

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Narkoba merupakan obat atau zat yang terbuat dari bahan zat kimia sintesis maupun semisintesis (buatan) atau zat alamiah yang berasal dari tanaman. Narkoba bila masuk ke dalam tubuh manusia baik secara oral (melalui mulut), dan melalui di hirup (melalui hidung), dan melalui intravena (melalui jarum suntik), dapat menyerang susunan syaraf terutama otak. Apabila di gunakan secara berlebihan akan mengakibatkan kecanduan, sehingga akan terjadi berbagai gangguan antara lain gangguan psikis, fisik dan fungsi Sosial.

Penyalahgunaan narkoba dapat menimbulkan dampak negatif dimasyarakat sangat lah luas dan merusak banyak aspek kehidupan, baik secara langsung maupun tidak langsung, mulai dari sosial, ekonomi, kesehatan, hingga Pendidikan. Disisi lain, secara ekonomis dan sosial harga narkoba sangat mahal akan banyak menguras uang, serta melakukan segala cara yang mengarah pada kejahatan demi mendapatkan narkoba. Situasi tersebut dapat merusak masa depan pemakai, sehingga perilaku tersebut akan mempengaruhi kondisi psikologis keluarga pemakai. Sehingga, keluarga sering merasa resah, malu, marah, sedih, dan tertekan karena adanya anggota keluarga yang terlibat narkoba, yang biasanya bisa bersosialisasi dengan lingkungan, tidak ada gejala-gejala depresi, semua berubah menjadi keluarga yang tambah jauh dari masyarakat dan mengurung diri, rasa cemas berlebihan, dan gangguan pada kepribadian.

Mencermati perkembangan peredaran dan penyalahgunaan narkoba akhir akhir ini yang dapat di saksikan hampir setiap hari baik melalui media cetak maupun elektronik telah mencapai situasi yang sangat mengkhawatirkan, sehingga menjadi persoalan kenegaraan yang mendesak untuk segera diatasi mengingat korban penyalahgunaan narkoba bukan hanya orang dewasa, mahasiswa tetapi juga

pelajar SMA yang sangat diharapkan menjadi generasi penerus bangsa dalam membangun negara di masa mendatang. Hal ini patut menjadi kekhawatiran kita bersama mengingat, pelajar merupakan golongan yang rentan terhadap penyalahgunaan narkoba karena selain memiliki sifat dinamis, energik, selalu ingin mencoba. Mereka juga mudah tergoda dan putus asa sehingga mudah jatuh pada masalah penyalahgunaan narkoba.

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi remaja dalam menggunakan narkoba dapat berasal dari berbagai aspek lingkungan mereka. Salah satu faktor utama adalah pengaruh teman sebaya, di mana remaja yang berada dalam kelompok sosial yang menerima atau bahkan mendorong penggunaan narkoba lebih rentan untuk terlibat dalam perilaku tersebut.

Latar belakang keluarga juga dapat memengaruhi kepribadian anak, oleh karena itu keluarga yang tidak harmonis (Broken Home) dapat menjadi penyebab anak mengkonsumsi narkoba. Broken home adalah istilah zaman sekarang yang merujuk pada keluarga yang tidak lagi utuh atau tidak hidup bersama akibat berbagai alasan seperti perceraian orang tua, kematian salah satu atau kedua orang tua, pernikahan yang dilakukan lebih dari sekali, perpisahan lainnya

Berdasarkan pada keadaan yang terjadi, karena itu setiap guru dan orang tua harus memiliki pengetahuan secara jelas tentang narkoba, agar dapat memberikan pengetahuan dan pembekalan pada anak yang menjalani Sekolah Menengah Atas terutama di kelas XI tentang bahaya narkoba yang dapat ditimbulkan narkoba Oleh karena itu diperlukan upaya menyelamatkan generasi muda calon penerus memiliki potensi unggul di perlukan sosialisasi kepada remaja tentang dampak buruk dari penyalahgunaan narkoba. dan efek jangka panjang yang akan di alami serta bagaimana cara menghindarinya.

Penyalahgunaan narkoba merupakan masalah serius yang mengancam generasi muda, khususnya di kalangan siswa SMA kelas XI Kota Tebing Tinggi yang berada pada fase peralihan menuju dewasa. Dalam konteks ini, Badan Narkotika Nasional (BNN) memiliki peran penting dalam sosialisasi dan edukasi mengenai bahaya narkoba. Melalui berbagai program dan kampanye, BNN

berupaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa tentang resiko serta dampak negatif dari narkoba.

Dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba di kalangan pelajar dilakukan salah satunya melalui sosialisasi dan edukasi yang berbasis pada komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pengetahuan, dan perilaku audiens melalui pendekatan yang membujuk atau merayu dengan cara yang meyakinkan dan penuh empati. Dalam konteks sosialisasi bahaya narkoba, komunikasi persuasif yang efektif dapat menjadi kunci untuk mengubah pandangan dan tindakan siswa, agar mereka tidak terjebak dalam penyalahgunaan narkoba. Oleh karena itu, BNN sebagai Lembaga yang memiliki tugas utama dalam pemberantasan narkoba di Indonesia memiliki peran yang sangat strategis dalam melakukan sosialisasi ini.

Sosialisasi yang dilakukan oleh BNN kepada siswa kelas XI harus memperhatikan berbagai aspek, mulai dari pemahaman tentang risiko dan dampak penyalahgunaan narkoba, hingga cara-cara untuk menanggulangi dan menghindari godaan untuk mencoba narkoba. Disisi lain, proses sosialisasi ini harus disampaikan dengan cara yang sesuai dengan karakteristik usia dan psikologi remaja, yang cenderung memiliki rasa ingin tahu tinggi, mudah terpengaruh oleh teman sebaya, dan lebih rentan terhadap pengaruh media sosial. Dalam hal ini, BNN menggunakan berbagai teknik komunikasi persuasif yang dapat memengaruhi pemikiran dan tindakan siswa, dengan cara yang tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menginspirasi mereka untuk mengambil keputusan yang bijak dan menjauhi narkoba.

Adapun, komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BNN melibatkan beberapa unsur penting, antara lain pesan yang jelas dan tegas mengenai bahaya narkoba, sumber yang dapat di percaya, serta saluran komunikasi yang efektif, baik itu melalui seminar, workshop, media sosial. BNN juga perlu menggandeng pihak sekolah dan orang tua untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memiliki dampak yang berkelanjutan dalam membentuk perilaku siswa.

Analisis komunikasi persuasif ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana BNN menyusun pesan, memilih saluran komunikasi, dan merancang strategi yang tepat untuk mengubah sikap serta perilaku siswa terhadap penyalahgunaan narkoba. Dengan memahami aspek aspek ini, diharapkan BNN dapat meningkatkan sosialisasi dan memberikan dampak positif dalam upaya pencegahan narkoba di kalangan siswa kelas XI SMA Negeri 3 Kota Tebing Tinggi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti “Analisis Komunikasi Persuasif Badan Narkotika Nasional Dalam Sosialisasi Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Di Kalangan Siswa Kelas XI SMA Negeri 3 Kota Tebing Tinggi”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“ Bagaimana komunikasi persuasif Badan Narkotika Nasional dalam sosialisasi bahaya penyalahgunaan narkoba di kalangan siswa kelas XI SMA Negeri 3 Kota Tebing Tinggi “

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok penelitian, agar peneliti tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan. Adapun penelitian ini dibatasi pada siswa kelas XI SMA Negeri 3 Kota Tebing Tinggi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif dalam kegiatan sosialisasi Bahaya Penyalahgunaan Narkoba oleh BNN di kalangan siswa kelas XI Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Kota Tebing Tinggi.

1.5 Manfaat Penelitian

- Secara Teoritis

Penelitian ini di bermaksud untuk menjadi penambahan informasi yang mana juga diharapkan bisa menjadi hal baru pembelajaran mengenai bagaimana proses strategi komunikasi persuasif Badan Narkotika Nasional terhadap siswa SMA kelas XI dalam memberikan pemahaman dampak penyalahgunaan narkoba. Penelitian ini juga di tujukan terkhusus untuk peneliti yang tertarik untuk mengetahui guna menambah wawasan pada penelitian ini.

- Secara praktis

Penelitian ini juga di harapkan dapat memberikan masukan kepada Badan Narkotika Nasional Kota Tebing Tinggi agar mengetahui bagaimana proses komunikasi persuasif dalam sosialisasi bahaya penyalahgunaan narkoba terhadap siswa kelas XI SMA Negeri 3 Kota Tebing Tinggi dengan baik sehingga dapat membantu siswa dalam menjauhi narkoba.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi telah menjadi semacam portmanteau atau istilah yang terbentuk dari dua kata. Dapat dilihat kata komunikasi dalam bahasa Inggris yaitu communication; dalam bahasa Prancis : communication; bahasa Latin : communication; communicare; communic yaitu kata com- (bersama)+munis (diikat). Beberapa kata komunikasi menunjukkan bahwa terdiri dari dua kata (portmanteau) yang digabungkan menjadi satu.¹

Secara etimologi berkomunikasi mengandung makna bersama-sama. Ada unsur 'bersama' dalam artian bersama dalam arti, pemahaman, dan pemaknaan terhadap satu objek atau pesan yang digagas. Komunikasi berarti mengadakan kesamaan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dengan komunikan (penerima pesan). Jika diantara dua orang yang berkomunikasi itu memiliki kesamaan pengertian, artinya tidak ada perbedaan terhadap pengertian tentang sesuatu, terjadilah situasi yang disebut in tune.

Dalam buku retorica seorang filsuf Yunani kuno bernama Aristoteles memberikan definisi komunikasi adalah siapa mengatakan apa kepada siapa? Definisi ini menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yaitu siapa yang berbicara?, apa yang dibicarakan?, dan siapa yang mendengarkan? Definisi komunikasi Aristoteles oleh sebagian besar pakar komunikasi menilai pandangan ini lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato retorica hal ini bisa dimengerti karena pada era Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani, dan ini dikatakan sebagai definisi klasik komunikasi.

Harold D. Laswell salah satu peletak ilmu komunikasi mendefinisikan komunikasi 'siapa mengatakan apa kepada siapa menggunakan saluran apa dan

¹ Rustan, Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 27.

dengan dampak apa'. Definisi yang dikembangkan dari karyanya dalam bidang propaganda politik, seperti halnya Aristoteles, juga menekankan pada unsur pembicara, pesan, dan khalayak, dan diperluas dengan melihat proses komunikasi yang menggunakan media (channel) dan memberikan dampak atau efek. Proses komunikasi dapat terjadi pada sejumlah level yang berbeda antar individu, antar kelompok sosial, di dalam masyarakat, atau antar masyarakat. Disiplin-disiplin akademik mengkaji aspek-aspek komunikasi pada berbagai level.

Shannon mendefinisikan komunikasi sebagai proses pikiran seseorang mempengaruhi orang lain. Menurutnya, komunikasi mencakup semua prosedur dengan mana satu pikiran dapat mempengaruhi yang lain, tidak hanya mencakup tulisan dan pidato lisan, tetapi juga musik, seni gambar, teater, balet dan sebenarnya meliputi semua perilaku manusia. Artinya semua aktivitas yang berdampak pada orang lain atau dapat memengaruhi pikiran dan perasaan orang lain merupakan aktivitas komunikasi. Artinya, komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seorang, baik verbal maupun non verbal, yang ditanggapi oleh orang lain. Komunikasi mencakup pengertian yang luas, lebih dari sekedar berbicara. Setiap bentuk tingkah laku mengungkapkan pesan tertentu sehingga merupakan bentuk komunikasi juga.

Selain itu, konsep Shannon dan Weaver menekankan bahwa komunikasi berorientasi pada tujuan (intentional) sehingga untuk dapat mempengaruhi orang lain konsep informasi dalam komunikasi menjadi pokok pikiran Shannon, sebab informasi merupakan suatu kondisi atau keadaan energi yang mempengaruhi tingkat ketidakpastian situasi dalam pengambilan keputusan diantara berbagai alternatif. Ketika seseorang berada pada kondisi tingkat entropi (ketidakpastian) yang tinggi maka informasi sangat diperlukan.

2.1.1 Unsur – unsur Komunikasi

Komunikasi adalah proses yang kompleks dan melibatkan beberapa unsur penting yang bekerja Bersama untuk menyampaikan pesan secara efektif. Menurut berbagai literatur modern, unsur-unsur ini mencakup pengirim (Sender), pesan (Message), saluran (Channel), penerima (Receiver), pengaruh (effect), umpan balik

(Feedback), dan gangguan (Noise). Masing-masing unsur memiliki peran kritis dalam memastikan keberhasilan komunikasi.

1. Pengirim (Sender)

Pengirim sender adalah individu atau kelompok yang memulai proses komunikasi dengan menciptakan dan mengirimkan pesan. Dalam konteks komunikasi, pengirim memiliki tanggung jawab penting dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh penerima. Pengirim harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang audiens yang dituju agar pesan dapat disusun dan disampaikan dengan tepat. Pemahaman ini mencakup pengetahuan tentang latar belakang, kebutuhan dan harapan audiens, yang semuanya berpengaruh pada efektivitas komunikasi.

Pengirim harus mempertimbangkan tujuan komunikasi serta konteks situasional di mana komunikasi berlangsung. Tujuan komunikasi dapat bervariasi, mulai dari memberikan informasi, mempengaruhi pendapat, hingga membangun hubungan. Konteks situasional, seperti lingkungan fisik, budaya, dan sosial, juga mempengaruhi cara pesan harus disusun dan disampaikan. Misalnya, pesan yang disampaikan dalam situasi formal memerlukan bahasa yang lebih resmi dan struktur yang lebih terorganisir dibandingkan dengan pesan yang disampaikan dalam situasi informal. Oleh karena itu, pengirim harus peka terhadap berbagai faktor ini untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan bermakna bagi audiens.

2. Pesan (*Message*)

Pesan adalah inti dari proses komunikasi, yang terdiri dari informasi, ide, atau perasaan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan ini bisa disampaikan melalui berbagai bentuk, seperti kata-kata, gambar, suara, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut. Dalam komunikasi yang efektif, pesan harus dirancang dengan memperhatikan audiens yang akan menerimanya serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Dengan demikian, pesan yang efektif

mampu menyampaikan makna yang diinginkan pengirim dengan cara yang jelas dan mudah dipahami oleh penerima.²

3. Saluran (*Channel*)

Saluran adalah media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima. Saluran komunikasi dapat bersifat verbal, seperti percakapan langsung, panggilan telepon, atau presentasi, maupun non-verbal, seperti gestur, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh. Selain itu, dengan berkembangnya teknologi, saluran komunikasi juga mencakup media elektronik seperti email, media sosial, dan aplikasi pesan instan. Setiap saluran memiliki karakteristik unik yang dapat mempengaruhi bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan oleh penerima.

4. Penerima

Penerima adalah individu atau kelompok yang menerima dan menafsirkan pesan yang dikirimkan oleh pengirim dalam proses komunikasi. Sebagai pihak yang menerima pesan, penerima memiliki peran aktif dalam menentukan apakah pesan yang disampaikan dipahami dengan benar.

Proses penafsiran pesan oleh penerima melibatkan banyak faktor, termasuk konteks komunikasi, latar belakang, dan pengalaman pribadi. Penerima perlu mempertimbangkan latar belakang budaya, pengetahuan, dan pengalaman yang mungkin mempengaruhi caranya memahami pesan.

5. Pengaruh (*Effect*)

Pengaruh (*Effect*) adalah hasil yang muncul setelah pesan yang disampaikan oleh pengirim diterima dan dipahami oleh penerima. Efek ini bisa berupa perubahan dalam cara berpikir, perasaan, atau Tindakan penerima setelah menerima pesan. Dalam komunikasi yang efektif, efek yang dihasilkan sesuai dengan tujuan awal pengirim, misalnya penerima melakukan tindakan tertentu, mengubah pendapat, atau memahami informasi yang disampaikan telah mempengaruhi penerima sesuai dengan yang diinginkan. Secara lebih luas, efek

² Humaizi, Iskandar, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Medan: Media Penerbit Bangsa, 2024), h. 2-5

komunikasi juga mencakup perubahan persepsi atau pemahaman penerima terhadap suatu hal.

6. Umpan Balik (Feedback)

Umpan balik adalah respons atau reaksi dari penerima terhadap pesan yang telah disampaikan oleh pengirim. Dalam proses komunikasi, umpan balik berfungsi sebagai alat penilaian yang memberi tahu pengirim apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan benar.

Umpan balik yang efektif berperan krusial dalam komunikasi yang berhasil. Untuk menjadi efektif, umpan balik harus jujur, konstruktif, dan relevan dengan pesan yang diterima.

7. Gangguan (Noise)

Gangguan, dalam konteks komunikasi, merujuk pada berbagai faktor yang dapat menghalangi atau mengganggu proses penyampaian pesan sehingga pesan tidak dapat diterima atau dipahami dengan jelas. Gangguan ini dapat bersifat fisik, seperti kebisingan lingkungan yang mengganggu perhatian pendengar, atau psikologis, seperti prasangka, emosi, atau stress yang mempengaruhi cara seseorang menerima dan menafsirkan informasi. Gangguan adalah elemen yang tidak bisa sepenuhnya dihindari dalam proses komunikasi. Namun, gangguan ini dapat diminimalisir dengan strategi perencanaan yang matang dan perhatian terhadap berbagai unsur komunikasi lainnya.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah mencapai kualitas dari seluruh proses komunikasi itu sendiri, termasuk dalam hal “motivasi”. Tujuan ini mencakup segala aspek perilaku yang terlibat dalam komunikasi, yang melibatkan manusia sebagai pelaku utama.

Tujuan primer dari proses komunikasi adalah untuk memengaruhi, membangkitkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian, dan lain

sebagainya. Namun secara umum, tujuan komunikasi dapat di kelompokkan menjadi beberapa kategori :³

1. *Attitude Change* / Mengubah Sikap
2. *Opinion Change* / Mengubah Opini
3. *Behavior Change* / Mengubah Perilaku

Dari sudut pandang sumber atau komunikator, terdapat beberapa tujuan dalam proses komunikasi, yaitu :

1. Menyampaikan informasi
2. Mendidik
3. Memberikan hiburan atau kesenangan kepada penerima pesan
4. Memengaruhi dan menganjurkan suatu tindakan melalui upaya persuasif.

Dari sudut pandang penerima, terdapat beberapa tujuan dalam proses komunikasi, yaitu :

1. Memahami informasi yang disampaikan
2. Mempelajari atau menambah pengetahuan baru
3. Menikmati pesan atau hiburan yang diberikan oleh sumber atau komunikator.
4. Menerima atau menolak anjuran dari sumber.

Dari sudut pandang kepentingan sosial, terdapat beberapa tujuan dalam proses komunikasi, yaitu :

1. Memberikan pengetahuan umum tentang lingkungan di sekitar kita
2. Melakukan sosialisasi peran, nilai dan kebiasaan kepada anggota-anggota baru di masyarakat
3. Menciptakan bentuk-bentuk hiburan atau kesenian yang dapat dinikmati oleh warga masyarakat.
4. Membantu mencapai consensus dan mengontrol tingkah laku individu-individu dalam masyarakat.

³ Herlina, Rino, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Pasuruan: Basya Media Utama, 2023), h. 3.

Dalam sudut pandang kepentingan individual, terdapat beberapa tujuan proses komunikasi, yaitu :

1. Menguji, mempelajari dan memperoleh gambaran tentang realitas yang ada di sekitar kita serta kesempatan dan bahaya yang dapat menghadang.
2. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk hidup bermasyarakat sehingga dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya.
3. Menikmati hiburan atau melepaskan diri dari kesulitan hidup sehari-hari melalui media komunikasi tertentu
4. Menentukan keputusan atau pilihan bertindak sesuai aturan sosial.

Secara umum akibat atau hasil dari komunikasi ini mencakup tiga aspek, diantaranya :

1. Aspek Kognitif, yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan, misalnya menjadi sadar atau ingat, menjadi tahu atau kenal.
2. Aspek Afektif, yaitu menyangkut sikap atau perasaan / emosi. Misalnya : sikap setuju / tidak setuju, perasaan sedih, gembira, perasaan benci, dan menyukai.
3. Aspek Psikomotor, yaitu menyangkut perilaku / tindakan. Misalnya, berbuat seperti apa yang disarankan atau berbuat apa yang disarankan atau berbuat sesuatu tidak seperti apa yang disarankan (menentang).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi meliputi berbagai tujuan yang memungkinkan interaksi manusia menjadi lebih terstruktur dan efektif. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan sosial, serta mempengaruhi dan memotivasi individu. Selain itu, komunikasi juga berperan penting dalam pembentukan identitas sosial dan pengelolaan konflik, yang mendukung dinamika interpersonal dan organisasi.

1. Fungsi informasi

Salah satu fungsi utama komunikasi adalah menyediakan informasi, yang merupakan proses penting dalam membantu individu memahami dan mengelola

dunia di sekitar. Informasi, yang terdiri dari data yang diorganisir dan diproses, memiliki kekuatan untuk memberikan makna dan pengetahuan yang esensial bagi pengambilan keputusan dan pemahaman lingkungan. Devito (2019) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif memungkinkan penyebaran informasi mengenai berbagai aspek kehidupan seperti kesehatan, pendidikan, politik, dan teknologi,⁴ yang pada gilirannya membantu masyarakat membuat keputusan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas hidup.

2. Fungsi pengendalian

pengendalian dalam komunikasi adalah aspek penting yang memungkinkan organisasi dan kelompok untuk mengatur dan memengaruhi perilaku individu. Dalam konteks organisasi, komunikasi berperan sebagai alat untuk menetapkan aturan, prosedur, dan kebijakan yang mengarahkan tindakan dan keputusan anggota organisasi. Komunikasi yang efektif memungkinkan manajemen untuk menyampaikan ekspektasi dan standar kerja, serta memastikan bahwa setiap anggota memahami dan mematuhi peraturan yang telah ditetapkan. Hal ini membantu menciptakan struktur dan konsistensi dalam operasi organisasi.

Komunikasi berfungsi sebagai alat pengendalian dalam kepemimpinan. Pemimpin memanfaatkan komunikasi untuk memberikan arahan yang jelas, menetapkan tujuan, dan memberikan umpan balik kepada anggota tim. Kepemimpinan yang efektif sangat bergantung pada kemampuan pemimpin untuk berkomunikasi dengan jelas dan inspiratif. Dengan menyampaikan visi, menetapkan target, dan memberikan motivasi, pemimpin dapat memengaruhi perilaku dan meningkatkan kinerja anggota tim, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif.

3. Fungsi Ekspresi Emosional

Fungsi ekspresi emosional dalam komunikasi berperan vital dalam memungkinkan individu untuk menyampaikan perasaan dan emosi kepada orang lain. Komunikasi non-verbal, termasuk ekspresi wajah, gestur, dan intonasi suara, sering digunakan untuk mengekspresikan emosi yang mungkin tidak

⁴ Ibid, h. 7.

diungkapkan secara verbal. Ekspresi emosional ini tidak hanya menyampaikan bagaimana seseorang merasa tetapi juga membantu orang lain memahami keadaan emosionalnya. Ini menjadi penting dalam konteks hubungan interpersonal di mana pemahaman emosi dapat memperdalam ikatan sosial.

Ekspresi emosional juga memiliki peranan besar dalam membangun dan memperkuat hubungan antarindividu. Ketika seseorang dapat mengekspresikan perasaannya secara jujur dan terbuka, hal ini dapat meningkatkan rasa saling percaya dan mendekatkan hubungan. Misalnya, dalam interaksi sosial, kemampuan untuk menunjukkan empati melalui ekspresi emosional membantu membangun hubungan yang lebih mendalam dan autentik. Ini sangat penting dalam berbagai situasi, seperti dalam keluarga, pertemanan, atau hubungan profesional, di mana kejelasan emosi dapat memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif.

4. Fungsi Motivasi

Fungsi motivasi dalam komunikasi merupakan elemen krusial yang membantu memacu individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu, melakukan tindakan, atau mengubah perilakunya. Komunikasi yang efektif memiliki kekuatan untuk menginspirasi dan memotivasi orang untuk berusaha lebih keras dan mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam konteks organisasi, manajer dan pemimpin sering menggunakan strategi komunikasi untuk memotivasi karyawan. Ini meliputi penyampaian arahan yang jelas, menetapkan tujuan yang menantang, dan memberikan umpan balik yang positif serta penghargaan.

Motivasi melalui komunikasi dapat dicapai dengan berbagai pendekatan, seperti memberikan pujian dan pengakuan atas pencapaian atau usaha karyawan. Komunikasi positif, termasuk penghargaan dan apresiasi, dapat secara signifikan meningkatkan kesejahteraan dan motivasi karyawan. Penghargaan dan pengakuan tidak hanya memotivasi individu untuk mempertahankan kinerja tinggi tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif.

2.1.4 Efek komunikasi

Berbicara tentang efek komunikasi terkait dengan dampak dan akibat yang dialami oleh penerima (receiver) setelah menerima pesan komunikasi.⁵ Terjadinya perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan komunikasi menandakan terjadinya efek komunikasi. DeFluer, membagi efek komunikasi antara lain terjadinya perubahan dan penguatan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan.

1. Efek pengetahuan disebut juga efek kognitif, yakni dimensi berfikir yang dihubungkan dengan pengetahuan. Artinya, efek kognitif merupakan efek yang dialami seorang penerima setelah menerima pesan komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal;
2. Efek afeksi yaitu efek yang terkait dengan perubahan keyakinan perasaan-perasaan dan emosi.
3. Efek Tindakan disebut juga efek behavior merupakan efek terjadinya penguatan atau perubahan perilaku sebagai akibat penerima pesan.

2.1.5 *Information Integration Theory*

Information Integration Theory mengungkapkan bahwa orang – orang membentuk sikap dari sebuah perpaduan informasi positif dan negative sikap tersebut memberikan konsistensi bagi penilaian dan perilaku karna menggambarkan pola pilihan setiap individu. Pendekatan teori ini menyebutkan bahwa sikap adalah sesuatu yang jamak atau kognisi evaluatif yang sama. Agaknya setiap sikap merupakan produk sejumlah kualitas efektif (*evaluative*) yang dikombinasikan kedalam ekspresi tunggal opini. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana orang - orang berpikir dan membentuk sikap adalah suatu hal penting dalam komunikasi. Praktisi PR dapat menggunakan teori ini untuk memahami lebih baik bagaimana orang – orang menerima dan memproses pesan. Teori ini adalah pendekatan yang dapat membangun pemahaman bagaimana orang – orang di pengaruhi informasi adalah esensi proses persuasi. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana interaksi sikap sikap dan bagaimana sikap memengaruhi

⁵ Ibid, h. 56.

prilaku yang di maksud. Teori ini menggambarkan prilaku sebagai hasil dari sikap menghadapi tindakan dan kepercayaan tentang harapan sosial orang lain yang tidak di setujui.⁶

Pendekatan penggabungan informasi (information integration) bagi pelaku komunikasi berpusat pada cara kita mengakumulasi dan mengatur informasi semua orang, objek, situasi dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan bertindak dengan cara yang positif atau negative terhadap beberapa objek. pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu teori paling populer untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Teori ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan sebagai sebuah kekuatan sistem interaksi. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap sebagai sebuah akumulasi dari informasi sebuah objek, seseorang, situasi atau pengalaman.

2.1.6 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku seseorang atau orang banyak. Mempengaruhi seseorang atau orang banyak agar berpendapat, bersikap dan bertindak laku seperti yang diharapkan dapat pula dilakukan dengan beberapa cara. Teror, boikot, pemerasan, penyuapan dapat juga memaksa orang lain bersikap atau bertindak laku seperti yang diharapkan. Akan tetapi mempengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku yang di maksud dengan persuasi ini tidaklah menggunakan cara-cara diatas, melainkan persuasi berdasarkan komunikasi, yaitu permentasi serta alasan-alasan psikologis.

Persuasi berdasarkan komunikasi itu dalam kegiatannya dilakukan dalam segala bentuk komunikasi seperti propaganda, publisitas reklame, jurnalistik , public relations dan lain-lain. Dengan demikian, maka semua bentuk komunikasi itu

⁶ Elvinaro, *Metodelogi Penelitian untuk Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 65.

semuanya bersifat persuasif dan semata-mata bekerja atau dipakai atas landasan psikologis dengan menggunakan argumentasi serta alasan-alasan.⁷

Tiga fungsi utama studi komunikasi persuasif, yaitu fungsi control, perlindungan konsumen, dan pengetahuan.

1. Fungsi kontrol.

Tujuan komunikasi persuasif berkaitan dengan fungsinya untuk suatu perubahan, perubahan hanya akan berhasil jika persuasi bisa mengontrol atau mengendalikan perubahan. Poin penting dari fungsi kontrol adalah kemampuan mengendalikan perubahan dalam proses persuasi. Jika komunikasi persuasif tidak menciptakan perubahan sikap, fungsi kontrol dianggap tidak berjalan.

Memfungsikan komunikasi persuasif untuk mengendalikan persuadee dapat dilakukan dengan mengkonstruksi pesan dan membangun citra (image) agar dapat memengaruhi orang lain.

2. Fungsi perlindungan konsumen.

Komunikasi persuasif membuat kita lebih cermat menyaring pesan persuasif yang banyak “berkeliraran” di sekitar kita. Setiap hari, sejak bangun tidur, kita disuguhi persuasi melalui televisi, radio, atau surat kabar, iklan yang dikemas profesional, berita yang disiarkan menarik, isu atau gossip yang disajikan seperti sebenarnya, serta obrolan yang kita terima dari teman, semua merupakan serbuan persuasi yang harus kita saring sebaik-baiknya.

3. Fungsi pengetahuan

Mempelajari komunikasi persuasif membuat kita memperoleh wawasan tentang peranan persuasi dalam masyarakat dan dinamika psikologi persuasi. Peranan persuasi dalam masyarakat adalah menelaah tentang bagaimana keterkaitan antara individu dengan pengaruh yang dibentuk oleh individu lain,

⁷ R. Roekomy, *Dasar Dasar Persuasi*, (Bandung, Citra Aditya, 1992, h. 2.

kelompok, organisasi, Lembaga tempat individu tersebut bergabung, juga pengaruh kolektivitas.⁸

2.1.7 Hambatan – Hambatan Komunikasi Persuasif

Hambatan komunikasi pada prinsipnya dapat diukur sesuai tingkatan rintangan tertentu. Mengacu pada Fisher, hambatan komunikasi disebabkan paling tidak dua faktor, yakni faktor bersifat mekanistik dan faktor psikologis. Hambatan mekanistik disebabkan oleh faktor internal penerima (misalnya salah tafsir terhadap pesan) atau faktor eksternal (misalnya hasutan, isu, gossip, tentang persuader atau dari isi pesan itu sendiri). Hambatan psikologis bersifat hambatan internal. Indikasinya adalah ada distorsi makna dari pesan yang disampaikan. Hambatan psikologis ini karena ada ketidakcocokan filter konseptual dalam diri peserta komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif memiliki tiga faktor penghambat, yakni dogmatisme merupakan sikap seseorang yang berupaya mempertahankan sikap, pendapat, dan perilakunya. Ini dilakukan terutama apabila informasi tersebut diduga akan merusak posisinya. Hambatan ini bisa dilihat dalam teori inokulasi, Ketika seseorang kebal dari pengaruh persuasi yang berpotensi mengganggu sikap dan kepercayaannya.

Stereotipe merupakan produk dari prose interaksi antara hubungan keluarga, etnis, maupun politis tentang tindakan dan tingkah laku tertentu. Stereotipe mengenai sesuatu aspek kenyataan yang telah dibentuk sebelumnya, khususnya terhadap manusia dan kelompok sosial. Stereotipe dapat diartikan sebagai generalisasi yang kaku dan terlalu sederhana terhadap orang atau sekelompok orang.

Pengaruh lingkungan adalah akibat dari dua nilai pemikiran yang saling bertemu. Dalam kondisi ini orang hanya melihat pesan persuasi bersifat baik atau buruk, salah atau benar, hitam atau putih, tidak bernuansa atau bergradual, seseorang akan mendengarkan dan terpengaruh orang yang dikaguminya, sebaliknya akan segera menolak jika pembicaraannya tidak disukai.

⁸ Ezi, *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h. 67.

Dua hambatan komunikasi, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berupa persepsi sosial, posisi sosial, dan proses belajar. Faktor eksternal dapat disebabkan dua faktor penguatan dan harapan yang diinginkan.

Hambatan terbesar dalam komunikasi adalah persepsi. Persepsi adalah inti komunikasi, dengan demikian hambatannya juga terkait persoalan persepsi. Mulyani paling tidak menyebut lima yang lazim terjadi mispersepsi komunikasi, yaitu kesalahan atribusi, efek halo, stereotipe, prasangka, dan gegar budaya.

Kesalahan atribusi sering menjadi hambatan komunikasi persuasi. Biasanya persuade mengamati perilaku orang lain melalui penampilan fisik. Faktor lain bisa berupa kesalahan menafsirkan perilaku karena faktor usia, gaya pakaian, dan daya tarik. Kaum muda cenderung menganggap kaum tua kolot dalam hal teknologi. Dalam penampilan juga demikian, seseorang mempersepsi negative pada Wanita yang berpakaian seksi.

Efek halo ialah kesalahan persepsi merujuk pada fakta bahwa seseorang membentuk kesan menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek kuat atas penilaian terhadap spesifik. Sebuah kata motivasi akan lebih mengena dan memengaruhi kita ketika disampaikan oleh motivator ternama, padahal kata-kata motivasi tersebut sebenarnya sering kita dengar dari orang tua ataupun teman. Label “ Motivator terkenal” menjadi efek kuat dalam membentuk dan memengaruhi penilaian kita terhadap pesan.

Faktor terakhir penghambat komunikasi adalah kemampuan beradaptasi Ketika berhadapan dengan budaya baru. Seseorang yang menghadapi kondisi baru cenderung sulit dipengaruhi. Dalam komunikasi antar budaya, hal ini disebut gegar budaya. Perilaku adaptasi dalam intercultural diadik antara lain terkait dengan adaptasi gaya komunikasi. Lebih lanjut, memandang adaptasi dapat terjadi pada dimensi kognitif, yaitu ada penyesuain bahasa verbal dan nonverbal. Karena itu dapat dikatakan bahwa adaptasi terjadi dalam dimensi perseptual, kognitif, dan perilaku.⁹

⁹ Ibid, h. 6.

2.1.8 Badan Narkotika Nasional (BNN)

Menghadapi permasalahan narkoba yang berkecenderungan terus meningkat. Pada awalnya Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) mengesahkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Psikotropika dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Narkotika. Berdasarkan kedua Undang-Undang tersebut, Pemerintah Presiden Abdurrahman Wahid membentuk Badan Koordinasi Narkotika Nasional (BKNN), dengan keputusan Presiden Nomor 116 Tahun 1999, BKNN adalah suatu Badan Koordinasi penanggulangan narkoba yang beranggota 25 instansi pemerintah terkait.

BKNN diketuai oleh Kepala Kepolisian Republik Indonesia (Kapolri) secara *ex-officio*. Sampai tahun 2002 BKNN tidak mempunyai personel dan alokasi anggaran sendiri. Anggaran BKNN diperoleh dan dialokasikan dari Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia (Mabes Polri), sehingga tidak dapat melaksanakan tugas dan fungsinya secara maksimal.

BKNN sebagai badan koordinasi dirasakan tidak memadai lagi untuk menghadapi ancaman bahaya narkoba yang makin serius. Oleh karenanya berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 2002 tentang Badan Narkotika Nasional, BKNN diganti dengan Badan Narkotika Nasional (BNN). BNN, sebagai sebuah lembaga forum dengan tugas mengoordinasikan 25 instansi pemerintah terkait dan ditambah dengan kewenangan operasional, mempunyai tugas dan fungsi untuk mengoordinasikan instansi pemerintah terkait dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan nasional penanggulangan narkoba, dan mengoordinasikan pelaksanaan kebijakan nasional penanggulangan narkoba.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Narkotika, BNN diberikan kewenangan penyelidikan dan penyidikan tindak pidana narkoba dan prekursor narkoba. Yang diperjuangkan BNN saat ini adalah cara untuk memiskinkan para bandar atau pengedar narkoba, karena disinyalir dan terbukti pada beberapa kasus penjualan narkoba sudah digunakan untuk pendanaan teroris (Narco Terrorism) dan juga untuk menghindari kegiatan penjualan narkoba untuk biaya politik (Narco for politic).

BNN memiliki tugas utama untuk mengkoordinasikan instansi. Sesuai hasil dari kasus-kasus yang diungkapkan Polri dan Satgas BNN, sindikat atau organisasi kriminal yang terlibat dalam kejahatan narkoba adalah sebagai berikut : sindikat ganja terdiri atas jaringan orang-orang Indonesia, sindikat heroin (Putaw) terdiri atas jaringan orang-orang Nigeria dan Afrika lainnya, sindikat kokain terdiri atas jaringan orang-orang Nigeria dan Afrika lainnya, dan sindikat ekstasi dan shabu terdiri atas jaringan orang-orang Cina Asing dan Cina Indonesia.¹⁰

Dalam UU Narkotika tersebut diatur pula mengenai penanganan seluruh harta kekayaan atau harta benda yang merupakan hasil tindak pidana Narkotika dan Prekursor Narkotika dan tindak pidana pencucian uang hasil dari tindak Narkotika dan Prekursor Narkotika yang akan digunakan untuk kepentingan pelaksanaan pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika dan Prekursor Narkotika, serta upaya rehabilitasi medis dan sosial. Dalam menyikapi perkembangan modus operandinya, perlu diperhatikan secara khusus pula dalam UU Narkotika tersebut yakni mengenai perluasan teknik penyidikan penyadapan (wiretapping), teknik pembelian terselubung (underover buy), dan teknik penyerahan yang diawasi (controlled delivery), serta teknik penyidikan lainnya guna melacak dan mengungkap penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika.

Kewenangan BNN juga kemudian diperkuat dengan dimungkinkannya kerja sama baik bilateral, regional, maupun internasional, serta adanya peran serta masyarakat. BNN selama ini dapat dinilai berhasil dalam pencapaian target maupun sasaran nasional pemberantasan Narkoba. Kinerja yang bagus dan fantastis, pengungkapan, dan penangkapan terhadap pelaku-pelaku tindak pidana narkoba yang terus dilakukan dapat diketahui publik dari berbagai media massa sehingga perlu sangat diapresiasi. Begitu pula upaya pembentukan instrumen hukum yang memberikan efek jera, atau dengan kata lain, hukuman yang sangat berat telah diatur dalam Undang-Undang.

Keberhasilan tersebut nampaknya tidak berbanding lurus dengan pengurangan jumlah peredaran gelap dan penyalahgunaan Narkoba, malah cenderung semakin meningkat. Dalam laporan tersebut juga dikemukakan bahwa

¹⁰ Irwan, *Peran Badan Narkotika Nasional*, (Yogyakarta: Depublish, 2017), h. 6.

angka peningkatan penyalahgunaan yang lebih cepat dibandingkan dengan angka peningkatan populasi yang ada, dapat dideteksi menjadi salah satu indikator masih belum berhasilnya pemberantasan Narkoba di masyarakat Indonesia.

Mulai Tahun 2003 BNN baru mendapatkan alokasi anggaran dari APBN. Dengan alokasi APBN tersebut, BNN terus berupaya meningkatkan kinerjanya bersama-sama dengan BNP dan BNK. Namun karena tanpa struktur kelembagaan yang memiliki jalur komando yang tegas dan hanya bersifat koordinatif (kesamaan fungsional semata), maka BNN dinilai tidak dapat bekerja optimal dan tidak akan mampu menghadapi permasalahan narkoba yang terus meningkat dan makin serius.

Oleh karena itu pemegang otoritas dalam hal ini segera menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2007 tentang Badan Narkotika Nasional, Badan Narkotika Provinsi (BNP) dan Badan Narkotika Kabupaten/Kota (BNK), yang memiliki kewenangan operasional melalui kewenangan Anggota BNN terkait dalam satuan tugas, yang mana BNN-BNP-BNKab/Kota merupakan mitra kerja pada tingkat nasional, Provinsi dan Kabupaten/Kota yang masing-masing bertanggung jawab kepada Presiden, Gubernur dan Bupati/Walikota, dan yang masing-masing (BNP dan BN Kab/Kota) tidak mempunyai hubungan structural-vertikal dengan BNN.

2.1.9 Narkoba

Narkoba merupakan singkatan dari Narkotika, Psikotropika dan Bahan Adiktif lainnya. Terminolog narkoba familiar digunakan oleh aparat penegak hukum seperti polisi (termasuk didalamnya Badan Narkotika Nasional), jaksa, hakim dan petugas masyarakat. Selain narkoba, sebutan lain yang menunjuk pada ketiga zat tersebut adalah Napza yaitu Narkotika, Psikotropika dan Zat Adiktif. Istilah napza biasanya lebih banyak dipakai oleh para praktisi Kesehatan dan rehabilitasi. Akan tetapi pada intinya pemaknaan dari kedua istilah tersebut tetap merujuk pada tiga jenis zat yang sama.

Sebenarnya narkoba itu obat legal yang digunakan dalam dunia kedokteran, namun dewasa ini narkoba banyak disalahgunakan. Bahkan kalangan muda tidak sedikit yang menggunakan narkoba. Banyak dari mereka yang menggunakan

narkoba dengan alasan untuk kesenangan batin, namun sayangnya tidak banyak yang mengetahui bahaya narkoba.¹¹

Menurut UU No.22 Tahun 1997 tentang Narkotika disebutkan pengertian dari Narkotika adalah “zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintesis maupun semi sintesis maupun semi sintesis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa nyeri, dan dapat menimbulkan ketergantungan”.

- Psikotropika adalah “zat atau obat, baik alamiah maupun sintesis bukan narkotika, yang berkhasiat psioaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktivitas mental dan perilaku”.
- Bahan adiktif lainnya adalah “zat atau bahan lain bukan narkotika dan psikotropika yang berpengaruh pada kerja otak dan dapat menimbulkan ketergantungan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

Pertama, penelitian ini berjudul “efektivitas komunikasi persusif ibu dalam menanggulangi kondisi psikis anak pengguna narkoba di Desa Suka Jaya ACEH TENGGARA” oleh muridayani et al 2024. Metode penelitian ini ialah kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang signifikan dalam mempengaruhi sikap dan prilaku anak terkait penggunaan narkoba. Melalui pendekatan yang terstruktur, ibu mampu membangun hubungan emosional yang

¹¹ Warso Sasongko, *Narkoba*, (Yogyakarta: Istana Media, 2018), h. 2

kuat dengan anak-anak mereka, sehingga memungkinkan mereka untuk lebih terhadap saran dan arah yang diberikan.

Kedua, penelitian ini berjudul “pengenalan bahaya narkoba melalui penyuluhan sebagai upaya pencegahan menyimpang pada siswi SMA IT ABU BAKAR YOGYAKARTA” Oleh Sri Widarti 2024. Metode penelitian ialah partisipatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa cara pencegahan dan penanggulangan penyalagunaan narkoba di kalangan remaja serta untuk memperkuat moral dan kepribadian yang dimiliki para remaja saat ini dan masa yang akan datang. Kegiatan sosialisasi bahaya penyalagunaan narkoba sebagai upaya meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta didik juga perlu untuk melakukan upaya promotif, preventif, dan represif.

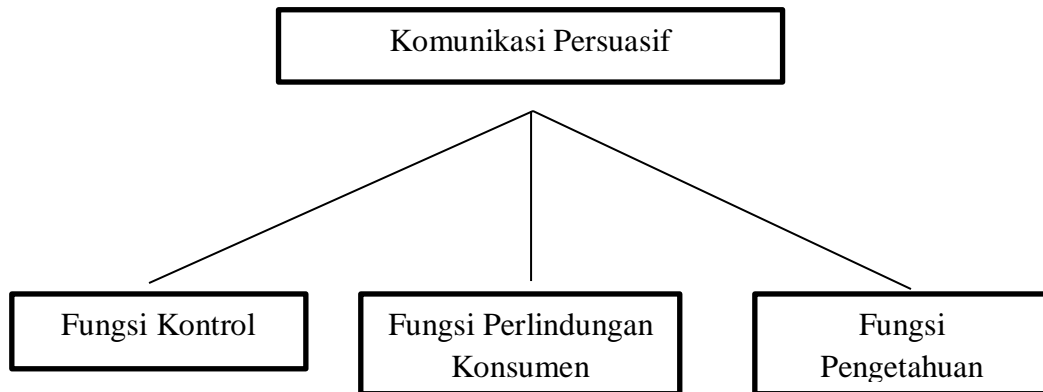
Ketiga, penelitian ini berjudul “Efektivitas Kinerja Badan Narkotika Nasional Provinsi Lampung Dalam Upaya Pencegahan Dan Pemberantasan Narkotika Di Kalangan Pelajar Provinsi Lampung” Oleh Nur Muhammad Taufik 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini membahas mengenai efektivitas kinerja Badan Narkotika Nasional Provinsi Lampung dalam upaya pencegahan dan pemberantasan narkoba dikalangan pelajar Provinsi Lampung menunjukkan bahwa kinerja Badan Narkotika Nasional Provinsi Lampung belum efektif.

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas, persamaan penelitian yang saya teliti ialah metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada tema penelitian.pada penelitian ini saya tidak membahas pemberantasan narkoba, melainkan saya membahas tentang Analisis Komunikasi Persuasif Badan Narkotika Nasional dalam Sosialisasi Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Dikalangan Siswa kelas XI Sekolah Menengah Atas Kota Tebing Tinggi.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah alur pikir peneliti sebagai dasar dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini dapat diterima secara akal. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan

yang mendasari penelitian agar peneliti lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka berpikir untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian, penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Berikut kerangka alur pikir peneliti:



Sumber : Ezi Hendri

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir