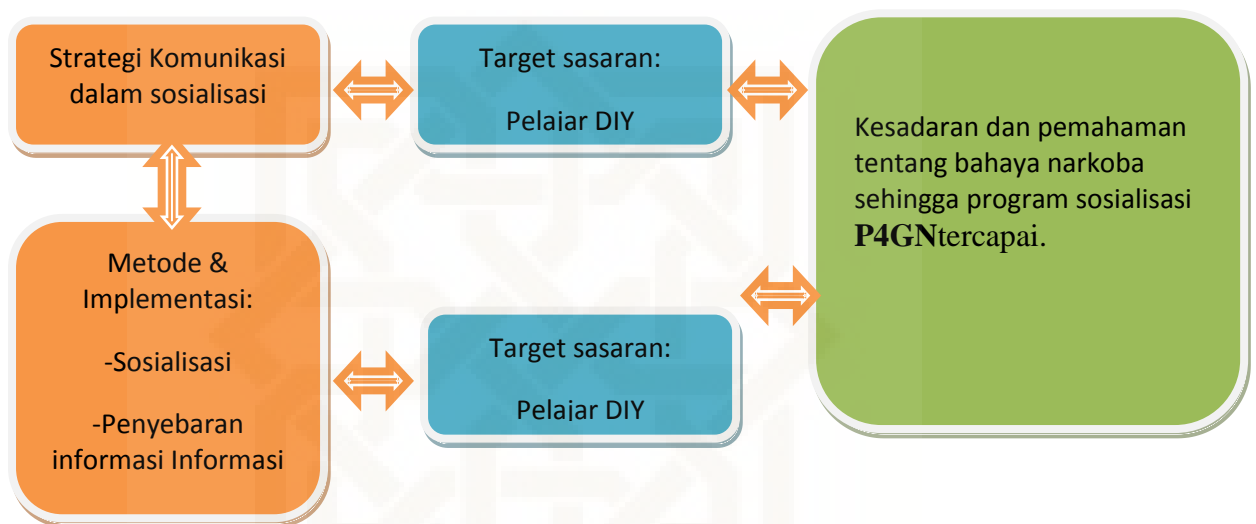
A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi Badan Narkotika Provinsi DIY dalam sosialisasi peningkatan imunitas terhadap pelajar, bahwa strategi komunikasi yang diterapkan bidang pencegahan dan desiminasi sesuai dengan apa yang telah ditargetkan dan ditetapkan. Dari hasil penelitian, dibuat beberapa catatan sebagai kesimpulan akhir, diantaranya:

1. Badan Narkotika Provinsi DIY, membuat langkah-langkah strategi sebelum melaksanakan sosialisasi peningkatan imunitas terhadap para pelajar yang ada di DIY. Langkah-langkah tersebut terdiri dari lima langkah yaitu: identifikasi masalah & analisis *audien*, penetapan tujuan komunikasi, penyusunan pesan, pemilihan media dan evaluasi. Serta tiga langkah strategi dalam implementasinya, yaitu: Strategi Sosialisasi melalui seminar dan forum diskusi, pertunjukan seni budaya dan penyampaian pesan melalui media. Semua strategi yang digunakan akan saling berkaitan dan melengkapi dengan strategi/metode yang lainnya.
2. Dalam implementasinya, BNNP DIY lebih sering melakukan sosialisasi melalui seminar dan forum diskusi ketimbang dari dua strategi lain yang telah digunakan seperti: pertunjukan seni budaya dan strategi melalui media. Sedangkan dalam penggunaan media tidak hanya ditujukan terhadap pelajar melainkan juga kepada masyarakat umum.

Gambar. 2

Proses Komunikasi BNNP DIY

**B. Saran**

Efektivitas dan pencapaian dalam rencana sosialisasi merupakan faktor penting dalam mencapai tujuan utama BNNP DIY dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba, yakni memberikan informasi sebanyak mungkin kepada para pelajar akan bahaya penyalahgunaan narkoba agar imunitas mereka semakin meningkat dan menjadikan generasi yang bebas narkoba. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang hendak peneliti sampaikan. Tentunya saran-saran ini bertujuan agar kinerja BNNP DIY semakin meningkat dan target Yogyakarta pada khususnya dan Indonesia pada umumnya bersih narkoba 2015 dapat terwujud.

1. Sosialisasi yang diberikan kepada pelajar biasanya yang paling sering seputar bahaya atau dampak yang ditimbulkan penyalahgunaan narkoba dari segi medis dan psikis. Materi yang diberikan hendaknya juga berisikan ajaran-ajaran agama lebih ditambah lagi. Dalam Islam penggunaan narkoba diharamkan, juga menurut agama-agama lain penggunaan narkoba dilarang. Dengan menyentuh nilai religius, diharapkan para pelajar semakin kuat mentalnya untuk menolak menggunakan narkoba.
2. Bagi pemakai narkoba hendaknya tidak hanya ditindak secara hukum, namun rehabilitasi dan penyadaran jauh lebih penting, sedangkan hukuman bagi pengedar harusnya diperberat.

DAFTAR PUSTAKA

Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1997)

Djamalul Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996)

Onong Uchyana, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda, 1993)

Susiana Dewi Wulandari, *Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarrot Srimartani Piyungan Bantul dalam Membina Akhlak Karimah Anak-Anak Asuh*. (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2000)

Imroat, *Strategi Komunikasi Tokoh Agama Dalama Memerangi Penyakit Masyarakat di Desa Pleret Bantul Yogyakarta*. (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 1999)

Pusat Bahasa Depertemen Pendidikan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005)

Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001)

Rafi udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), 1997)

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000)

Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004)

Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), Cet. Ke-1

Ronny Adhikarya, Ph.D., *SEC (strategic extension campaign), A case-study of FAO's experiences*, Rome, Italy, 1994
H.M. Kholili, Program Pariwisata Rohani Di Yogyakarta (Perencanaan Komunikasi), (Bandung, 1997),

Moh. Nadzir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia, 1998)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, Bina Aksara, 1989)

Soetrisno Hadi, *Metodologi Reseach 2*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984),

Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, Bina Aksara, 1989),

Burham Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)

Website:

<http://p-diy.com/page-8-sejarah.html>

<http://www.sridianti.com/sistem-imunitas-manusia.html> (diakses 19 September 2013 jam 8.49 pm)

Laporan / Jurnal:

Direktorat Tindak Pidana Narkoba BNNP DIY, Maret 2012

Ringkasan Eksekutif, *Survei Nasional Perkembangan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba Pada Kelompok Pelajar dan Mahasiswa di 16 Provinsi di Indonesia Tahun 2011.*

Laporan Akuntabelitas Kinerja Instansi Pemerintah Badan Narkotika Nasional Propensi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013.

Laporan, *Penyelenggaraan Sosialis Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) terhadap para pelajar tahun 2013 (Angkatan I)*, BNNP DIY, 2013

Laporan, *Penyelenggaraan Sosialis Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) terhadap para pelajar tahun 2013 (Angkatan II)*, BNNP DIY, 2013

Laporan, *Penyelenggaraan Sosialis Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) terhadap para pelajar tahun 2013 (Angkatan III)*, BNNP DIY, 2013

Laporan, *Penyelenggaraan Sosialis Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) terhadap para pelajar tahun 2013 (Angkatan IV)*, BNNP DIY, 2013