

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Manajemen kampanye merupakan satu kesatuan utuh dalam pengelolaan program kehumasan suatu lembaga, baik itu dalam humas pemerintah maupun swasta. Kegiatan kampanye yang harus diaplikasikan secara terstruktur untuk mendapatkan efek yang diinginkan kemudian dikombinasikan dengan tahapan yang ada dalam manajemen berupa proses identifikasi, perancangan, pelaksanaan dan evaluasi guna menghasilkan program kehumasan yang efektif bagi suatu lembaga.

Kegiatan manajemen kampanye *public relations* juga diterapkan dalam lembaga Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. Peneliti tertarik meneliti mengenai manajemen kampanye pada Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat karena mengamati peredaran narkoba di berbagai kota atau kabupaten di Jawa Barat selalu ditemukan kasus yang sama tiap tahunnya. Provinsi Jawa Barat yang memiliki luas 35.377,76 Km² dan dengan jumlah penduduk sebanyak 46.497.175 juta jiwa menjadi urutan kelima dalam peredaran narkoba di Indonesia.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti kutip dari *sindonews.com* pada tanggal 9 Februari 2019, Kepala Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat, Brigjen Polisi Sufyan Syarif saat diwawancarai pada tanggal 2 September 2018 menjelaskan bahwa Provinsi Jawa Barat berada di peringkat kelima wilayah rawan peredaran narkoba. Hal itu disebabkan karena Jawa Barat memiliki pintu masuk

udara, bandara internasional, dan penduduk yang besar kemudian menjadi pasar menggiurkan bagi para pengedar narkoba. Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa Jawa Barat menjadi daerah yang darurat narkoba pada saat ini dari peredarannya yang mudah masuk ke daerah-daerah baik itu di desa ataupun di kota. Berdasarkan data pra penelitian tersebut dapat dilihat bahwa setiap lapisan masyarakat memiliki kewajiban untuk menekan peredaran narkoba di Provinsi Jawa Barat.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat bertanggung jawab dalam menangani permasalahan penyalahgunaan narkoba di Jawa Barat. Banyak kasus yang telah diungkap oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk setiap tahunnya guna melihat bagaimana peredaran narkoba di Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari *rri.co.id* pada tanggal 02 Februari 2019, penyalahgunaan narkoba di Provinsi Jawa Barat meningkat 75% sepanjang tahun 2017 dengan terungkapnya 73 kasus penyalahgunaan narkoba. Tahun 2018 kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Jawa Barat mengalami penurunan menjadi 60% dengan terungkapnya 55 kasus penyalahgunaan narkoba.

Masyarakat menggunakan narkoba disebabkan oleh banyak faktor, dikutip dari Jurnal Sosiatri-Sosiologi, Volume 3, Nomor 3, Tahun 2015 faktor seseorang mengkonsumsi narkoba ialah kondisi kejiwaan, faktor pergaulan, konflik keluarga, emosi dan lingkungan pendidikan. Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat secara berkelanjutan memiliki strategi yang baik dalam mensosialisasikan dan mengkampanyekan program-program kepada masyarakat guna menghindari narkoba,

memberantas peredarannya, dan melakukan rehabilitasi guna pulih dari kecanduan akibat mengonsumsi obat-obatan terlarang tersebut.

Program baru yang diluncurkan oleh Badan Narkotika Nasional adalah program Desa Bersinar. Program ini kemudian disosialisasikan ke seluruh Indonesia dan dilaksanakan oleh tiap Badan Narkotika Nasional di setiap provinsi, salah satunya di provinsi Jawa Barat. Program Desa Bersinar pertama digalakkan sejak bulan Oktober tahun 2018 dan kemudian dilaksanakan peresmian buku panduan Desa Bersinar di Kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat pada tanggal 19 November 2018. Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari *Republika.co.id* pada tanggal 23 Januari 2019.

Program Desa Bersinar hadir karena menurut Deputi Pencegahan Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia, Ali Djohardi Wirogioto saat diwawancarai oleh *Republika.co.id*, beliau menuturkan bahwa saat ini terjadi kesenjangan antara generasi Z dan milenial yang lahir tahun 2000-an. Kesenjangan tersebut menurut beliau memudahkan masuknya narkoba ke Indonesia, untuk mengatasi hal tersebut, generasi Z yang sekarang menjadi orangtua harus mampu beradaptasi dengan kehidupan generasi milenial. Pernyataan tersebut merupakan fakta yang tak bisa dianggap sebelah mata oleh masyarakat Indonesia karena peredaran narkoba dimudahkan oleh kecerdasan generasi milenial pada saat ini dalam memanfaatkan teknologi dan kemudian menyalahgunakan kecanggihan teknologi tersebut untuk melakukan tindakan kriminal, salah satunya pengedaran narkoba dan zat berbahaya lainnya.

Kampanye program Desa Bersinar dilakukan oleh Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat kepada seluruh Badan Narkotika Nasional yang ada di setiap Kabupaten atau Kota di Jawa Barat. Kabupaten atau kota yang telah menindaklanjuti program tersebut di tahun 2018 ialah Kota Bogor, Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Ciamis, Kota Bandung, Kabupaten Cianjur, dan Kabupaten Sukabumi. Program Desa Bersinar akan terus dioptimalkan pada tahun 2019 di seluruh Provinsi Jawa Barat oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. Kampanye program Desa Bersinar yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat tidak akan pernah optimal jika semua lapisan tidak saling bahu-membahu dalam program tersebut, lembaga pemerintah, pihak kepolisian, dan masyarakat saja tidak akan bisa membuat penyebaran informasi program Desa Bersinar sampai kepada masyarakat yang tinggal di daerah terpencil dan jauh dari pusat kota.

Berdasarkan hal tersebut maka dibutuhkan pula penyebaran informasi oleh media, baik itu media cetak ataupun media online yang ada di Indonesia untuk membantu penyebarluasan informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui bahaya dari peredaran narkoba dan penyalahgunaannya. Kerjasama antara pemerintah, pihak kepolisian, masyarakat dan media menjadikan kampanye program Desa Bersinar menjadi lebih efektif lagi di tahun 2019 dan melebihi target di tahun 2018 yang telah dilaksanakan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan latar belakang penelitian, Adapun model yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah model manajemen kampanye dari Leon Ostergaard dengan

tahapan identifikasi, perancangan, pelaksanaan dan evaluasi. Model ini digunakan karena berkaitan erat dengan permasalahan yang peneliti temukan di lapangan. Pendekatan yang peneliti gunakan ialah pendekatan interpretif dan paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan paradigma konstruktivisme yang menjabarkan bahwa pengetahuan manusia terhadap satu dan lain hal merupakan hasil dari pemaknaan dan konstruksi manusia tersebut serta tidak dapat digeneralisasikan dan disamakan dengan pemikiran orang lain. Metode penelitian yang peneliti gunakan ialah metode deskriptif guna menggambarkan dan menjabarkan Manajemen Kampanye *Public Relations* Pemberantasan Narkoba Melalui Program “Desa Bersinar”.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu “Manajemen Kampanye *Public Relations* Pemberantasan Narkoba Melalui Program “Desa Bersinar” (Studi Deskriptif pada Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat)”.

Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses identifikasi kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” ?
2. Bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan melakukan proses perancangan kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” ?

3. Bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan melakukan proses pelaksanaan kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” ?
4. Bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses evaluasi kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” ?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses identifikasi kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar”.
2. Untuk mengetahui bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses perancangan kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar”.
3. Untuk mengetahui bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses pelaksanaan kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar”.
4. Untuk mengetahui bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses evaluasi kampanye *public relations* pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar”.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang ilmu komunikasi hubungan masyarakat, khususnya mengenai kajian kampanye *public relations*. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif mengenai manajemen kampanye *public relations* perkembangan komunikasi yang merujuk pada Studi Deskriptif dan juga memberikan penjabaran bagaimana humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melakukan proses manajemen kampanye pemberantasan narkoba melalui program “Desa Bersinar” yang meliputi identifikasi, perancangan, pelaksanaan dan evaluasi.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada humas lembaga pemerintah ataupun swasta tentang proses manajemen kampanye *public relations* yang baik, sehingga program yang dibuat oleh lembaga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan berpengaruh secara positif di masyarakat.

1.5. Landasan Pemikiran

1. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka dalam penelitian akan diawali penjabaran hasil penelitian sebelumnya. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian yang dianggap relevan sebagai bahan masukan dan pembanding lalu kemudian

mengklasifikasikan penelitian tersebut berdasarkan persamaan dan perbedaannya.

Pertama, penelitian berupa skripsi yang diteliti oleh Anne Maulidiani Della mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2017 dengan judul “Manajemen Kampanye ‘Yuk Nabung Saham’ oleh PT. Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh saudari Anne menjabarkan bagaimana proses identifikasi, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari manajemen kampanye yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Meitsara dilakukan di PT. Bursa Efek Indonesia, berbeda dengan peneliti melakukan penelitian di Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terjadi pada konsep yang digunakan Anne yaitu konsep manajemen kampanye, berbeda dengan peneliti yaitu konsep *POAC*. Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya membahas mengenai tema manajemen kampanye yang dilakukan oleh humas suatu lembaga dalam mensosialisasikan program lembaga.

Kedua, penelitian berupa skripsi yang diteliti oleh Lia Riski mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2017 dengan judul “Manajemen Kampanye Bahaya Merokok Melalui Iklan Layanan Masyarakat Televisi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen kampanye bahaya merokok melalui iklan layanan masyarakat televisi Kementerian Kesehatan melakukan empat tahap yaitu identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perbedaan penelitian antara penelitian terdahulu oleh Lia Riski dan peneliti ialah terletak pada tempat penelitian dan juga konsep yang

digunakan, yaitu *4 steps PR* dan *POAC*. Persamaan antara kedua penelitian ini ialah keduanya saling membahas bagaimana pentingnya proses yang dilakukan oleh humas suatu lembaga dalam memberi pengaruh positif kepada masyarakat melalui program.

Ketiga, penelitian berupa jurnal yang diteliti oleh Seftia Rahmaning Tyas, Hanny Hafiar, dan Anwar Sani mahasiswa Universitas Padjajaran dengan judul “Manajemen Kampanye Eliminasi Kaki Gajah Dalam Upaya Peningkatan Kesehatan Di Kabupaten Bogor” volume 2, nomor 1, tahun 2017. Hasil dari jurnal ini menjelaskan bahwa permasalahan yang diangkat ialah mengenai masalah kesehatan dan sosial yang terjadi di masyarakat, khususnya di Kabupaten Bogor. Kampanye yang dilakukan bertujuan untuk mengurangi penyebaran virus kaki gajah di masyarakat secara terencana. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada masalah dan tempat penelitian. Masalah yang dipilih peneliti terdahulu ialah mengenai eliminasi kaki gajah dan sedangkan peneliti sendiri mengambil masalah mengenai pemberantasan narkoba. Tempat penelitian juga berbeda, peneliti terdahulu melakukan penelitian di Kabupaten Bogor, dan peneliti di Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah menggunakan teori atau model yang sama, yaitu model Ostergaard dengan tahapan identifikasi, perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Keempat, penelitian berupa jurnal yang diteliti oleh Alodia Libertine Chandra mahasiswa Universitas Petra Surabaya dengan judul “Strategi

Kampanye “Breast Cancer Awareness Month” ” volume 2, nomor 1, tahun 2014. Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa kampanye yang dilakukan untuk peringatan bulan kanker payudara melalui tahapan analisis, situasi, strategi, implementasi, dan evaluasi. Perbedaan penelitian antara peneliti dan penelitian terdahulu terletak di tempat penelitian dan model yang digunakan, peneliti terdahulu melakukan penelitian pada masyarakat Surabaya dan menggunakan model perencanaan dan manajemen kampanye, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dan juga menggunakan model Ostergaard. Persamaan penelitian antar keduanya yaitu mengangkat tema kampanye *public relations* dan berupaya mencari tahapan mana yang paling efektif dilakukan pada suatu lembaga.

Kelima, penelitian berupa jurnal yang diteliti oleh Indah Tri Misnawati mahasiswa Universitas Mulawarman dengan judul “Strategi Komunikasi Pada Kampanye Perlindungan Orangutan Oleh LSM Centre For Orangutan Protection Di Samarinda, Kalimantan Timur” volume 1, nomor 4, tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat serangkaian strategi komunikasi dalam melakukan kampanye perlindungan orangutan di Samarinda. Serangkaian tindakan dibagi dalam lingkup komunikasi dan juga kampanye. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada permasalahan dan tempat penelitian. Permasalahan yang peneliti terdahulu mengenai terancam punahnya orangutan dan tempat penelitiannya di Samarinda. Persamaan penelitian terdahulu dengan

penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tema yang diangkat, yaitu kampanye *public relations* dan model yang digunakan sama-sama menggunakan model Otergaard.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Anne Maulidian i Della	“Manajemen Kampanye ‘Yuk Nabung Saham’ oleh PT. Bursa Efek Indonesia”	Kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan oleh saudari Anne menjabarkan bagaimana proses identifikasi, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari manajemen kampanye yang dilakukan.	Penelitian yang dilakukan oleh Meitsara dilakukan di PT. Bursa Efek Indonesia, berbeda dengan peneliti melakukan penelitian di BADAN NARKOT	Persamaan dari kedua penelitian adalah keduanya membahas mengenai tema manajemen kampanye yang dilakukan oleh humas suatu lembaga dalam mensosialisasikan program

					IKA NASION AL Provinsi Jawa Barat. Perbedaan penelitian juga terjadi pada konsep yang digunakan Anne yaitu konsep manajeme n kampanye, berbeda dengan peneliti yaitu konsep <i>POAC</i> .	lembaga.
2.	Lia Riski	“Manajemen Kampanye Bahaya Merokok Melalui Iklan	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen	Perbedaan penelitian antara penelitian terdahulu	Persamaan antara kedua penelitian ini ialah

		Layanan Masyarakat Televisi”		kampanye bahaya merokok melalui iklan layanan masyarakat televisi Kementerian Kesehatan melakukan empat tahap yaitu identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.	oleh Lia Riski dan peneliti ialah terletak pada tempat penelitian dan juga konsep yang digunakan , yaitu 4 <i>steps PR</i> dan <i>POAC</i> .	keduanya saling membahas bagaimana pentingnya proses yang dilakukan oleh humas suatu lembaga dalam memberi pengaruh positif kepada masyarakat melalui program.
3.	Seftia Rahmaning Tyas, Hanny Hafiar, dan Anwar Sani	“Manajemen Kampanye Eliminasi Kaki Gajah Dalam Upaya Peningkatan Kesehatan Di Kabupaten Bogor”	Kualitatif	Hasil dari jurnal ini menjelaskan bahwa permasalahan yang diangkat ialah mengenai masalah kesehatan dan sosial	Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada masalah dan tempat penelitian.	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti adalah menggunakan teori

				<p>yang terjadi di masyarakat, khususnya di Kabupaten Bogor. Kampanye yang dilakukan bertujuan untuk mengurangi penyebaran virus kaki gajah di masyarakat secara terencana.</p>	<p>Masalah yang dipilih peneliti terdahulu ialah mengenai eliminasi kaki gajah dan sedangkan peneliti sendiri mengambil masalah mengenai pemberantasan narkoba. Tempat penelitian juga berbeda, peneliti terdahulu melakukan penelitian di Kabupaten Bogor,</p>	<p>atau model yang sama, yaitu model Ostergaard dengan tahapan identifikasi, perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi.</p>
--	--	--	--	---	---	--


					dan peneliti di Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.	
4.	Alodia Libertine Chandra	“Strategi Kampanye “Breast Cancer Awareness Month” ”	Kualitatif	Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa kampanye yang dilakukan untuk peringatan bulan kanker payudara melalui tahapan analisis, situasi, strategi, implementasi , dan evaluasi.	Perbedaan penelitian antara peneliti dan penelitian terdahulu terletak di tempat penelitian dan model yang digunakan , peneliti terdahulu melakukan penelitian pada masyarakat Surabaya dan mengguna	Persamaan penelitian antar keduanya yaitu mengangka t tema kampanye <i>public relations</i> dan berupaya mencari tahapan mana yang paling efektif

					kan model perencanaan dan manajemen kampanye, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dan juga menggunakan model Ostergaard.	dilakukan pada suatu lembaga.
5.	Indah Tri Misnawati	“Strategi Komunikasi Pada Kampanye Perlindungan Orangutan Oleh LSM	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat serangkaian strategi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian

		Centre For Orangutan Protection Di Samarinda, Kalimantan Timur”		komunikasi dalam melakukan kampanye perlindungan orangutan di Samarinda. Serangkaian tindakan dibagi dalam lingkup komunikasi dan juga kampanye.	peneliti terletak pada permasalahan dan tempat penelitian. Permasalahan yang peneliti terdahulu mengenai terancam punahnya orangutan dan tempat penelitian nya di Samarinda .	yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tema yang diangkat, yaitu kampanye <i>public relations</i> dan model yang digunakan sama-sama menggunakan model Otergaard.
--	--	---	--	--	---	---

2. Landasan Teoritis

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model manajemen kampanye Ostergaard. Venus (2009:18) dalam bukunya menyebutkan bahwa model kampanye Ostergaard menjabarkan sebuah rancangan program kampanye untuk perubahan sosial harus didukung oleh temuan-temuan ilmiah. Alasannya karena program kampanye ditujukan untuk menimbulkan efek dalam menanggulangi masalah sosial yang dihadapi. Tahapan yang harus dilakukan dalam model ini adalah sebagai berikut:

- 
- a. Identifikasi masalah
 - b. Perancangan
 - c. Pelaksanaan
 - d. Evaluasi

3. Kerangka Konseptual

a. Definisi Manajemen Kampanye

Kegiatan manajemen selalu dibutuhkan dalam setiap lembaga atau perusahaan yang mengedepankan kualitas kerjasama tim karena manajemen dapat menjadikan sistem kerja dalam suatu lembaga menjadi satu kesatuan dan terarah. Suprpto(2009:22) dalam bukunya menjelaskan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang khas, dikatakan khas karena manajemen melakukan berbagai tahap dalam alurnya yang terdiri dari tindakan-tindakan, yaitu melakukan proses perencanaan dilanjutkan ke proses pengorganisasian, penggiatan dan pengawasan. Tindakan tersebut dilakukan guna meraih sasaran yang

sebelumnya telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia maupun sumber lainnya.

Rogers dan Storey (1978) dalam buku Manajemen Kampanye karya Antar Venus (2009:7) menjelaskan bahwa manajemen merupakan suatu rangkaian tindakan komunikasi yang telah direncanakan dan bertujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak dengan dilakukan secara berkelanjutan dalam waktu tertentu.

Manajemen kampanye merupakan kegiatan kampanye yang harus diaplikasikan dengan terstruktur dan terorganisasi guna mendapatkan efek yang diinginkan dari khalayak melalui berbagai tahapan diawali dari identifikasi, perencanaan hingga evaluasi guna menghasilkan program atau kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya secara terencana dapat terlaksana dengan baik. (Venus, 2009:26)

b. Definisi *Public Relations*

Public Relations dapat dikatakan sebagai fungsi manajemen untuk membina hubungan baik dan mendapatkan citra positif dari publik terhadap perusahaan atau instansi tersebut. (Firsan, 2011:20) dalam bukunya menerangkan bahwa *public relations* merupakan bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi perusahaan, organisasi pemerintah dan lembaga lainnya yang kemudian menjadikan profesi seorang *public relations* melakukan serangkaian fungsi komunikasi, menjalin hubungan dengan masyarakat, hubungan dengan pelanggan,

mampu melakukan manajemen krisis, menulis, melakukan mediasi antar dua pihak atau lebih, melakukan publisitas dan pidato.

Serangkaian kegiatan dalam lembaga atau institusi merupakan hal yang harus dikuasai oleh profesi *public relations* untuk meraih kepercayaan internal maupun eksternal dari lembaga. *Public Relations* pada perkembangan teknologi komunikasi dan globalisasi saat ini sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau organisasi karena *Public Relations* merupakan ujung tombak perusahaan atau organisasi, menyangkut kepentingan umum atau hubungan dengan publik.

c. Definisi Pemberantasan Narkoba

Narkoba merupakan singkatan dari narkotika dan obat-obatan terlarang atau juga lebih dikenal narkotika, psikotropika dan zat adiktif (NAPZA) adalah bahan atau zat yang dapat mempengaruhi kondisi kejiwaan atau psikologis seseorang (pikiran, perasaan, dan perilaku) serta dapat menimbulkan ketergantungan fisik dan psikologi. Maka dari itu pemberantasan narkoba merupakan upaya terstruktur untuk menghentikan peredaran narkoba semakin meningkat di masyarakat.

d. Definisi Desa Bersinar

Desa Bersinar merupakan program yang dikeluarkan oleh Badan Narkotika Nasional dan bekerjasama dengan aparat pemerintah di seluruh Indonesia untuk mewujudkan pemberantasan narkoba di seluruh Indonesia, diawali terlebih dahulu di setiap desa yang ada di seluruh Indonesia. Desa Bersinar memiliki arti Desa Bersih dari Narkoba.

1.6. Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat, Jl.H. Hasan No. 01 Soekarno Hatta, Kota Bandung, Jawa Barat. Fokus penelitian ini adalah Divisi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dan bidang yang bertugas melaksanakan fungsi Humas berkaitan dengan program “Desa Bersinar”, peneliti memilih tempat penelitian tersebut karena sesuai dengan tema penelitian yang peneliti ambil.

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik. Paradigma konstruktivistik menekankan pada aksi sosial dan memiliki relativitas nilai. (Ardianto,2007:154) dalam bukunya menerangkan bahwa konstruktivisme menegaskan pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Konstruktivisme merupakan salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi dari diri kita sendiri. Pendekatan interpretif dilakukan dengan dasar dalam penelitian sosial yang lebih peduli untuk meraih pemahaman tegas dibandingkan menguji hukum seperti berbagai teori perilaku manusia.

1.6.3. Metode Penelitian

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi. Penelitian deskriptif menjadikan peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian di masyarakat tanpa memberikan perlakuan

khusus terhadap peristiwa tersebut. Variabel yang diteliti dapat berupa satu variabel dan juga lebih dari satu variabel.

(Ruslan, 2003:15) dalam bukunya menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan tentang masyarakat atau suatu kelompok tertentu atau gambaran dari suatu gejala atau hubungan antara dua gejala bahkan lebih dengan menggunakan metode survei.

Berdasarkan penelitian yang akan peneliti ambil yaitu mengenai Manajemen Kampanye *Public Relations* Pemberantasan Narkoba Melalui Program “Desa Bersinar”, maka peneliti akan menggali lebih dalam dan menjabarkan proses manajemen kampanye tersebut.

1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif karena penelitian yang hendak peneliti teliti ialah dengan menggunakan metode kualitatif.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1) Sumber data primer

Sumber rujukan pertama dan utama dalam penelitian ini ialah kepada Divisi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

2) Sumber data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari literatur dan data penunjang lain yang saling berkaitan erat dengan tema penelitian yang peneliti ambil, yaitu bahan pustaka pendukung teori, *website*, buku dan lain sebagainya.

1.6.5. Penentuan Informan

(Moloeng, 2007:132) dalam bukunya menjelaskan bahwa informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi atau kondisi latar penelitian. Informan pun maka harus banyak pengalaman mengenai latar belakang penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini ditentukan dengan syarat sebagai berikut:

- a. Informan adalah bagian dari Divisi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dengan alasan informan merupakan anggota yang berkaitan dengan kegiatan kehumasan.
- b. Informan adalah *staff* atau pegawai yang telah bekerja minimal selama satu tahun dengan alasan *staff* yang telah satu tahun bergabung menjadi lebih pengalaman dan terpercaya.

1.6.6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara Mendalam (*Indept Interview*)

Wawancara mendalam merupakan suatu kegiatan percakapan dengan maksud tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak pewawancara dan pihak yang diwawancarai.

Wawancara ini bertujuan untuk memverifikasi, mengubah dan memperluas pemikiran yang telah dikembangkan oleh peneliti. Pelaksanaan wawancara peneliti akan mewawancarai sekurangnya lima orang anggota aktif di Divisi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat.

b. Observasi Partisipasi Pasif

Sugiyono (2012:227) menggolongkan observasi partisipasi ke dalam empat golongan, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, observasi yang terang dan tersamar dan observasi lengkap. Partisipasi pasif dapat diartikan ialah sebuah observasi kegiatan yang akan diamati akan tetapi peneliti tidak terlibat secara aktif dan secara langsung pada kegiatan kehumasan di lembaga tersebut.

Peneliti akan melakukan observasi partisipasi pasif dengan cara mengamati kegiatan Divisi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam manajemen kampanye Desa Bersinar. Jenis observasi yang peneliti gunakan merupakan observasi tidak langsung, karena peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian.

1.6.7. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan dan memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola dan memutuskan apa yang dapat diceritakan atau dijabarkan pada orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan pada proses pengumpulan data berlangsung secara interaktif dan terus menerus hingga selesai.

Berikut beberapa aktivitasnya:

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan sangat banyak, untuk itu perlu dicatat secara terperinci dan detail. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal penting, pencarian tema dan pola, maka data yang telah direduksi akan memberikan kemudahan dalam pengumpulan dan pencarian data yang dibutuhkan.

b. Penyajian data

Tahap selanjutnya setelah data direduksi ialah mendisplaykan data, pada penelitian kualitatif maka penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

c. Penarikan kesimpulan/ Verifikasi

Tahap terakhir dalam analisis data ialah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang akan dikemukakan masih bersifat sementara, maka dari itu dibutuhkan bukti-bukti yang kuat. Apabila kesimpulan awal dapat didukung dengan bukti yang valid dan juga konsisten saat kembali ke lapangan, maka kesimpulan merupakan kesimpulan yang kredibel.

9. Rencana Kegiatan

Tabel 1.2

Rencana Kegiatan

No	Daftar Kegiatan	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019
1.	Observasi lapangan dan pengumpulan data							
	Pengumpulan data proposal penelitian							
	Penyusunan proposal penelitian							
	Bimbingan proposal							
	Revisi proposal penelitian							

2.	Usulan Penelitian							
	Sidang Usulan Penelitian							
	Revisi Usulan Penelitian							
3.	Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan penelitian							
	Analisis data							
	Penulisan laporan							
	Bimbingan skripsi							
4.	Sidang skripsi							
	Bimbingan akhir skripsi							
	Sidang skripsi							
	Revisi skripsi							

Sumber : Hasil Olahan Peneliti



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG