

STRATEGI KOMUNIKASI BNN DAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP BAHAYA NARKOBA

Lasria sinambela1), Nur Istiqamah Desiana2)

Universitas Mpu Tantular1); Universitas Almarisah Madani2)

lasria@mputantular.ac.id; istydesiana1234@gmail.com

Abstrak

Penyalahgunaan narkoba masih menjadi salah satu permasalahan besar di Indonesia yang berdampak serius terhadap kualitas generasi muda. Komunikasi memiliki peran penting dalam upaya pencegahan, sebab strategi penyampaian pesan yang efektif dapat memengaruhi tingkat kesadaran masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) terhadap kesadaran masyarakat mengenai bahaya narkoba. Metode penelitian yang digunakan adalah survei eksplanatif dengan teknik *quota sampling*. Responden berjumlah 61 orang warga RW 006 Kelurahan Kebon Pala, Jakarta Timur. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis melalui korelasi Pearson, regresi sederhana, serta uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara strategi komunikasi BNN dengan kesadaran masyarakat ($r = 0,807$). Uji regresi juga membuktikan adanya pengaruh signifikan, meskipun kontribusinya relatif kecil, dari strategi komunikasi terhadap kesadaran masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif BNN efektif, namun masih perlu inovasi melalui media digital dan strategi kolaboratif dengan masyarakat.

Kata kunci: strategi komunikasi, BNN, kesadaran masyarakat, narkoba.

Abstract

Drug abuse remains one of the major problems in Indonesia, with serious implications for the younger generation. Communication plays a crucial role in prevention efforts, as effective strategies in message delivery can influence public awareness. This study aims to analyze the impact of the National Narcotics Agency's (BNN) communication strategies on public awareness regarding the dangers of drug abuse. An explanatory survey method was employed with quota sampling, involving 61 respondents from RW 006 Kebon Pala, East Jakarta. Data were collected through questionnaires and analyzed using Pearson correlation, simple regression, and validity-reliability tests with SPSS 23. The results show a very strong relationship between BNN's communication strategies and public awareness ($r = 0.807$). Regression analysis also indicates a significant effect, although the contribution is relatively small. The findings suggest that BNN's persuasive communication is effective but still requires innovation through digital media and collaborative community-based strategies.

Keywords: communication strategy, BNN, public awareness, drug abuse.

PENDAHULUAN

Permasalahan narkoba merupakan tantangan serius bagi bangsa Indonesia. Tidak hanya mengancam kesehatan individu, tetapi juga mengganggu stabilitas sosial, ekonomi, bahkan keamanan negara. Berdasarkan data Badan Narkotika Nasional (BNN), jumlah penyalahguna narkoba meningkat dari 531 ribu jiwa pada 2010 menjadi sekitar 5,8 juta jiwa pada 2015. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan bahwa upaya penanggulangan belum sepenuhnya efektif.

Sebagai lembaga negara yang memiliki mandat khusus dalam pemberantasan dan pencegahan penyalahgunaan narkoba, BNN tidak hanya berfokus pada penindakan hukum tetapi juga edukasi masyarakat. Strategi komunikasi yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bahaya narkoba. Tanpa strategi komunikasi yang efektif, pesan yang disampaikan berpotensi tidak dipahami atau bahkan diabaikan oleh masyarakat.

Fenomena rendahnya kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba dapat dilihat dari tingginya angka penyalahgunaan di kalangan remaja. Masa remaja merupakan fase yang rawan karena mereka cenderung mudah terpengaruh lingkungan dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Oleh sebab itu, strategi komunikasi yang diterapkan BNN harus mampu menjangkau kelompok usia muda dengan pendekatan yang persuasif, inovatif, dan sesuai perkembangan teknologi informasi.

Penelitian ini difokuskan pada warga RW 006 Kelurahan Kebon Pala, Jakarta Timur, yang dipilih karena wilayah ini merupakan representasi lingkungan perkotaan dengan kerentanan tinggi terhadap penyalahgunaan narkoba. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: Sejauh mana strategi komunikasi BNN berpengaruh terhadap tingkat kesadaran masyarakat tentang bahaya narkoba?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dapat dipahami sebagai seperangkat perencanaan dan taktik yang dirancang untuk menyampaikan pesan agar dapat diterima, dipahami, dan memberikan efek tertentu kepada audiens. Menurut Cangara (2014), strategi komunikasi bukan sekadar pemilihan media, melainkan juga bagaimana pesan disusun, siapa komunikatornya, dan bagaimana hubungan komunikator dengan komunikan.

Effendy (2011) menekankan bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan antara *planning* (perencanaan) dan *management* (pengelolaan). Artinya, komunikasi tidak boleh berlangsung spontan tanpa arah, tetapi harus disusun secara sistematis agar pesan yang disampaikan efektif dan tepat sasaran. Dalam konteks penelitian ini, BNN memerlukan strategi komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat dari berbagai usia, latar belakang, dan tingkat pendidikan.

2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah salah satu teori penting yang menjadi landasan penelitian ini. De Vito (2011) menyebutkan bahwa komunikasi persuasif bertujuan mengubah atau memengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku seseorang melalui bujukan. Persuasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyentuh sisi emosional dan rasional seseorang.

Komunikasi persuasif biasanya terdiri dari tiga komponen: a) Kognitif: perubahan pada aspek pengetahuan individu. b) Afektif: perubahan pada sikap atau perasaan individu terhadap suatu objek. c) Konatif: perubahan pada perilaku atau tindakan nyata individu.

Dalam konteks BNN, komunikasi persuasif dilakukan untuk memastikan bahwa masyarakat tidak hanya tahu tentang bahaya narkoba, tetapi juga memiliki sikap menolak dan tindakan menjauhi narkoba.

3. Kesadaran Masyarakat

Kesadaran masyarakat didefinisikan sebagai tingkat pemahaman, sikap, dan perilaku kolektif individu dalam suatu komunitas terhadap suatu isu. Menurut Sugiyono (2012), kesadaran masyarakat dapat diukur dari tiga aspek: a) Pengetahuan (cognitive awareness): sejauh mana masyarakat memahami fakta dan bahaya narkoba. b) Sikap (affective awareness): bagaimana masyarakat menilai atau merespons isu narkoba secara emosional. c) Tindakan (conative awareness): bagaimana masyarakat bertindak nyata, misalnya dengan menghindari narkoba, melaporkan penyalahgunaan, atau berpartisipasi dalam kampanye anti-narkoba.

Kesadaran yang tinggi tidak hanya berarti mengetahui informasi, tetapi juga melakukan tindakan nyata untuk pencegahan.

4. Peran BNN dalam Pencegahan Narkoba

Badan Narkotika Nasional (BNN) adalah lembaga pemerintah yang memiliki fungsi strategis dalam pencegahan dan pemberantasan narkoba. Menurut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika, BNN memiliki kewenangan dalam menyusun kebijakan, melaksanakan, hingga mengawasi program pencegahan dan pemberantasan narkoba.

Dalam fungsi pencegahan, BNN melakukan berbagai strategi komunikasi, seperti: a) Penyuluhan tatap muka di sekolah, kampus, dan komunitas. b) Kampanye media massa melalui televisi, radio, dan surat kabar. c) Kampanye digital melalui media sosial, website resmi, dan aplikasi. d) Kegiatan berbasis masyarakat seperti pelatihan, diskusi, dan lomba kreatif bertema anti-narkoba.

Efektivitas strategi komunikasi BNN sangat ditentukan oleh sejauh mana pendekatan yang digunakan sesuai dengan karakteristik audiens. Misalnya, penyuluhan formal mungkin lebih efektif untuk orang tua, sementara kampanye digital lebih efektif untuk remaja.

5. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran masyarakat. Misalnya:

- Penelitian oleh Masmuh (2010) menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dapat membentuk pola pikir dan sikap masyarakat terhadap isu tertentu.
- Penelitian Bandur (2013) menekankan pentingnya penggunaan pendekatan kuantitatif dalam mengukur efektivitas komunikasi.
- Studi Morissan (2013) membuktikan bahwa teori komunikasi modern, termasuk penggunaan media baru, dapat meningkatkan efektivitas kampanye publik.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat teori komunikasi, tetapi juga memberikan kontribusi empiris terkait strategi komunikasi BNN dalam konteks lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah masyarakat RW 006 Kelurahan Kebon Pala, Jakarta Timur. Sampel sebanyak 61 responden ditentukan dengan teknik *quota sampling* dengan kriteria: (1) warga berusia 15–18 tahun, (2) berdomisili di RW 006, dan (3) pernah mengikuti penyuluhan yang dilakukan BNN.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur variabel strategi komunikasi dan kesadaran masyarakat. Validitas diuji dengan korelasi item, sementara reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Analisis data dilakukan dengan tiga tahap:

1. Korelasi Pearson untuk melihat hubungan antara strategi komunikasi BNN (X) dan kesadaran masyarakat (Y).
2. Regresi sederhana untuk mengukur pengaruh strategi komunikasi terhadap kesadaran masyarakat.
3. Koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 61 responden yang merupakan warga RW 006 Kelurahan Kebon Pala, Jakarta Timur. Berdasarkan profil responden, komposisi jenis kelamin menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dengan persentase 54% dibandingkan perempuan sebesar 46%. Dari segi usia, responden berusia 15–18 tahun dengan distribusi yang cukup merata, yaitu 23% berusia 15 tahun, 27% berusia 16 tahun, 25% berusia 17 tahun, dan 25% berusia 18 tahun. Gambaran ini menunjukkan bahwa penelitian berhasil menyorot kelompok usia remaja yang memang termasuk kategori paling rentan terhadap penyalahgunaan narkoba.

Analisis korelasi Pearson yang dilakukan melalui SPSS 23 menunjukkan nilai r sebesar 0,807. Nilai ini berada dalam kategori “sangat kuat” menurut klasifikasi Sugiyono (2012). Hasil tersebut menandakan bahwa terdapat hubungan erat antara strategi komunikasi yang dijalankan BNN dengan tingkat kesadaran masyarakat. Artinya, semakin efektif strategi komunikasi yang dilaksanakan, semakin tinggi pula kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba. Korelasi ini memperlihatkan bahwa komunikasi bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga instrumen penting dalam membentuk pola pikir, sikap, serta tindakan masyarakat.

Selain itu, analisis regresi sederhana memperlihatkan hasil yang konsisten dengan uji korelasi. Konstanta regresi sebesar 27,161 menunjukkan bahwa tanpa adanya strategi komunikasi, tingkat kesadaran masyarakat berada pada level yang relatif rendah. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,211 menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan strategi komunikasi akan meningkatkan kesadaran masyarakat sebesar 0,211. Uji signifikansi juga menghasilkan nilai $p = 0,00$ yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi BNN memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran masyarakat.

Namun demikian, meskipun pengaruh strategi komunikasi signifikan, kontribusinya relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain di luar strategi komunikasi, seperti lingkungan keluarga, pergaulan teman sebaya, dan pengaruh media sosial, juga turut memengaruhi kesadaran masyarakat. Dengan kata lain, komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BNN memang berperan penting, tetapi belum mampu berdiri sendiri sebagai faktor penentu.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori komunikasi persuasif yang dikemukakan De Vito (2011), yang menekankan bahwa persuasi berfungsi mengubah aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (tindakan) seseorang. Dalam penelitian ini terlihat bahwa strategi komunikasi BNN mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bahaya narkoba dan membentuk sikap yang cenderung menolak penyalahgunaan narkoba. Akan tetapi, pengaruh terhadap perilaku nyata masyarakat masih belum optimal, sehingga diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih inovatif dan berkesinambungan.

Jika ditinjau dari praktiknya, strategi komunikasi yang selama ini dilakukan BNN masih cenderung konvensional, seperti penyuluhan tatap muka dan kampanye di media massa. Metode ini efektif untuk meningkatkan pengetahuan, tetapi kurang menarik minat generasi muda yang lebih akrab dengan media digital. Oleh sebab itu, perlu ada diversifikasi strategi komunikasi melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif berbasis audio-visual, serta kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan lembaga pendidikan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya membuktikan adanya hubungan kuat antara strategi komunikasi BNN dan kesadaran masyarakat, tetapi juga menegaskan perlunya inovasi dalam pendekatan komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif harus mampu menyentuh dimensi kognitif, afektif, dan konatif masyarakat sekaligus, sehingga kesadaran terhadap bahaya narkoba tidak berhenti pada tataran pengetahuan, melainkan berlanjut hingga pada tindakan nyata untuk menjauhi narkoba.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Strategi komunikasi BNN memiliki hubungan yang sangat kuat dengan tingkat kesadaran masyarakat tentang bahaya narkoba.
2. Strategi komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kesadaran masyarakat, meskipun pengaruhnya relatif kecil.
3. Tingginya korelasi menunjukkan pentingnya komunikasi persuasif dalam pencegahan narkoba, namun efektivitasnya masih harus ditingkatkan melalui inovasi.

Saran

1. BNN perlu memperluas strategi komunikasi dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital yang lebih dekat dengan generasi muda.
2. Perlu adanya kolaborasi dengan sekolah, perguruan tinggi, tokoh agama, dan komunitas lokal dalam kampanye anti-narkoba.
3. Materi sosialisasi sebaiknya dikemas lebih kreatif, misalnya dalam bentuk film pendek, podcast, musik, atau kegiatan komunitas yang menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandur, A. (2013). *Penelitian Kuantitatif: Desain dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- De Vito, J. A. (2019). *Human Communication: The Basic Course* (14th ed.). New York: Pearson.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2019). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. (2021). "Strategi Komunikasi Digital dalam Kampanye Pencegahan Narkoba di Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 145–160. <https://doi.org/10.24002/jik.v19i2>.
- Prasetyo, Y., & Rahmawati, I. (2020). "Media Sosial sebagai Instrumen Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba di Kalangan Remaja." *Jurnal Komunikasi Global*, 9(1), 55–70.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, A., & Fitriana, D. (2022). "Pengaruh Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Meningkatkan Kesadaran Publik." *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 75–88.
- Wiryanto. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- World Health Organization (WHO). (2022). *Global Status Report on Substance Use 2022*. Geneva: WHO Press.
- Badan Narkotika Nasional (BNN). (2021). *Indonesia Drugs Report 2021*. Jakarta: BNN.
- United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC). (2023). *World Drug Report 2023*. Vienna: UNODC Publishing.