

## **EVALUASI PROGRAM *MEDIA RELATIONS* BADAN NARKOTIKA NASIONAL PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (BNNP DIY) DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP BAHAYA NARKOBA**

### ***EVALUATION PROGRAM MEDIA RELATIONS OF THE NATIONAL NARCOTICS AGENCY OF YOGYAKARTA IN INCREASING PUBLIC AWARENESS AGAINST DRUG HAZARDS***

Oleh: Siti Hanifah, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta  
[Siti1574fis2016@student.uny.ac.id](mailto:Siti1574fis2016@student.uny.ac.id)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mengetahui aktivitas program *media relations* BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba; 2) mengetahui keefektifan program *media relations* BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba berdasarkan audit mini komunikasi. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian evaluasi secara audit mini komunikasi dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian adalah BNNP DIY dengan subjek penelitian yaitu 1 orang dari tim Kehumasan dan 1 orang dari bagian Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) yang sekaligus bertugas dalam mengelola media. Teknik pengumpulan data adalah wawancara secara mendalam dengan teknik *purposive sampling* dan studi dokumen. Keabsahan data penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan teknik interaktif berupa dari Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Aktivitas program *media relations* BNNP DIY untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dilakukan melalui diseminasi informasi P4GN yang dilaksanakan oleh Tim Humas dan Divisi P2M yang mengelola media, namun program tersebut kurang optimal dikarenakan pembagian tugas yang tumpang tindih. ; 2) Program dikatakan kurang efektif berdasarkan evaluasi secara audit mini komunikasi yang telah dikaji dalam enam aspek yaitu penerima, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, bentuk kemasan pesan, dan sumber pesan.

**Kata kunci : Evaluasi program komunikasi, media relations, bnnp diy**

#### **Abstract**

*This research aimed to; 1) knowing the evaluation BNNP DIY meida relations program in increasing public awareness of the dangers of drugs; 2) determine the effectiveness of the BNNP DIY media relations program in increasing public awareness of the dangers of drugs based on mini-communication audits. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. The object of research is BNNP DIY with research subjects, namely 1 person from the Public Relations team and 1 person from Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) section who is also in charge of managing the media. The main data collection technique is in-depth interviews with purposive sampling and document study. The validity of the research data was carried out by triangulation of sources. Data analysis techniques used interactive techniques from Miles and Huberman, namely data collection, reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that; 1) The BNNP DIY activities media relations program increased public awareness through the dissemination of P4GN information carried out by the Public Relations Team and the P2M Division which managed the media, but the program was less than optimal due to the overlapping division of tasks; 2) The program is said to be less effective based on a mini-communication audit evaluation that has been studied in six aspects, namely the recipient, message content, timeliness, communication media, message packaging form, and message source.*

**Keywords: Communication program evaluation, media relations organization- public relationships, bnnp diy.**

## PENDAHULUAN

Permasalahan narkoba setiap tahunnya meningkat salah satunya yaitu penyalahgunaan narkoba di Yogyakarta. Pada tahun 1970an, permasalahan narkoba mulai muncul di Indonesia, namun waktu itu masih dianggap sebagai permasalahan kecil. Masyarakat secara umum memandang dan berkeyakinan bahwa permasalahan narkoba di Indonesia tidak akan berkembang karena bangsa Indonesia adalah bangsa yang religius. Pandangan ini ternyata membuat pemerintah dan seluruh bangsa Indonesia lengan terhadap ancaman bahaya narkoba (<https://yogyakarta.bnn.go.id>, diakses pada 29 Januari 2020).

Seiring dengan berjalannya waktu, narkoba merupakan masalah yang sangat serius. Penyalahgunaan Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif Berbahaya (NAPZA) di Indonesia, kian tahun semakin meningkat. Hasil survei yang dilakukan BNN dengan Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia mencatat pengguna narkoba di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 3,3 juta orang atau sebanyak 1,77 persen dari total penduduk Indonesia usia produktif ([puslitdatin.bnn.go.id](https://puslitdatin.bnn.go.id), diakses pada 15 Maret 2021). Dan menurut data Badan Narkotika Nasional (BNN) pengguna narkoba mencapai 3,6 juta orang pada tahun 2019 ([kemensos.go.id](https://kemensos.go.id), diakses pada 15 Maret 2021).

Tingginya angka penyalahgunaan narkoba Badan Narkotika Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta (BNNP DIY) dirasa perlu gencar melakukan upaya komunikasi, edukasi, dan informasi yang lebih maksimal terutama dalam aspek penguatan isu mengenai cara meningkatkan kesadaran masyarakat melalui media massa kepada khalayak luas tentang penyalahgunaan narkoba dan kewaspadaan terhadap ancamannya.

Kepala Pusat Pencegahan Pelaksana Harian Badan Narkotika Nasional (Kapus Cegah Laxhar BNN) Brigjen Pol. Drs. Anang Iskandar, SH. MH., melalui Kepala Bidang Pemberdayaan Masyarakat, Retno Suketi, mengatakan bahwa terus meningkatnya grafik kasus narkoba disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya permasalahan ekonomi, sosial budaya, pengetahuan dan sikap serta perilaku yang berkaitan dengan penyalahgunaan narkoba. Selain itu, masih ada hal pokok yang perlu mendapat perhatian, yaitu adanya keterbatasan sarana dan prasarana tentang informasi narkoba yang dapat menjangkau khalayak secara luas, baik itu sekolah, keluarga, masyarakat, tempat kerja, agama,

institusi dan media. Kurangnya sosialisasi dari pemerintah, terutama dinas dan instansi terkait, kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang penyalahgunaan narkoba dan kewaspadaan terhadap ancaman narkoba serta cara berpartisipasi dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba ([bbn.go.id](https://bbn.go.id) diakses pada 20 Februari 2020).

Oleh karena itu BNNP DIY melakukan kerja sama dengan media atau wartawan untuk menyebarkan informasi terkait narkoba kepada masyarakat, hal itu gencar dilakukan untuk menyebarkan informasi terkait narkoba kepada masyarakat, hal itu gencar dilakukan supaya peningkatan kesadaran masyarakat melalui programnya yaitu P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba) guna mengurangi pengguna narkoba di Indonesia. Program P4GN bisa menjelaskan keberfungsian lembaga tersebut dalam menjalankan programnya dan tentu sesuai dengan Undang-Undang yang sudah ditetapkan. BNNP DIY dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga yang mengatasi permasalahan khususnya narkoba, Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY menjalankan fungsinya sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Kebijakan dan Strategi Nasional di Bidang P4GN Tahun 2011-2015 ([bnn.go.id](https://bnn.go.id), diakses pada 20 Februari 2020).

Lembaga mempublikasikan P4GN dengan bekerja sama melalui rekanan media elektronik dan non elektronik. Media elektronik meliputi televisi lokal seperti TVRI, RBTV. Untuk elektronik tak hanya televisi namun radio pun dipilih oleh BNNP DIY untuk menyebarkan informasi cegah narkoba yang disiarkan melalui Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI DIY) yang didalamnya gabungan radio-radio swasta di Yogyakarta yang beranggotakan 20 radio lebih. Media non elektronik yang bekerja sama dengan BNNP DIY meliputi media cetak koran lokal di Yogyakarta yaitu Harian Jogja, Tribun dan Kedaulatan Rakyat. Sedangkan media onlinenya BNNP DIY bekerja sama dengan [Krjogja.com](https://krjogja.com) dan [Harianjogja.com](https://harianjogja.com).

Dalam penyebaran informasi melalui televisi yaitu TVRI Jogja dalam setahun dilakukan satu kali penayangan pada 1 Maret 2019 yang sasaran audiencenya yaitu pekerja. Berbeda dengan penyebaran informasi P4GN melalui Placement Radio Lokal yaitu PRSSNI yang dalam setahun dilakukan satu kali pada 12 April 2019 dengan sasaran audiencenya yaitu

masyarakat. Dan dalam penyebaran informasi P4GN melalui media cetak yang penayangannya di Harian Jogja dilaksanakan sebanyak 4 paket yaitu 20 kali. Waktu pelaksanaannya dalam satu tahun terhitung dari April hingga Juni 2019, dalam jangka waktu tersebut sebaran informasi di media cetak Harian Jogja dihitung berdasarkan oplah harian di media dengan oplah 27.000 exemplar (sumber: dokumen arsip BNNP DIY 2019).

Penting bahwa penyebaran informasi terkait bahaya dari penyalahgunaan narkoba disuarakan secara terus menerus dengan memberikan edukasi kepada masyarakat, media massa memegang peran penting akan hal tersebut karena memiliki potensi dan kapasitas mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat untuk memerangi kejahatan narkoba. Untuk mengetahui keefektifan pemanfaatan media maka dilaksanakan evaluasi. Evaluasi program media dilakukan dari sebaran informasi yang pernah BNNP DIY lakukan pada tahun 2019. BNNP DIY melakukan evaluasi dengan dasar hitung sebaran media televisi dari rate program saat siaran yang diperoleh pihak TVRI Yogyakarta, lalu dasar hitung sebaran media cetak (Harian Jogja) dari oplah Harian Jogja dan dasar hitung sebaran placement radio lokal terhitung dari jumlah pendengar.

Paparan di atas menjelaskan bahwa program *media relations* BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba hingga saat ini belum optimal. Alasan mendasar terkait hal ini, penyalahgunaan narkoba di Yogyakarta setiap tahunnya meningkat, sehubungan dengan hal itu dirasa penting untuk melakukan evaluasi keberhasilan program *media relations* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya yang ditimbulkan oleh narkoba. Objek kajiannya adalah berupa program *media relations* BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba.

Idealnya, setiap program komunikasi perlu dievaluasi secara optimal untuk mengetahui tingkat keberhasilan maupun kegagalan pelaksanaan kegiatan tersebut sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Diperlukan evaluasi untuk mengetahui seberapa efektifnya pelaksanaan program, sehingga menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki program *media relations* pada masa masa mendatang.

Penelitian ini akan dikaji lebih dalam lagi mengenai program *media relations* yang

dilakukan oleh BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terutama pada bahaya narkoba tercapai. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Evaluasi Program *Media Relations* Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Yogyakarta (BNNP DIY) dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Bahaya Narkoba”. Penelitian ini menggunakan audit mini komunikasi sebagai metode evaluasi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian evaluasi secara audit mini komunikasi dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian adalah BNNP DIY dengan subjek penelitian yaitu 1 orang dari tim Kehumasan dan 1 orang dari bagian Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) yang sekaligus bertugas dalam mengelola media. Teknik pengumpulan data adalah wawancara secara mendalam dengan teknik *purposive sampling* dan studi dokumen. Keabsahan data penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan teknik interaktif berupa dari Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi, penyajian data dan menarik kesimpulan.

## **SETTING PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (BNNP DIY) yang beralamat di Jalan Brigjen Katamsno, Komplek Perkantoran (Selatan Purawisata), Keparakan, Kec. Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165.

## **SUMBER DATA**

Penentuan sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016: 85), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis. Kriteria yang ditetapkan oleh penulis adalah narasumber yang dipilih dikarenakan terjun langsung dalam menjalin kerja sama dengan media rekanaan yang menjadi bahasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu peneliti mengambil Tim Kehumasan dan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) yang sekaligus menjadi humas eksternal dari BNNP DIY itu sendiri.

## **METODE DAN INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara. Menurut Moleong (2010) mengemukakan pendapat bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud dan tujuan tertentu oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Selain wawancara peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu studi dokumen. Menurut Sugiyono (2013) dokumen adalah catatan peristiwa yang telah berlalu dan berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental lain dari seseorang.

### KEABSAHAN DATA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara pengamatan partisipatif lalu dilakukan pengecekan data yang diperoleh dari bermacam-macam sumber. Triangulasi bertujuan untuk lebih meningkatkan kekuatan data (Sugiyono, 2008: 83).

### ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana (1992) mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus berlangsung secara menerus sampai tuntas sehingga didapatkan data yang jenuh.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Secara organisasi kedudukan Tim Humas dan Media BNNP DIY tidak tertulis dalam struktur namun hanya ditulis melalui SK saja. Selama ini perencanaan program *media relations* Tim Humas dilakukan tanpa dilengkapi dengan riset lebih dalam. Kemudian evaluasi penyebaran informasi BNNP DIY dilakukan hanya setiap kegiatan telah terlaksana bukan dalam satu tahun. Kurangnya pemahaman program *media relations* mengenai pentingnya riset serta evaluasi kegiatan, menyebabkan program *media relations* kurang memperhatikan prioritas terkait media yang kemudian memengaruhi pemahaman informasi yang ditarget publik pada setiap program. Perencanaan program *media relations* dapat berjalan dengan lebih lancar dan tepat sasaran jika dilakukan riset dan evaluasi program. Beberapa riset dan evaluasi yang dapat dilakukan, seperti analisis kelebihan dan kekurangan program-program dan aktivitas-aktivitas didalamnya serta pemetaan media dan

publiknya menurut tujuan dan kebutuhan masing-masing program.

Melihat fenomena bahwa Tim Humas dan Media yang tidak berlatar belakang pendidikan *public relations* atau kehumasan, jurnalistik, ataupun Ilmu Komunikasi, menimbulkan kebutuhan pelatihan sumber daya manusia yang dapat membekali para staf unit sebelum menjalankan program *media relations*. Prosedur kerja yang sesekali terbatas pun menjadi penghambat dalam pengambilan kebijakan terkait program *media relations*.

Dalam praktik, Tim Humas dan Media kurang jelas dalam struktur sehingga alur pembagian tugas terkait program *media relations* tidak terfokuskan, banyak agenda seperti membangun relasi yang serius dengan bagian-bagian yang strategis namun para tim humas juga melaksanakan tugas pokok atau pekerjaan dibidangnya masing-masing.

BNNP DIY dalam melakukan rapat dengan perencanaan, terkait dengan media evaluasinya sebaran media dirasa itu cukup banyak. Namun BNNP DIY tidak bisa menghitung secara real angka orang yang melihat, atau tidak bisa memastikan jumlah sebaran media yang telah digunakan. Mereka melaksanakan program *media relations* untuk memenuhi kebutuhan program kerja saja. Hal tersebut menjadikan *outcomenya* kurang efektif.

Komunikasi yang dijalankan oleh Tim Humas dan Media meliputi komunikasi dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. Dalam program *media relations*, komunikasi banyak dilakukan dengan berbagai pihak di divisi BNNP DIY dan pihak media. Untuk meningkatkan keakraban dengan para media, komunikasi paling intens ketika perusahaan membutuhkan media dan media membutuhkan perusahaan. Dengan begitu dapat semakin menunjukkan adanya peran *public relations* atau humas dalam program-program *media relations*. Namun BNNP DIY selama ini kurang dalam melakukan kegiatan bersama dengan para wartawan atau rekanan.

Sementara meningkatkan bentuk komunikasi dengan media dan internal perusahaan, jenis-jenis media komunikasi yang digunakan pun penting untuk ditingkatkan. Tidak cukup perusahaan selalu mengandalkan media komunikasi WhatsApp dan telepon. Disarankan *public relations* atau humas memanfaatkan waktu atau rapat secara langsung pengumuman yang ada sebagai alat komunikasi dengan pihak internal perusahaan dari pihak

eksternal perusahaan, dan sebaliknya. Memang media elektronik sekarang menjadi pilihan utama untuk berkomunikasi. Namun untuk tidak menghilangkan seni menulis dari public relations juga perlu adanya informasi- informasi tanpa media elektronik.

Evaluasi program *media relations* BNNP DIY ditinjau dengan 6 kriteria keefektifan program yang umumnya digunakan dalam audit komunikasi. Menurut Hardjana (2000:23) efektivitas komunikasi diukur oleh enam dimensi, yakni penerima komunikasi atau pemakai isi (*receiver*), ketepatan waktu (*timing*), saluran (*media*), format atau bentuk kemasan pesan, dan sumber (*source*).

1. Program *media relations* BNNP DIY dirasa efektif apabila informasi dapat mudah dipahami jika penerima pesan tepat. Seseorang penerima atau pemakai pesan dikatakan efektif jika penerima pesan sesuai dengan penerima yang dituju. Dan jika penerima pesan sesuai dengan penerima yang dituju oleh media tersebut, maka langkah untuk mengukur selanjutnya adalah melihat bagaimana kuantitas si penerima pesan menggunakan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan (Hardjana, 2000:24).

BNNP DIY menyebarkan informasinya dengan media untuk mencangkup semua lapisan masyarakat, baik melalui media sosial, media elektronik, dan media non- elektronik. *Instagram* untuk kalangan remaja, *facebook* cenderung menjangkau untuk kalangan para orang tua dan radio untuk jangkauan yang lebih luas. Namun untuk *twitter* dan website cenderung tidak berjalan rutin.

#### 2. Isi pesan (*content*)

Isi pesan merupakan kesesuaian tujuan komunikasi dengan fakta dan aktualitas informasi yang diterima oleh audiens. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan isi pesan adalah, paparan informasi-informasi yang diberikan oleh organisasi kepada audiens (Hardjana, 2000:24).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa isi pesan tergantung dengan media yang digunakan. Untuk media sosial cenderung menggunakan pesan yang persuasif dikarenakan pengonsumsi informasi cenderung remaja, bentuk pesan yang larangan diminimalisir. Untuk radio cenderung menggunakan metode tanya jawab kepada *audience*.

#### 3. Ketepatan waktu (*timing*)

Ketepatan waktu adalah bahwa pesan yang dimaksudkan kepada penerima tepat pada

waktunya sesuai dengan kondisi dan situasi yang diukur (Hardjana, 2000:24).

Dari hasil wawancara tidak adanya perencanaan untuk penyebaran informasi melalui media secara detail dan rinci, BNNP DIY melakukan penyebaran informasi cenderung tidak konsisten.

#### 4. Media komunikasi (*media*)

Definisi dimensi media komunikasi (*media*) adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan diharapkan oleh pengirim pesan dan penerima pesan (Hardjana, 2000:24).

Dari hasil wawancara yang didapat media komunikasi yang digunakan mengenai informasi P4GN untuk menyadarkan masyarakat terkait bahaya narkoba yaitu melalui media elektronik, media non- elektronik, dan media sosial. Media elektronik meliputi TV, Radio. Media non-elektronik meliputi koran. Dan media sosial yang digunakan yaitu: *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*.

Namun media yang digunakan BNNP DIY dengan rekanan media atau *media relations*nya yaitu menggunakan *WhatsApp* dan telepon. Media tersebut dirasa efektif dan efisien untuk memberitahukan atau koordinasi terkait kegiatan yang akan dilakukan BNNP DIY dengan melibatkan wartawan atau peliputan.

#### 5. Format bentuk kemasan pesan (*format*).

Definisi format adalah bahwa kesesuaian format antara yang dimaksudkan oleh pengirim dengan penerima yang dilihat dari cara penyajian isi informasinya. Dalam hal ini, format dapat dilihat dari bagaimana cara penyelenggara membuat bentuk pesan sesuai dengan apa informasi yang disampaikan berdasarkan tujuan penyelenggara (Hardjana, 2000:24)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan BNNP DIY mengubah pesan yang bersifat “larangan” kemudian menjadikan bentuk pesan dengan persuasif atau mengajak masyarakat. Hal tersebut dimaksudkan agar masyarakat tidak tertantang untuk melanggar namun sadar akan menjauhi narkoba. Namun BNNP DIY sendiripun bingung bentuk kemasan yang tepat untuk menyampaikan informasinya agar sampai kepada masyarakat seperti apa.

#### 6. Sumber pesan (*source*)

Definisi sumber pesan adalah kejelasan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan sehingga pesan yang disampaikan akurat (Hardjana, 2000:24).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kejelasan sumber pesan sangat penting untuk dapat diperjanggungjawabkan sehingga pesan yang disampaikan pihak BNNP DIY dan sampai kepada masyarakat dengan akurat. Oleh karena itu sumber pesan dapat dipercaya dikarenakan oleh eksperimen atau kegiatan yang telah dilakukan oleh BNNP DIY sendiri.

## PENUTUP

### A. Simpulan

1. Program *Media Relations* Badan Narkotika Nasional di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Kesadaran masyarakat di Yogyakarta ditingkatkan dengan program *media relations* yang dilaksanakan oleh pihak BNNP DIY. Meningkatkan kesadaran masyarakat dilakukan dengan cara desiminasi informasi P4GN yang dilaksanakan oleh Tim Humas dan Media. Namun tanpa adanya struktur organisasi yang jelas, maka terdapat tumpang tindih antara tugas utama dan tugas sebagai humas sehingga program *media relations* berjalan kurang efektif.

2. Perencanaan Program *Media Relations* Badan Narkotika Nasional di Daerah Istimewa Yogyakarta

Banyak perencanaan yang kurang matang dikarenakan sumber daya manusia yang sesuai dengan tuntutan sebagai humas belum ada, sehingga kegiatan *media relations* seperti *gathering* dengan wartawan jarang dilaksanakan atau terlewatkan.

3. Keefektifan Program *Media Relations* Badan Narkotika Nasional di Daerah Istimewa Yogyakarta Program yang dilakukan BNNP DIY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya narkoba dirasa kurang jika dikaji berdasarkan aspek audit mini komunikasi secara penerima, Isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, bentuk kemasan pesan, dan sumber pesan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat tidak dikaji lebih jauh terlebih dahulu oleh pihak BNNP DIY. BNNP DIY sekedar melaksanakan tugas utama untuk menginformasikan saja kepada masyarakat dan tidak mengkaji lebih jauh.

### B. Saran

1. *Public relations* dapat melakukan riset atau survei sederhana sebelum melaksanakan program, dan melakukan evaluasi secara formal

terarsip setelah program selesai dilakukan. Hal ini dapat lebih menuntun pekerjaan praktisi secara terstruktur dan memudahkan untuk mengontrol jika di tengah pelaksanaan ditemukan masalah.

2. Penting untuk perusahaan memperjelas kembali wewenang dan posisi Unit *Public Relation* dan Media dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini penting sehingga divisi-divisi lain pun dapat dimaksimalkan untuk menjalankan fungsi organisasi selain fungsi manajemen komunikasi.

3. Bentuk menjaga relasi dengan pihak kegiatan-kegiatan keakraban yang lebih santai namun tetap menunjukkan karakteristik masing-masing institusi yang terlibat. Hal ini penting untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat meningkatkan kinerja pada tahun-tahun berikutnya.

4. Desiminasi informasi P4GN untuk menyadarkan masyarakat direncanakan dengan lebih matang agar pesan yang disampaikan dapat mudah sampai kepada target yang dituju

### DAFTAR PUSTAKA

- BNN RI. (2009). Narkoba kejahatan tanpa batas terus berdayakan masyarakat perangi narkoba. Diakses Pada Februari 2020 dari <https://Bnn.Go.Id/Narkoba-Kejahatan-Tanpa-Batas-Terus-Berdayakan-Masyarakat-Perangi-Narkoba/>.
- BNNP DIY. (2018). Latar belakang dan sejarah badan narkotika nasional provinsi daerah istimewa yogyakarta. Diakses pada 29 januari 2020 dari <https://yogyakarta.bnn.go.id/sejarah/>.
- Hardjana, Andre. (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- ..... (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D: Cetakan ke-19*. Bandung: Alfabeta CV.
- ..... (2016). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Puslitdatin. (2020). Uji Publik Hasil Penelitian BNN 2019. Diakses pada Maret 2021

dari <https://puslitdatin.bnn.go.id/uji-publik-hasil-penelitian-bnn-tahun-2019/>.

Setiawan, Koesworo. (2020). Kemensos Teken MOU dengan BNN, UNODC dan Colombo Plan. Diakses pada Maret 2021 dari <https://kemensos.go.id/kemensos-teken-mou-dengan-bnn-unodc-dan-colombo-plan>.



## LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Evaluasi Program *Media Relations* Badan Narkotika Nasional  
Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (BNNP DIY) dalam  
Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Bahaya Narkoba

Nama : Siti Hanifah

NIM : 16419144020

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke Journal *Student*
2. Dikirim ke Journal *Jipsindo*
3. Dikirim ke Journal Lain