

Analisis Framing Pemberitaan Pemberantasan Narkoba dan Rencana Strategi Humas Badan Narkotika Nasional

Raaf Ikhtsar Ismail¹, Iman Mukhroman^{2*}, Ikhsan Ahmad³
^{1,2,3} Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Banten, Indonesia
Email: raafikhtsar19@gmail.com, iman,mukhroman@untirta.ac.id,
ikhsan@untirta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas peran humas dalam perencanaan strategi komunikasi untuk menangani pemberitaan terkait peredaran narkoba. Berdasarkan analisis framing dari media Antara dan Detik.com, ditemukan bahwa kedua media ini menyoroti peredaran narkoba sebagai ancaman serius, dengan pemberitaan yang berfokus pada tindakan penegak hukum dan dampak sosialnya. Terkait dengan perencanaan strategi humas menggunakan model Ronald D. Smith yang meliputi empat fase: penelitian formatif, perumusan strategi, pelaksanaan taktik, dan evaluasi. Inti dari penelitian ini menekankan akan pentingnya perencanaan strategis humas yang terstruktur dan adaptif dalam menangani isu peredaran narkoba, karenanya perlu peningkatan kerja sama dengan media, alokasi sumber daya yang memadai, dan penggunaan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, diharapkan upaya pemberantasan narkoba dapat berjalan lebih efektif dan efisien serta mendapatkan dukungan penuh

Kata Kunci: Humas, Perencanaan Strategi Humas, Analisis Framing, Pemberantasan Narkoba.

Abstract

This study discusses the role of public relations in planning communication strategies to handle news related to drug trafficking. Based on framing analysis from Antara and Detik.com media, it was found that these two media outlets highlighted drug trafficking as a serious threat, with news that focused on law enforcement actions and their social impact. Related to public relations strategy planning, the Ronald D. Smith model is used which includes four phases: formative research, strategy formulation, tactical implementation, and evaluation. The core of this study emphasizes the importance of structured and adaptive public relations strategic planning in dealing with drug trafficking issues, therefore it is necessary to increase cooperation with the media, adequate resource allocation, and the use of technology to reach a wider audience. Thus, it is hoped that drug eradication efforts can run more effectively and efficiently and get full support

Keywords: Public Relations, Public Relations Strategy Planning, Framing Analysis, Drug Eradication.

Pendahuluan

Pada era digital saat ini yang semakin berkembang dan maju, peran humas (Hubungan Masyarakat) telah menjadi semakin penting dalam situasi yang krisis. Salah

satu contohnya dapat dilihat dari aspek lembaga pemerintah yang menaungi dan mengemban tugas menjaga keamanan masyarakat (Priyatna, Prastowo, Syuderajat, & Sani, 2020). Dengan citra lembaga yang seperti itu, maka penting baginya untuk dapat mempertahankan kepercayaan dari masyarakat luas, salah satu caranya dengan strategi dalam menjalin hubungan antara lembaga dan masyarakat.

Pemberitaan mengenai kegagalan peredaran narkoba oleh berbagai lembaga penegak hukum di Indonesia, seperti yang dilaporkan oleh Polda Kaltara, Polresta Bukittinggi, dan BNN, menyoroti betapa pentingnya peran humas dalam membentuk narasi positif dan menjaga kepercayaan publik (Pahlevi, 2020);(Yani, 2022);(St Fatmawati & Niasa, 2022). Keberhasilan atau kegagalan lembaga ini sering kali bergantung pada kemampuan humas untuk mengelola informasi dan merespons pemberitaan secara efektif (Hidayatun & Widowaty, 2020);(Dwiyanti, Yuliantini, SH, Mangku, & SH, 2019). Dengan latar belakang ini, perencanaan strategis humas menjadi esensial untuk memastikan bahwa komunikasi organisasi tidak hanya informatif tetapi juga membangun citra yang dapat diandalkan dan transparan (Santi, Yuliantini, & Mangku, 2020).

Fungsi manajemen yang dikenal sebagai humas (hubungan masyarakat) memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif masyarakat tentang organisasi. Dalam era informasi digital yang semakin berkembang, humas menjadi semakin penting untuk mengelola komunikasi dan narasi organisasi, terutama selama krisis atau masalah sensitif (Gandasari et al., 2022);(Akbar, 2020). Seberapa baik humas mengelola pemberitaan dan membentuk opini publik sering kali menentukan keberhasilan suatu organisasi.

Fakta bahwa berbagai lembaga penegak hukum di Indonesia telah berhasil mencegah peredaran narkoba, seperti yang dilaporkan oleh Polda Kaltara, Polresta Bukittinggi, dan BNN, menunjukkan betapa pentingnya peran humas dalam mengelola berita dan membangun citra positif organisasi (Budi Rizki, 2020). Misalnya, pengungkapan kasus peredaran narkoba oleh Polda Kaltara yang berhasil menangkap beberapa tersangka dengan barang bukti signifikan menunjukkan betapa efektifnya penegakan hukum.

Humas, atau public relations (PR), adalah praktik komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Humas sebagai fungsi manajemen yang membantu organisasi membangun dan memelihara hubungan baik serta saling pengertian dengan publik yang berkepentingan. Grunig dan Hunt (1984) melalui teori empat model humas menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris untuk membangun hubungan yang efektif dan berkelanjutan.

Perencanaan dari strategis humas telah melibatkan beberapa proses yang cukup terstruktur dalam mengidentifikasi tujuan, menentukan target audiens, menentukan saluran komunikasi mana yang tepat, serta merancang pesan yang sesuai dengan pemahaman audiens (Majid, 2020). Analisis framing adalah proses memilih beberapa aspek dari realitas yang dipersepsikan dan membuatnya lebih menonjol dalam konteks

komunikasi, sehingga dapat membentuk cara publik memahami isu tertentu. Perencanaan strategis humas harus mencakup penetapan tujuan yang jelas, dan pengembangan taktik yang mendukung pencapaian tujuan tersebut (Amanda, Humaedi, & Santoso, 2017).

Jika dilihat dari segi urgensi dalam merencanakan strategi humas, maka hal ini sangatlah penting dalam memastikan bahwa organisasi dapat mengelola komunikasinya secara efektif dan responsif terhadap berbagai isu yang muncul (Widyaya & Setiawan, 2023). Tanpa adanya perencanaan yang baik, organisasi berisiko kehilangan kendali atas narasi yang berkembang di media, yang dapat merusak reputasi dan kepercayaan publik (Pinontoan & Wahid, 2020). Misalnya, dalam sebuah kasus pemberitaan yang membahas penangkapan pelaku narkoba, penyitaan barang bukti, mengatasi peredaran narkoba dan lain sebagainya, humas lembaga penegak hukum perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada media akurat, transparan, dan dapat membangun citra positif lembaga (Husen, 2017).

Analisis framing rencana strategis humas berkenaan dengan pemberitaan yang mengemuka di berbagai media menunjukkan bagaimana lembaga penegak hukum mbingkai narasi untuk menekankan keberhasilan mereka dalam memberantas narkoba (Akmalia, Amra, Fazis, Islam, & Batusangkar, 2022). Dalam berita yang dilaporkan oleh Antara dan detik.com, humas lembaga seperti Polda Kaltara, Polresta Bukittinggi, dan BNN perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan menyoroti keberhasilan operasional, transparansi proses hukum, dan komitmen lembaga dalam memberantas narkoba.

Strategi ini tidak hanya meningkatkan reputasi lembaga tetapi juga membantu mencegah pelanggaran dengan memberikan efek jera kepada publik. Humas harus bekerja sama dengan media dalam mengelola pemberitaan ini untuk memastikan bahwa informasi yang dirilis telah diverifikasi dan disajikan secara objektif. Jadi, humas sangat penting untuk menjaga kepercayaan publik dan mendukung penegakan hukum.

Dalam era informasi yang cepat dan meluas, perencanaan strategis humas menjadi esensial untuk mengelola komunikasi organisasi secara efektif. Melalui analisis framing dan pendekatan komunikasi yang tepat, humas dapat membentuk narasi yang positif dan mendukung pencapaian tujuan organisasi. Kasus pemberitaan terkait kegagalan peredaran narkoba menunjukkan bagaimana humas dapat memainkan peran kunci dalam membangun citra positif lembaga penegak hukum dan meningkatkan kepercayaan publik.

Penelitian terdahulu oleh Shofro (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa Viva.co.id dan Detik.com dalam framingnya memiliki pendekatan yang berbeda dalam menyajikan berita Ferdy Sambo. Penelitian ini di tulis berbeda namun mengacu pada tema yang sama yaitu kasus Ferdy Sambo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana framing dalam pemberitaan media memengaruhi persepsi publik terhadap upaya pemberantasan narkoba, serta untuk merumuskan strategi humas yang efektif bagi Badan Narkotika Nasional (BNN) guna meningkatkan komunikasi dan citra publik mengenai program-program mereka. Rumusan masalah yang diajukan meliputi: (1) Bagaimana framing

media terhadap pemberantasan narkoba mempengaruhi persepsi publik? (2) Apa saja aspek-aspek pemberitaan yang dominan dalam framing tersebut? (3) Bagaimana BNN dapat merancang strategi humas yang lebih efektif berdasarkan hasil analisis framing tersebut? Manfaat penelitian ini terletak pada penyediaan wawasan yang mendalam mengenai dampak framing media terhadap persepsi publik, serta memberikan rekomendasi strategis bagi BNN untuk mengoptimalkan pendekatan komunikasi mereka, meningkatkan transparansi, dan memperbaiki citra publik dalam konteks pemberantasan narkoba.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode judgemental assessment untuk menilai efektivitas kampanye PR BNN. Evaluasi didasarkan pada enam artikel berita dari dua media besar, Detik.com dan Antaranews.com, yang melaporkan keberhasilan BNN dalam berbagai operasi pemberantasan narkoba. Tujuannya adalah untuk mengukur efektivitas strategi PR yang digunakan oleh BNN (Badan Narkotika Nasional) dalam mendapatkan liputan media yang positif dan mendalam di dua media besar, yaitu Detik.com dan Antaranews.com.

Analisis Hasil Kuantitatif dan Kualitatif

Kuantitatif

Jumlah Berita: BNN muncul dalam 6 artikel berita terkait keberhasilannya dalam menangkap kurir narkoba, membongkar sindikat, dan menggagalkan peredaran narkoba. Cakupan Media: Dua media besar, Detik.com dan Antaranews.com, meliput tindakan BNN, menunjukkan bahwa berita ini menjangkau audiens yang luas. Data yang Diungkapkan: Artikel mencatat jumlah narkoba yang disita (misalnya, 402 gram sabu, 1,2 kg ekstasi, 200 kg ganja), jumlah tersangka yang ditangkap, dan lokasi operasi.

Kualitatif

Pesan Inti: Semua artikel menekankan keberhasilan BNN dalam memberantas narkoba dan menyoroti kerja sama dengan instansi lain seperti Bea Cukai. Persepsi Publik: Artikel menampilkan BNN sebagai lembaga yang efektif dan berdedikasi dalam perang melawan narkoba, meningkatkan citra positif di mata publik. Detail Narasi: Setiap artikel memberikan narasi mendetail tentang operasi BNN, menunjukkan transparansi dan memberikan bukti nyata atas tindakan yang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Framing Berdasarkan Media Berita Antara & Detik.com

Framing juga telah banyak digunakan dalam studi komunikasi dan media untuk menganalisis bagaimana berita dan pesan lain disajikan untuk membentuk pemahaman publik tentang isu-isu sosial, politik, dan budaya. Melalui analisis framing, peneliti dapat mengidentifikasi bias, agenda, dan narasi yang ada dalam media, serta dampaknya terhadap opini publik. Framing menurut (Widyaya and Setiawan 2023) Analisis framing sebenarnya tidak berasal dari studi komunikasi secara eksklusif; sebaliknya, ia menggabungkan elemen dari berbagai bidang ilmu kognitif, terutama psikologi, untuk

melihat fenomena komunikasi dari sudut pandang yang luas. Dalam analisis teks media, analisis framing dapat dianggap sebagai versi terbaru dari analisis wacana; konsep ini pertama kali digunakan oleh Erving Goffman pada tahun 1955, menunjukkan dasar yang kuat dalam pemahaman tentang struktur pesan media.

Media 1 Antara.com

Berita 1 "Polda Kaltara Gagalkan Peredaran 1,9 Kilogram Sabu Asal Malaysia"

Define Problems, Masalah yang didefinisikan adalah peredaran narkotika jenis sabu dari Malaysia yang berhasil digagalkan oleh Polda Kaltara. Fokusnya pada keberhasilan penegak hukum dalam mencegah peredaran narkoba. Diagnose Causes, Sumber masalah diidentifikasi sebagai peredaran narkoba internasional, khususnya dari Malaysia ke Indonesia, melalui jalur laut yang sering digunakan oleh pengedar narkoba. Make Moral Judgement, Kejahatan pengedar narkoba yang dianggap mengancam keamanan dan kesehatan masyarakat dinilai secara moral dan diperlukan tindakan hukum yang tegas terhadap mereka. Treatment Recommendations, Rekomendasi penyelesaian mencakup penangkapan dan penegakan hukum yang ketat terhadap pelaku narkoba, serta pemusnahan barang bukti untuk mencegah peredaran lebih lanjut.

Berita 2 "Polresta Bukittinggi Tangkap Dua Orang Pengedar 25 Kilogram Ganja"

Define Problems, Masalah utama adalah pengedaran ganja sebanyak 25kilogram yang berhasil diungkap oleh Polresta Bukittinggi. Berita menyoroti penangkapan dua pelaku pengedar ganja. Diagnose Causes, Sumber masalah diidentifikasi sebagai jaringan pengedar narkoba yang beroperasi dari Sumatera Utara ke Sumatera Barat. Ini menunjukkan adanya rute dan jaringan distribusi narkoba yang kuat. Make Moral Judgement, Pengedar ganja digambarkan secara negatif, dan tindakan mereka dianggap merusak masyarakat. Penekanan pada bahaya narkoba bagi komunitas dan pentingnya tindakan hukum yang kuat. Treatment Recommendations, penangkapan, penahanan, dan proses hukum yang tegas terhadap pengedar narkoba, serta pemusnahan barang bukti untuk mencegah penggunaan dan distribusi lebih lanjut.

Berita 3 "BNN Bongkar Sindikat Peredaran 200 Kilogram Ganja dari Aceh"

Define Problems, Masalah yang diangkat adalah sindikat peredaran ganja dalam jumlah besar dari Aceh yang berhasil dibongkar oleh BNN. Fokusnya pada skala besar operasi dan keberhasilan penegak hukum. Diagnose Causes, Sumber masalah diidentifikasi sebagai sindikat narkoba yang mengelola lahan ganja di Aceh dan mengedarkan barang haram tersebut ke Pulau Jawa. Keterlibatan jaringan terorganisir menjadi sorotan. Make Moral Judgement, penggambaran sindikat narkoba sebagai ancaman besar bagi masyarakat. Penekanan pada kerugian sosial dan kesehatan akibat peredaran ganja. Treatment Recommendations, Rekomendasi penyelesaian meliputi penangkapan, pemusnahan ganja, dan tindakan hukum yang tegas. BNN juga menekankan pentingnya kolaborasi masyarakat dalam melaporkan aktivitas narkoba.\

Media 2 Detik.com

Berita 1 "BNN Banten Tangkap Kurir Jaringan Lapas, 402 Gram Sabu Disita"

Define Problems, Masalah yang diangkat adalah penangkapan kurir narkoba yang beroperasi atas perintah narapidana di Lapas Tangerang, dengan fokus pada keberhasilan

operasi penangkapan. Diagnose Causes, Sumber masalah diidentifikasi sebagai peredaran narkoba yang dikendalikan dari dalam lapas, menunjukkan adanya celah keamanan dan keterlibatan narapidana dalam aktivitas kriminal. Make Moral Judgement, Kurir narkoba dan narapidana yang mengendalikan operasi tersebut digambarkan sebagai penjahat yang harus dihukum. Penekanan pada pentingnya penegakan hukum dan kebersihan lapas dari kegiatan kriminal. Treatment Recommendations, Melakukan penangkapan, interogasi, dan proses hukum yang tegas terhadap kurir dan narapidana yang terlibat, serta peningkatan pengawasan di dalam lapas.

Berita 2 "BNN Bongkar Sindikat Peredaran 1,2 Kg Ekstasi Dikendalikan Napi Cipinang"

Define Problems, Pengungkapan sindikat peredaran ekstasi yang dikendalikan dari dalam Lapas Cipinang adalah masalah yang diidentifikasi. Fokusnya adalah luasnya operasi dan bagaimana narapidana membantu memerangi peredaran narkoba. Diagnose Causes, Sumber masalahnya ditemukan menjadi jaringan narkoba yang bekerja dari dalam penjara, yang menunjukkan bahwa sistem pengawasan penjara gagal. Make Moral Judgement, Pengedar dan narapidana narkoba digambarkan sebagai ancaman bagi masyarakat dan keamanan publik, dan tindakan mereka dianggap merusak tatanan sosial. Treatment Recommendations, Rekomendasi penyelesaian mencakup penangkapan, pemusnahan barang bukti, dan tindakan hukum yang tegas terhadap pelaku. Mereka juga merekomendasikan peningkatan pengawasan dan keamanan di dalam penjara.

Berita 3 "BNN Gagalkan Peredaran 200 Kg Ganja dari Lahan 4 Hektare di Aceh"

Define Problems, Berfokus pada skala besar operasi dan upaya penegak hukum untuk menghentikan peredaran narkoba, masalah yang diangkat adalah peredaran ganja dari lahan seluas empat hektare di Aceh yang berhasil digagalkan oleh BNN. Diagnose Causes, Sebuah sindikat narkoba diketahui bertanggung jawab untuk mengelola dan mendistribusikan ganja dari lahan besar di Aceh. Keterlibatan narapidana dan jaringan terorganisir menjadi perhatian utama. Make Moral Judgement, dengan penekanan pada kerugian sosial dan kesehatan yang ditimbulkan oleh peredaran ganja, sindikat narkoba digambarkan sebagai ancaman serius bagi masyarakat dan tindakan mereka dikecam secara moral. Treatment Recommendations, penangkapan, pemusnahan ganja, dan proses hukum yang tegas terhadap pelaku adalah solusi. BNN juga menekankan betapa pentingnya bekerja sama dengan orang lain untuk melaporkan narkoba.

Perencanaan Strategi Humas BNN berdasarkan model Ronald Smith dalam Pemberitaan terkait Pemberantasan Narkoba

Berdasarkan pemberitaan dari Antara dan Detik mengenai peredaran narkoba dan hasil analisis framing, berikut adalah perencanaan strategi Humas menurut 4 (empat) fase 9 (sembilan) langkah Ronald D. Smith:

FASE 1: Formative Research

Langkah 1: Analisis Situasi

Situasi Internal, Kementerian/Lembaga terkait (misalnya BNN, Polri) sudah aktif dalam pemberantasan narkoba. Diperlukan peningkatan koordinasi antara lembaga dan komunikasi publik yang lebih efektif. Situasi Eksternal, masyarakat nampak cemas

terhadap peningkatan kasus narkoba, kemudian ada rasa ketidakpercayaan masyarakat terhadap efektivitas penegakan hukum.

Langkah 2: Analisis Organisasi

Visi untuk mewujudkan masyarakat yang bebas dari penyalahgunaan narkoba. Misi untuk melakukan upaya preventif, penindakan hukum, dan rehabilitasi pengguna narkoba. Kekuatan, lembaga memiliki wewenang hukum, SDM yang kompeten, dan dukungan pemerintah. Kelemahan, komunikasi publik yang belum optimal dan kurangnya transparansi.

Langkah 3: Analisis Publik

Masyarakat umum, khususnya kelompok rentan (remaja dan pemuda). Tujuan: Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pencegahan narkoba. Pegawai BNN, Polri, Kementerian Kesehatan, dan instansi terkait lainnya. Tujuan: Meningkatkan koordinasi dan kolaborasi antar lembaga.

Fase 2: Strategy

Langkah 4: Penentuan Tujuan dan Sasaran

Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya narkoba; Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penegakan hukum dalam pemberantasan narkoba. Mengurangi angka penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja sebesar 20% dalam 1 tahun; Meningkatkan pelaporan masyarakat tentang kasus narkoba sebesar 30% dalam 1 tahun.

Langkah 5: Memformulasikan Tindakan & Respon Strategis

Strategi Proaktif

Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) dapat men-strategikan hubungan masyarakat yang proaktif dengan berbagai pendekatan. Mereka perlu membangun hubungan yang kuat dengan media massa seperti Detik.com dan Antara untuk memastikan informasi mengenai program dan kegiatan BNN dapat tersebar luas dan akurat.

Strategi proaktif dibagi menjadi 2 yaitu action strategi dan strategi komunikasi adalah sebagai berikut: 1) Action Strategi, kinerja organisasi: Humas (Hubungan Masyarakat) BNN (Badan Narkotika Nasional) berperan penting dalam meningkatkan kinerja organisasi melalui berbagai strategi komunikasi dan aksi. 2) Partisipasi Audiens, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) menggunakan berbagai strategi untuk melibatkan partisipasi audiens dalam aksi strategis mereka. 3) Aliansi dan Koalisi, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) memainkan peran penting dalam strategi aksi melalui pembentukan aliansi dan koalisi. Strategi ini melibatkan kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah, komunitas, dan media. 4) Sponsor, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) berperan penting dalam mengelola hubungan dengan sponsor melalui berbagai strategi aksi yang efektif. 5) Strategic Philanthropy, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) memainkan peran penting dalam mengimplementasikan strategic philanthropy sebagai bagian dari strategi aksi mereka. 6) Activism, humas Badan Narkotika Nasional (BNN) mengadopsi strategi aksi untuk

aktivisme dengan pendekatan terpadu yang berfokus pada edukasi, kolaborasi, dan pemberdayaan masyarakat.

Komunikasi Strategis

Humas BNN (Badan Narkotika Nasional) memainkan peran penting dalam komunikasi strategis dengan mengelola informasi dan mempengaruhi opini publik terkait isu narkoba. Komunikasi strategis juga mempunyai Reactive Public, diantaranya: 1) Pre-emptive, humas BNN memainkan peran yang proaktif dalam komunikasi strategis untuk melakukan pencegahan narkoba. 2) Offensive, dalam komunikasi strategis, humas BNN menggunakan pendekatan agresif dengan mengambil inisiatif untuk menjangkau masyarakat secara aktif. 3) Defensif, dengan beberapa cara, humas BNN dapat menjadi defensif dalam komunikasi strategis. 4) Diversionary, humas BNN memainkan peran penting dalam komunikasi strategis dengan menggunakan pendekatan diversionary. 5) *Vocal Commiseration Strategies*, untuk mencapai tujuan mereka, humas BNN menggunakan berbagai teknik komunikasi vokal. Mereka mungkin bertindak dengan cara yang empatik dan responsif, menunjukkan pemahaman dan dukungan mereka terhadap mereka yang mengalami masalah narkoba. 6) Memperbaiki Perilaku, dengan memperhatikan tiga hal utama, humas BNN dapat meningkatkan perilaku komunikasi strategis: memberikan informasi yang jelas dan akurat, menggunakan bahasa yang sesuai dan tidak memicu stigma, dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan media. 7) Strategic Inaction, dalam komunikasi strategis, keputusan yang disengaja untuk tidak melakukan atau menunda tindakan disebut "tindakan strategis".

Langkah 6: Menggunakan Komunikasi Efektif

Mempertimbangkan berbagai faktor, humas BNN dapat berkomunikasi dengan baik. Pertama, mereka harus memahami audiens mereka dengan baik, termasuk apa yang mereka butuhkan, khawatir, dan bagaimana mereka ingin berkomunikasi. Dengan cara ini, mereka dapat menyesuaikan pesan mereka agar lebih relevan dan mudah dipahami. Selain itu, menggunakan bahasa yang lugas, sederhana, dan tidak teknis akan memastikan bahwa pesan mereka disampaikan dengan efektif ke berbagai kelompok masyarakat.

Untuk mencapai Komunikasi Efektif, Humas BNN (Badan Narkotika Nasional) perlu mengintegrasikan konsep 3C: 1) Credibility, Kredibilitas, atau kredibilitas, sangat penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan. Humas BNN harus terbuka, jujur, dan memiliki pengetahuan yang kuat tentang masalah narkoba. Ini berarti memberikan informasi yang akurat dan terkini serta menghindari memberikan informasi yang salah atau tendensius. 2) Charisma, charisma, juga dikenal sebagai daya tarik kepemimpinan yang memikat, dapat membantu Humas BNN dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat terkait narkoba. Karisma dalam komunikasi dapat membuat pesan yang disampaikan lebih menarik, membuatnya lebih mudah diterima dan menarik. 3) Control, kontrol atas pesan yang disampaikan, juga dikenal sebagai kontrol, penting untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan secara terorganisir dan terarah. Untuk mencapai tujuan pencegahan dan penanggulangan narkoba, humas BNN harus memiliki kontrol atas narasi yang dibangun, memilih kata-kata dan bahasa tubuh yang tepat, dan merencanakan strategi komunikasi yang efektif.

Fase 3: Tactics

Langkah 7: Memilih Taktik Komunikasi (Selecting Communication Tactics)

Conventional Communication Tactics

Organizational Control, salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN). Dengan memiliki kendali penuh terhadap media yang mereka kelola sendiri, seperti situs web resmi dan publikasi internal, BNN dapat secara langsung mengatur konten yang mereka sampaikan kepada publik.

Organizational Link, menjadi komponen penting dari strategi humas BNN karena memungkinkan mereka membangun hubungan yang efektif dengan media, baik di dalam maupun di luar. *Audience Size*, ukuran audiens, menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan. Media seperti Detik.com memiliki jangkauan yang luas dan dapat digunakan untuk mencapai audiens massa yang tersebar secara luas.

Audience Type atau jenis khalayak, juga merupakan pertimbangan penting dalam memilih taktik komunikasi. Detik.com, sebagai platform berita online yang populer, dapat menjangkau beragam jenis khalayak, mulai dari kalangan umum hingga kalangan profesional. Sementara itu, Antara, dengan fokusnya pada liputan berita yang lebih mendalam, lebih efektif dalam menjangkau audiens yang memiliki minat khusus atau keahlian tertentu.

Audience Interaction, dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti komentar online, wawancara, atau sesi tanya jawab, mereka dapat aktif berpartisipasi dalam dialog dengan pembaca atau pemirsa. *Owned Media*, pertimbangan ini memungkinkan mereka untuk efektif menyebarkan pesan-pesan mereka. Mengenai kepemilikan media, BNN dapat memanfaatkan media yang mereka miliki secara langsung, seperti situs web resmi dan akun media sosial, untuk menyampaikan pesan mereka

Strategic Communication Tactics

Komunikasi Tatap Muka, merupakan salah satu aspek penting dalam strategi humas BNN karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. *Earned Media*, BNN memanfaatkan media berita seperti Detik.com dan Antara untuk mendapatkan liputan yang kredibel dan tersebar luas. *Paid Media*, BNN menggunakan iklan yang dibayar di media berita seperti Detik.com dan Antara. Strategi ini mencakup penggunaan banner online, iklan cetak, dan iklan televisi untuk meningkatkan visibilitas pesan BNN.

Langkah 8: Menerapkan Perencanaan Strategis

Media berita seperti Detik.com dan Antara memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan BNN kepada masyarakat. Langkah implementasi ini melibatkan aspek personel, material, biaya media, peralatan dan fasilitas, serta biaya/administrasi. Detik.com dan Antara dapat menjadi sumber daya yang berharga dalam merekrut personel atau narasumber yang relevan, menyediakan liputan dan promosi untuk acara-acara khusus BNN, serta memungkinkan penyebaran pesan BNN melalui platform online yang luas.

Personel: BNN harus mempertimbangkan kebutuhan pekerja yang tepat untuk menerapkan rencana strategisnya. Ini termasuk ahli komunikasi, desainer grafis, dan tim

media sosial. Rencana strategis harus memastikan bahwa materi, promosi, dan bahan pendukung, seperti brosur, poster, dan video edukatif, disusun dengan benar. Selain itu, konten digital harus dibuat khusus untuk situs web dan media sosial. Untuk mendistribusikan konten ke audiens yang lebih luas, Detik.com dan Antara dapat menjadi platform yang berguna.

Biaya Media: BNN harus mengeluarkan uang untuk memasang iklan dan mempromosikan konten mereka di Detik.com dan Antara. Biaya untuk iklan ini bervariasi berdasarkan jenis iklan dan jangkauan yang diinginkan. **Peralatan dan Fasilitas,** BNN harus memastikan ketersediaan peralatan teknis seperti kamera video, komputer, dan perangkat lunak desain untuk mendukung produksi konten media. **Biaya/Administrasi:** Meskipun Detik.com dan Antara dapat membantu BNN mencapai tujuannya, BNN juga harus mempertimbangkan biaya administrasi dan operasi lainnya, seperti biaya telepon, pengiriman materi kampanye, dan biaya perjalanan karyawan

Fase 4: Evaluative Research

Langkah 9: Evaluasi dan Feedback

Laporan Pelaksanaan (Implementation Report)

Waktu Pelaksanaan: Minggu pertama hingga minggu kedua Pada tahap ini, fokus utama adalah pengumpulan data dari artikel berita yang telah dipublikasikan. Enam berita terkait operasi BNN di Detik.com dan Antaranews.com dikumpulkan dan dianalisis untuk konten, narasi, dan jumlah pemberitaan. Data dari komentar publik juga mulai dikumpulkan.

Laporan Kemajuan (Progress Report)

Waktu Pelaksanaan: Minggu ketiga hingga minggu keempat Tahap ini melibatkan pengumpulan dan analisis awal data. Data kualitatif dari komentar dan tanggapan publik dianalisis untuk memahami persepsi umum dan efek pemberitaan.

Evaluasi Akhir (Final Evaluation)

Waktu Pelaksanaan: Minggu kelima hingga minggu keenam. Tahap akhir ini melibatkan analisis mendalam dan komprehensif dari semua data yang dikumpulkan. Evaluasi akhir memfokuskan pada penilaian apakah tujuan kampanye BNN telah tercapai, termasuk peningkatan citra dan kepercayaan publik terhadap BNN.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai pemberantasan narkoba yang dilakukan oleh media cenderung dipengaruhi oleh framing tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi publik tentang efektivitas upaya tersebut. Analisis framing mengungkapkan bahwa media sering kali menyoroiti aspek-aspek dramatis dan konflik dalam pemberantasan narkoba, yang dapat menciptakan persepsi yang tidak selalu sesuai dengan realitas program-program yang dijalankan. Rencana strategi humas Badan Narkotika Nasional (BNN) perlu disesuaikan dengan temuan ini, dengan fokus pada penyampaian informasi yang lebih komprehensif dan berbasis fakta, serta peningkatan transparansi untuk memperbaiki citra dan efektivitas komunikasi mengenai upaya pemberantasan narkoba. Dengan demikian, strategi humas yang lebih

terarah dan berbasis data dapat membantu menciptakan pemahaman yang lebih akurat dan mendukung keberhasilan program-program pencegahan dan penanggulangan narkoba.

BIBLIOGRAFI

- Akbar, Dwi Mochamad. (2020). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada KUD Karangploso Kabupaten Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 7(3), 97–101.
- Akmalia, Nada, Amra, Abhanda, Fazis, Muhammad, Islam, Manajemen Pendidikan, & Batusangkar, Mahmud Yunus. (2022). Strategi Humas dalam Upaya Peningkatan Citra Sekolah. *Jurnal MANAPI Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2).
- Amanda, Maudy Pritha, Humaedi, Sahadi, & Santoso, Meilanny Budiarti. (2017). Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja (Adolescent Substance Abuse). *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2).
- Budi Rizki, Husin. (2020). Studi Lembaga Penegak Hukum. *Studi Lembaga Penegak Hukum*.
- Dwiyanti, K. B. R., Yuliantini, N. P. R., SH, M., Mangku, D. G. S., & SH, L. M. (2019). Sanksi Pidana Penyalahgunaan Narkotika Dalam Undang-Undang No. 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika (Studi Putusan Penyalahgunaan Narkotika Golongan I Oleh Anggota Tni Atas Nama Pratu Ari Risky Utama). *Jurnal Komunitas Yustisia*, 2(1), 31–43.
- Gandasari, Dyah, Muslimah, Tikka, Pramono, Firdanianty, Nilamsari, Natalina, Iskandar, Abdul Malik, Wiyati, Eni Kardi, Aminah, Ratih Siti, Nahuway, Lodewyk, & Sudarmanto, Eko. (2022). *Pengantar Komunikasi Antarmanusia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayatun, Siti, & Widowaty, Yeni. (2020). Konsep Rehabilitasi Bagi Pengguna Narkotika yang Berkeadilan. *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan*, 1(2).
- Husen, Anila Meika. (2017). *MENINGKATKAN ASPEK SPIRITUAL PENGGUNA NARKOBA MELALUI KONSELING LOGOTERAPI DI YAYASAN SINAR JATI KEMILING BANDAR LAMPUNG*. UIN Raden Intan Lampung.
- Majid, Abdul. (2020). *Bahaya Penyalahgunaan Narkoba*. Alprin.
- Pahlevi, Diki. (2020). Peran Badan Narkotika Nasional (Bnn) Dalam Penanggulangan Narkoba Di Kelurahan Pelita Kota Samarinda. *Ilmu Pemerintahan*, 8(2), 60–75.
- Pinontoan, Nexen Alexandre, & Wahid, Umaimah. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas. Com Dan Jawapos. Com. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 11–24.
- Priyatna, Centurion Chandratama, Prastowo, F. X. Ari Agung, Syuderajat, Fajar, & Sani, Anwar. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 114–127.
- Santi, Gusti Ayu Novira, Yuliantini, Ni Putu Rai, & Mangku, Dewa Gede Sudika. (2020). Perlindungan Penanggulangan Peredaran Dan Penyalahgunaan Narkotika Yang Dilakukan Oleh Anak Dikota Kendaringan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Penyalahgunaan Narkotika di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 2(3), 216–226.
- Shofro, An'im Al Ghiffari. (2024). *ANALISIS FRAMING MEDIA TERHADAP PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG DALAM KASUS PEMBUNUHAN BERENCANA YANG DILAKUKAN FERDY SAMBO*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

- St Fatmawati, L., & Niasa, La. (2022). Penanggulangan Peredaran Dan Penyalahgunaan Narkotika Yang Dilakukan Oleh Anak Dikota Kendari. *Sultra Law Review*, 4(1), 1–22.
- Widyaya, Ismoko, & Setiawan, Wiji. (2023). ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N. ENTMAN DALAM REPRESENTASI PUBLIK FIGUR POLITIK: EPISODE'DOSA-DOSA ANIES'DI PROGRAM'KICK ANDY'METRO TV. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 3(1), 103–118.
- Yani, Mia Putri. (2022). *Tinjauan Yuridis Putusan Hakim Yang Memutus Perkara Tindak Pidana Narkotika Diluar Tuntutan Jaksa Penuntut Umum (Study Kasus Nomor 415/PID. SUS/2020/PN PRP)*. Universitas Islam Riau.

Copyright holder:

Raaf Ikhtsar Ismail, Iman Mukhroman*, Ikhsan Ahmad (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

