

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk membantu peneliti dalam menentukan langkah-langkah sistematis dari teori-teori analisis strategi Humas. Penelitian sebelumnya dijadikan tolak ukur dalam penggunaan analisis Humas dengan baik pada objek yang diteliti. Peneliti mencoba memaparkan hasil penelitian terdahulu guna jadi bahan perbandingan atas penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan relevan dan referensi awal untuk menghindari bias terhadap penelitian saat ini.

Penelitian terdahulu pertama dilakukan oleh Silvia Novianti, Yusuf Zaenal Abidin, Khoiruddin Muchtar dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati dengan judul penelitian “Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Jawa Barat dalam Mensosialisasikan Program Rehabilitasi” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dalam mensosialisasikan program rehabilitasi. Penelitian ini membahas tentang program rehabilitasi sosialisasi terkait pengumpulan data, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan, dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif metode analisis deskriptif dan konsep hubungan masyarakat empat langkah dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Data pengumpulannya dilakukan melalui wawancara dan observasi. Itu Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas BNN Jawa Barat Provinsi dalam mensosialisasikan program rehabilitasi dilakukan oleh pencarian data menggunakan metode survei,

perencanaan dan pemrograman menentukan tujuan, menentukan sasaran, menentukan pesan dan penentuan waktu, pemilihan pelaksana, dan penggunaan media yang digunakan, dan mengevaluasi dengan melihat keberhasilan dalam bersosialisasi (Novianti et al., 2021).

Penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Nadia Muharman, Zakirah Azman, Tari Aulia Sari dari Universitas Syiah Kuala dengan judul penelitian “Strategi Humas Polsek Bendarah Dalam Menciptakan Citra Positif Dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika” focus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi Humas yang dilakukan oleh Humas Polsek Bendarah dalam menciptakan citra positif dimata masyarakat pasca terjadi kasus tewasnya pelaku dugaan penyalahgunaan Narkotika. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terhadap informan yang berasal dari pihak Polsek Bendarah yaitu Kasi Humas Polsek Bendarah bapak dan Kasium Polsek Bendarah yaitu bapak. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan, terdapat tujuh strategi Humas yang digunakan yaitu mengunjungi keluarga korban secara berkala, pendekatan dengan tokoh masyarakat, penyuluhan ke desa-desa, kegiatan saweu sikula, pendekatan dengan wartawan kecil, menggunggah dokumentasi kegiatan positif ke media sosial, memberikan santunan dan bantuan kepada masyarakat setempat yang membutuhkan. Terdapat beberapa kendala bagi Humas Polsek Bendarah dalam menjalankan strategi-strategi yang telah dirancang yaitu kurangnya sarana dan

prasarana serta kurangnya personel yang bertugas di bidang atau bagian keHumasan. (Muharman et al., 2021).

Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Lovia Evanne dari Universitas Muhammadiyah Kotabumi, Lampung Utara, Indonesia dengan judul penelitian Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Citra Pelindung Dan Pengayom Masyarakat, fokus penelitian untuk mengetahui Strategi Humas Polres Lampung Utara dalam menjaga citra polisi pelindung dan pengayom masyarakat. Untuk menjelaskan masalah ini, penelitian ini mengilhami teori dan konsep hubungan masyarakat, media sosial, dan citra institusional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil penelitian Polres Lampung Utara melakukan proses Humas melalui tahapan pendefinisian masalah, perancangan program berbasis data, melakukan rapat pimpinan untuk menghasilkan solusi, dan melaksanakan evaluasi program. Untuk menjaga citra institusi, Polres Lampung Utara melakukan sosialisasi, mendengarkan pengaduan masyarakat, mengunggah prestasi kepolisian, menanggapi saran masyarakat, dan membuka komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube. (Evanne, 2023).

Tabel 2.1.
Tabel Matrik Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Judul	Metode/Tipe Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Silvia Novianti, Yusuf Zaenal Abidin, Khoiruddin Muchtar dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif metode analisis deskriptif dan konsep hubungan masyarakat empat langkah dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas BNN Jawa Barat Provinsi dalam mensosialisasikan program rehabilitasi dilakukan oleh pencarian

	Djati dengan judul penelitian “Strategi Humas Badan Narkotika Nasional Jawa Barat dalam Mensosialisasikan Program Rehabilitasi”.	pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Data pengumpulannya dilakukan melalui wawancara dan observasi.	data menggunakan metode survei, perencanaan dan pemrograman menentukan tujuan, menentukan sasaran, menentukan pesan dan penentuan waktu, pemilihan pelaksana, dan penggunaan media yang digunakan, dan mengevaluasi dengan melihat keberhasilan dalam bersosialisasi.
2.	Penelitian terdahulu yang ketiga dilakukan oleh Nadia Muharman, Zakirah Azman, Tari Aulia Sari dari Universitas Syiah Kuala dengan judul penelitian “Strategi Humas Polsek Bendahara Dalam Menciptakan Citra Positif Dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika”	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terhadap informan	Hasil penelitian menunjukkan, terdapat tujuh strategi Humas yang digunakan yaitu mengunjungi keluarga korban secara berkala, pendekatan dengan tokoh masyarakat, penyuluhan ke desa-desa, kegiatan saweu sikula, pendekatan dengan wartawan kecil, menggunggah dokumentasi kegiatan positif ke media sosial, memberikan santunan dan bantuan kepada masyarakat setempat yang membutuhkan. Terdapat beberapa kendala bagi Humas Polsek Bendahara dalam menjalankan strategi-strategi yang telah dirancang yaitu kurangnya sarana dan prasarana serta kurangnya personel yang bertugas di bidang atau bagian keHumasan.
3.	Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Lovia Evanne dari Universitas Muhammadiyah Kotabumi, Lampung Utara, Indonesia dengan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.	Hasil penelitian Polres Lampung Utara melakukan proses Humas melalui tahapan pendefinisian masalah, perancangan program berbasis data,

	judul penelitian Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Citra Pelindung Dan Pengayom Masyarakat		melakukan rapat pimpinan untuk menghasilkan solusi, dan melaksanakan evaluasi program. Untuk menjaga citra institusi, Polres Lampung Utara melakukan sosialisasi, mendengarkan pengaduan masyarakat, mengunggah prestasi kepolisian, menanggapi saran masyarakat, dan membuka komunikasi dengan masyarakat melalui media sosial Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube
--	---	--	---

Sumber : Review Jurnal Terdahulu

2.2.Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang berhubungan dengan manusia yang lainnya. jika ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Banyak yang menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi kehidupan bermasyarakat. Sebuah definisi yang dibuat oleh pakar ilmu komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang. Orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antarsesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk mengubah tingkah laku dan berusaha merubah tingkah laku itu. Dikutip dari Rogers dan Kincaid dalam (Cangara, 2018). Menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut

dengan *communication*, berasal dari kata *communication* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau sama makna atau pengertian bersama, dengan maksud untuk merubah sikap, perilaku, pikiran, penerima, dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator. (Widjaja, 2010:8)

Berdasarkan definisi Laswell (dalam Mulyana, 2007:69) ini terdapat lima unsur komunikasi yang saling berhubungan satu sama lain, pertama yaitu sumber (*source*) sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan sumber kepada penerima. Saluran atau media yakni alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima, lalu penerima adalah orang yang menerima pesan dari sumber.

Fungsi-fungsi komunikasi bisa ditelusuri dari tipe-tipe komunikasi itu sendiri yaitu :

- a. Komunikasi Intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri), berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami, dan mengendalikan diri
- b. Komunikasi Interpersonal (komunikasi antar pribadi), berfungsi untuk meningkatkan hubungan manusia , menghindari dan mengatasi konflik pribadi.
- c. Komunikasi Publik, berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan, mempengaruhi orang lain, memberi informasi

- d. Komunikasi Massa, berfungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan dikatakan hidup seseorang

2.3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan komunikasi yang terjadi diantara organisasi dengan lingkungannya, yang mendefinisikan organisasi maupun menentukan kondisi-kondisi eksistensinya dan arah pergerakannya.(Hardjana, 2016:48)

Komunikasi adalah penentu dari kondisi-kondisi kehidupan organisasi dan penggerak organisasi, dan dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah bagian dari suatu proses, komunikasi organisasi dapat dikatakan sebagai proses komunikasi yang berlangsung untuk menggerakkan kegiatan-kegiatan karyawan secara terkoordinasi dengan tujuan yang jelas yaitu untuk mencapai tujuan organisasi.

Ciri dari komunikasi organisasi yang membedakannya dengan komunikasi sosial di masyarakat adalah :

- a. Komunikasi organisasi sebagai proses. Komunikasi organisasi bukan peristiwa yang terpisah-pisah, melainkan sebagai suatu proses, komunikasi organisasi sebagai proses pertukaran pesan antar anggota organisasi dan pelaku kegiatan organisasi.
- b. Terstruktur. Komunikasi organisasi berlangsung melibatkan orang-orang yang mempunyai kedudukan dan peran yang berbeda dalam struktur.

- c. Bertujuan Jelas. Komunikasi Organisasi mempunyai tujuan dan bersifat rasional sebagai proses berlangsung dalam sebuah sistem, tujuan komunikasi organisasi.
- d. Multijenjang. Komunikasi organisasi berlangsung multijenjang sesuai latar belakang ikatan atau kerangka kegiatan yang berbeda-beda. (Hardjana, 2016:48)

2.4. Humas

Definisi *public relations* menurut James Grunig berdasarkan teori ini adalah manajemen dari komunikasi antara organisasi dengan public (Kriyantono, 2014). *Public relation* atau yang biasa disebut dengan Humas merupakan bagian penting bagi sebuah organisasi yang merupakan manajemen dari semua hubungan yang penting bagi sebuah organisasi. Tugas utamanya adalah mengatur semua kegiatan komunikasi dalam organisasi maupun dengan audiens luar. *Public relations* juga memberi informasi mengenai kinerja organisasi kepada semua audiens yang relevan karena PR bertanggung jawab untuk menjaga pengembangan reputasi yang pantas berdasarkan kinerjanya. *Public relations* harus selalu melakukan hubungan yang etis dengan semua kelompok stakeholders (Oliver, 2007). Edwin Emery menyebutkan bahwa fungsi dari *public relations* adalah sebagai “upaya yang terencana dan terorganisir dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan- hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya. Untuk fungsi pokok dari *public relations* adalah mengatur lalu lintas informasi serta penjelasan seluas mungkin mengenai kebijakan, program, serta tindakan-tindakan yang dilakukan oleh lembaganya agar

dapat dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance*. Scott M. Cutlip dan Allen H. Center menyatakan bahwa fungsi *public relations* terdapat 3 unsur, yakni :

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

Menurut Rosady Ruslan, tujuan dari Humas adalah sebagai berikut. (Nurjaman & Umam, 2012).

- 1) Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk public eksternal atau masyarakat dan konsumen;
- 2) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan;
- 3) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan Humas;
- 4) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek;
- 5) Mendukung bauran pemasaran.

Bertrand R. Canfield mengemukakan tiga fungsi dari Humas yakni (Effendy, 2009).

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

Berdasarkan pendapat Lattimore, dkk, *Public relations* memiliki dua peran, yakni : (Kriyantono, 2014).

1. Peran teknis, yaitu peran yang menyangkut pekerjaan teknis seperti Press Release, membuat konten, fotografi, menulis, membuat audiovisual, dan menggelar event.
2. Peran kedua, yaitu peran manajerial yang berkaitan dengan aktivitas yang membantu manajemen dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang mana dalam prosesnya, *public relations* bertindak sebagai :
 - a) Seorang mediator dan fasilitator yang memberikan media sarana komunikasi dua arah yang dapat menciptakan hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya (*communication facilitator*)
 - b) Seorang ahli yang mampu mendefinisikan masalah, mengusulkan berbagai alternative pemecahan masalah, dan melaksanakan upaya pemecahan masalahnya (*expert prescriber*)
 - c) Seorang yang mampu menjadi mitra, partner/teman, bagi manajemen dalam upaya mengatasi berbagai persoalan yang menimpa organisasi (*Problem Solving Facilitator*)

2.5. Strategi Humas

Strategi Humas menurut J.L. Thompson adalah cara Humas untuk mencapai sebuah hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi (J.I.Thompson, 2001).Strategi Humas adalah alternative optimal yang dipilih untuk mencapai tujuan dalam rangka rencana Humas (Abdurachman, 2001).Sehingga, strategi Humas adalah cara yang dilakukan oleh Humas dalam mencapai tujuannya. Fungsi dari adanya strategi dari Humas adalah sebagai berikut : (Abdurachman, 2001).

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

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

- 1) Mengidentifikasi peran dan misi
- 2) Menentukan sifat dan cakupan kerja yang akan dilakukan
- 3) Menentukan daerah hasil utama
- 4) Menentukan dimana tempat menginvestasikan waktu, energi dan bakat.
- 5) Memilih dan menentukan sasaran
- 6) Menentukan hasil yang akan dicapai
- 7) Menyiapkan rencana aksi
- 8) Menentukan bagaimana mencapai sasaran spesifik.

Sebagai dasar perencanaan dan program kerja manajemen strategi Humas secara garis besar memenuhi faktor-faktor sebagai berikut (Ruslan, 2008).

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

Berdasarkan pendapat Cutlip Center Broom, perencanaan strategi Humas adalah sebagai berikut: (Cutlip et al., 2011).

- 1) Membentuk keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- 2) Melaksanakan identifikasi khalayak penentu
- 3) Memutuskan kebijakan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- 4) Menetapkan strategi yang digunakan

2.6. Sosialisasi

Menurut Soejono Dirjosiswono, sosialisasi adalah proses akomodasi dimana seorang individu dapat menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat (Nurkidam,2018). Sedangkan menurut Charlotte Buhler, sosialisasi merupakan proses yang dapat membantu anggota masyarakat agar bisa belajar dan menyesuaikan diri terhadap bagaimana cara hidup dan berpikir sehingga dapat berperan dalam suatu kelompok. Bagi seorang individu sosialisasi memiliki manfaat sebagai pedoman untuk mempelajari sesuatu agar dapat mengetahui nilai, norma, dan struktur sosial yang digunakannya untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Sedangkan untuk masyarakat, sosialisasi bermanfaat untuk alat pelestarian,

penyebaran, maupun pewarisan dari sebuah nilai, norma, dan kepercayaan sosial sehingga dapat menyesuaikan diri dalam bertindak. Dalam melaksanakan sosialisasi akan terjadi proses komunikasi antara audiens dengan pematari. Proses komunikasi ini akan membentuk sebuah aksi dan reaksi yang membentuk lingkaran percakapan dengan tujuan mempengaruhi sikap atau tingkah laku dari penerima materi.

2.7. Teori Sistem dan Fungsi Boundary Spanning

Teori sistem sangat mewarnai proses *public relations*. Seorang pelaksana Humas dapat menjadikan teori ini sebagai dasar menjalin hubungan dengan publiknya. Kajian *public relations* berdasarkan teori sistem pertama kali dibangun oleh James Grunig. (Kriyantono, 2014).Teori sistem menganggap bahwa aktivitas organisasi mengakibatkan konsekuensi (dampak) bagi publiknya. Sebaliknya, tindakan publik sebagai respons terhadap aktivitas organisasi juga menimbulkan konsekuensi tertentu bagi organisasi. Untuk mengatasi masalah yang muncul, organisasi membutuhkan subsistem *public relations* yang dapat menjalin komunikasi antara organisasi dan publik.

Teori sistem menganalogikan organisasi sebagai sebuah lingkaran *public relations* ialah penjaga lingkaran agar masalah tetap berada di lingkaran dan diselesaikan di dalam lingkaran. *Public relations* menjadi penghubung antara subsistem yang satu dan yang lainnya, baik itu subsistem internal maupun subsistem eksternal organisasi. Ke dalam organisasi, *public relations* bertugas menyeleksi informasi yang masuk dan membentengi diri dari informasi menyesatkan dari luar. Dalam interaksi antara organisasi dan lingkungannya,

public relations mempunyai fungsi sebagai penghubung antara organisasi dan lingkungannya. Fungsi ini dikenal dengan istilah “*Boundary Spanning*”.

Boundary Spanning merupakan salah satu atau ciri dari sifat organisasi yang merupakan sistem terbuka (Kriyantono, 2014) sistem terbuka disini adalah terdapatnya interaksi antara organisasi dengan lingkungannya untuk melakukan monitoring, seleksi, dan menghimpun informasi. Hal tersebut didasarkan pada pendapat Heath (dalam Kriyantono, 2014) yang mengatakan bahwa “organisasi tidak dapat bergantung hanya pada proses dan interaksi internal seperti yang dilakukan sistem tertutup. Organisasi harus berinteraksi dengan kelompok lainnya”.

Menurut (Kriyantono,2014).Menyebutkan beberapa aktivitas pelaksanaan fungsi *boundary spanning* yang dapat diterapkan pada strategi *public relations* :

1. Menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publik (lingkungannya). pelaksana Humas harus menginterpretasi filosofi, kebijakan, program, dan apa yang dipikirkan manajemen agar dapat dimengerti publiknya. Informasi ini merupakan input bagi publik. Selanjutnya, pelaksana Humas menyeleksi, menerima, dan menyampaikan informasi dari publik kepada organisasi. Ini adalah umpan balik dan merupakan input bagi organisasi.
2. Memonitor lingkungannya. Sehingga mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi dan membantu manajemen merespons isu-isu tersebut melalui aktivitas isu manajemen. Di sini pelaksana Humas bertindak sebagai mitra manajemen

untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang mungkin muncul.

3. Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya. pelaksana Humas merupakan seorang fasilitator komunikasi.

2.8. Kerangka Pemikiran

Humas yang sebagian besar kegiatannya adalah bertemu orang secara tatap muka. Membuat seorang praktisi Humas harus bekerja ekstra untuk dapat memutar otak agar tetap dapat menjalankan tugasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat maupun stakeholders walau dalam kondisi berjauhan atau tidak berada pada tempat yang sama. Humas tidak hanya berperan dalam pemerintahan, lembaga atau instansi tapi juga dalam organisasi masyarakat. Humas di peruntukan sebagai jembatan dari kasus – kasus tertentu dalam instansi tertentu. Seperti kasus penyalahgunaan narkoba yang sering marak terjadi.

Kasus penyalahgunaan narkoba yang dilakukan oleh remaja termasuk masalah serius yang dihadapi oleh negara, karena narkoba dapat merusak masa depan. Pada masa remaja lebih rentan terkena penyalahgunaan narkoba, hal ini didasari karena rasa ingin tahu yang tinggi. Maka dari itu, remaja adalah sasaran empuk bagi perdagangan narkoba.

Penyalahgunaan narkotika di kalangan remaja makin meningkat. Di mana ada peningkatan sebesar 24 hingga 28 % remaja yang menggunakan narkotika. Hasil dari penelitian bahwa milenial atau generasi muda yang menggunakan narkoba hanya sebesar 20 persen dan sekarang meningkat 24 -28 % Tingkat

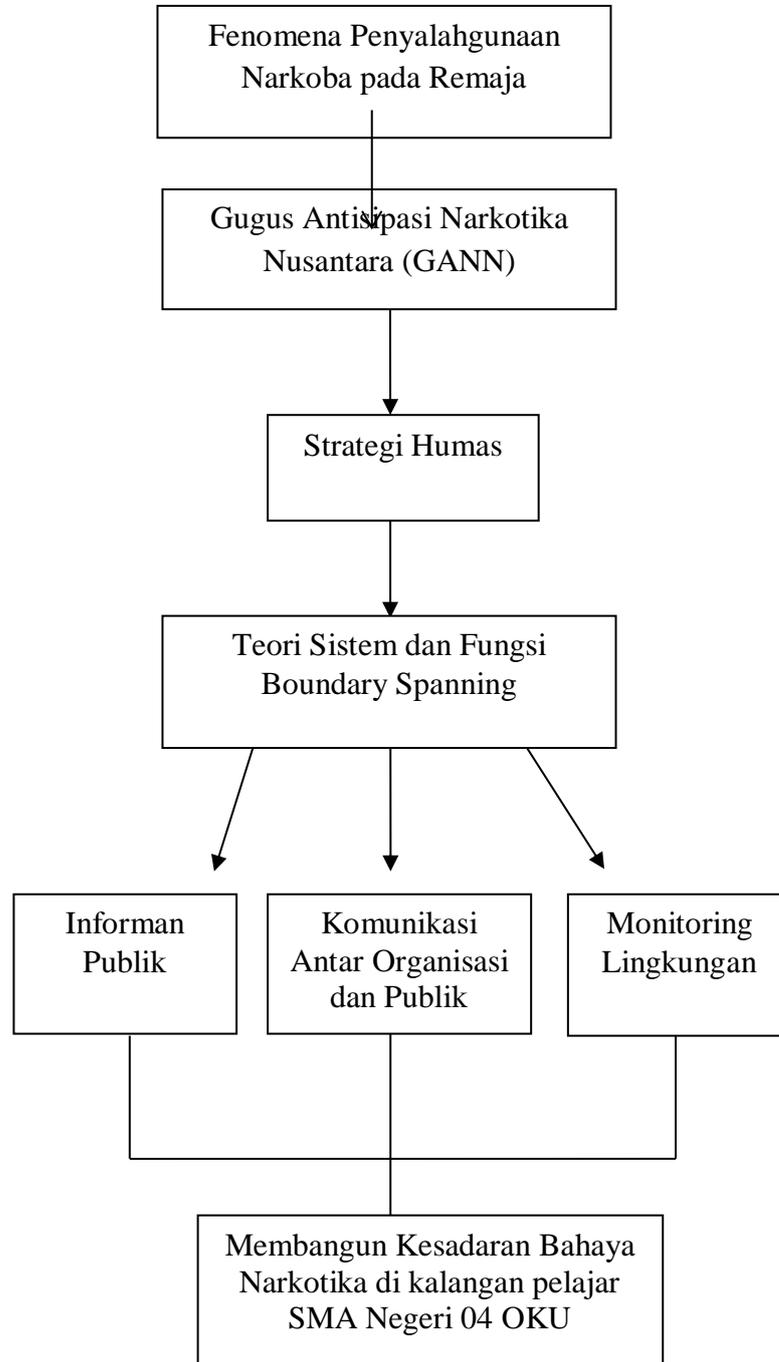
keterlibatan ataupun keterpaparan sebagai kurir maupun penyalahguna narkotika untuk anak dibawah 15 tahun dan anak usia 15-18 termasuk cukup tinggi di Indonesia (BNN, 2021). Penyalahgunaan narkoba merupakan salah satu tindakan perilaku berisiko tinggi termasuk pada anak dengan jumlah anak Indonesia 79,5 juta jiwa, ini proporsi yang cukup signifikan sebagai potensi bangsa dalam berperan menjadi agen perubahan sebagai pelopor dan pelapor. Membantu orang lain terutama teman sebayanya (*peer group*) dalam proses menjadi lebih baik dan melakukan aksi-aksi kepeloporan dalam upaya mencegah dan terlibat dalam narkoba.

Penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja biasanya disebabkan oleh pergaulan dan memiliki tujuan untuk menenangkan diri dari masalah. Pergaulan yang di artikan disini adalah pergaulan yang bebas tanpa aturan, sekehendaknya sendiri dan tanpa pantauan dari orang tua. Faktor lain dari penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja adalah rasa ingin tahu yang besar. Dari rasa ingin tahu, mereka mulai mencoba menggunakan narkoba sampai pada level kecanduan. Kaum remaja menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap penyalahgunaan narkoba, karena remaja mudah putus asa dan mudah dipengaruhi oleh pengedar yang mengakibatkan mereka jatuh pada masalah penyalahgunaan narkoba (Aini et al., 2023).

GANN adalah swadaya masyarakat berbasis massa, dimana kita mengharapkan seluruh lapisan masyarakat untuk secara bersama-sama dalam menumpas peredaran gelap narkoba tujuan GANN Adalah berusaha membantu program pemerintah dalam pencegahan pemberantas penyalahgunaan dan

peredaran gelap narkoba. Minimal di lingkungan terdekat kita agar generasi penerus kita yg merupakan anak cucu kita bisa menjadi generasi emas generasi yang bebas dari narkoba .

Gugus Antisipasi Narkotika Nusantara adalah organisasi yang aktif dan sering memberikan pemahaman dan penyuluhan kepada masyarakat, terutama kepada siswa-siswi SMP, SMA di kabupaten ogan komering ulu, agar mengetahui bahaya dari pada penggunaan narkoba sejak dini. Organisasi GANN juga aktif membuat event pemilihan duta anti narkoba yang diselenggarakan untuk anak-anak remaja di kabupaten ogan komering ulu, event ini bertujuan untuk membentuk generasi muda yang memiliki kualitas dan kapasitas dalam kampanye P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran gelap Narkoba). Dalam kegiatan organisasi GANN yaitu penyuluhan dan pembuatan event, secara langsung memberikan wadah untuk generasi bangsa mengenal cara pencegahan narkoba hal ini tidak lepas dari peran Humas organisasi GANN.



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran