

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Penyuluhan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, kata *penyuluh* berasal dari kata *suluh* yang berarti barang yang di pakai untuk media penerangan atau obor. Sedangkan *penyuluh* adalah orang yang bertugas memberikan penerangan atau penunjuk jalan. Sehingga, makna arti dalam kata *penyuluhan* yaitu suatu proses atau cara yang dilakukan oleh seorang *penyuluh* untuk memberikan penerangan atau informasi kepada orang lain dari semula yang tidak tahu menjadi tahu dan yang tahu menjadi lebih tahu.

Penyuluhan adalah proses pembelajaran bagi pelaku utama serta pelaku usaha agar mereka mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dirinya dalam mengakses informasi pasar, teknologi, permodalan, dan sumberdaya lainnya, sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan, dan kesejahteraannya, serta meningkatkan kesadaran dalam pelestarian fungsi lingkungan (uu no 16 th 2006 tentang sistem *penyuluhan* pertanian, perikanan dan kehutanan).

Dalam melakukan *penyuluhan* ada baiknya harus memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut menurut Arifin (1994:44) :

- a. Faktor klien. Ada 4 dalam faktor klien, yaitu :

- 1) Keterbukaan klien
 - 2) Pemahaman klien tentang dirinya
 - 3) Pemahaman klien tentang masalahnya
 - 4) Keinginan dan motivasi klien untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan.
- b. Faktor konselor atau penyuluh. Figur penyuluh merupakan penentu keberhasilan dalam penyuluhan. Keberhasilan yang bersumber dari pihak penyuluh antara lain :
- 1) Kompetensi penyuluh
 - 2) Pandangan klien tentang keahlian konselor
 - 3) Kepercayaan klien pada konselor
 - 4) Daya tarik klien terhadap konselor daya tarik dalam penyuluhan berarti adanya ketertarikan klien untuk membicarakan persoalan-persoalan yang dihadapinya. Hal-hal yang mempengaruhi daya tarik konselor antara lain, cara berinteraksi, cara bicara, perhatian, penghargaan klien, tingkat simpati dan empati, dan pakaian yang digunakan konselor.
 - 5) Menurut Arifin (1994:44), metode atau pendekatan dalam penyuluhan dapat berupa:
 - a) Wawancara, adalah salah satu cara memperoleh fakta-fakta kejiwaan yang dapat dijadikan bahan pemetaan tentang bagaimana sebenarnya hidup kejiwaan klien dan pada saat kapan ia memerlukan bantuan.

- b) Bimbingan secara berkelompok (*group guidance*), yaitu cara pengungkapan jiwa atau batin serta pembinaannya melalui kegiatan kelompok, seperti ceramah, diskusi, seminar, atau dinamika kelompok dan sebagainya.
- c) Psikonalistis atau penganalisisan jiwa. Metode ini berasal dari teori *psikoalisa* freud yang digunakan untuk meniadakan segala tekanan perasaan terutama perasaan yang tidak sadari. Untuk memperoleh data-data tentang jiwa tertekan bagi penyembuhan klien tersebut diperlukan metode *psikoanalisis*, yaitu menganalisis tingkah laku yang serba salah atau tingkah laku yang serba salah tersebut dengan menitik beratkan pada perhatian mutu
- 6) Cara yang tidak mengarah. Cara ini adalah untuk mengarah. Cara ini adalah untuk mengungkapkan segala perasaan dan pikiran yang tertekan sehingga menjadi penghambat klien. Metode ini dibagi menjadi (dua) , yaitu:
- a) Memutuskan pada klien
 - b) Metode pendidikan
- 7) Cara yang mengarah. Metode ini lebih bersifat mengarah klien untuk berusaha mengatasi kesulitan yang dialaminya.

2. Strategi

Menurut J I. Thompson (2007:32) dalam skripsi Ismananda (2016:12-14) "Strategi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mempromosikan Budaya *Dragon Boat Race* Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau") mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktifitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif.

Sedangkan menurut Bennet (2007:32) dalam skripsi Ismananda (2016:Strategi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mempromosikan Budaya *Dragon Boat Race* Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya. Lima keunggulan dari kata strategi, yaitu:

- 1) Sebuah rencana-suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar.
- 2) Sebuah cara-suatu *manuver spesifik* yang dimaksud untuk mengecoh lawan atau *competitor*.
- 3) Sebuah pola-dalam suatu rangkaian tindakan.
- 4) Sebuah posisi-suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
- 5) Sebuah perpektif-suatu cara menempatkan organisasi dalam memandang dunia.

Melihat hubungan diantara kelima kegunaan yang dia ajukan dan dalam tulisannya selalu menekankan bahwa sangat penting bagi pembaca untuk

menggali berbagai perspektif yang berada dari sebuah organisasi dan aktivitasnya yang diberikan oleh tiap-tiap kegunaan.

Menurut Effendi (2007:32) Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Pengertian strategi secara umum dan khusus sebagai berikut:

1) Pengertian Umum Strategi

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2) Pengertian Khusus Strategi

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.

3. Komunikasi

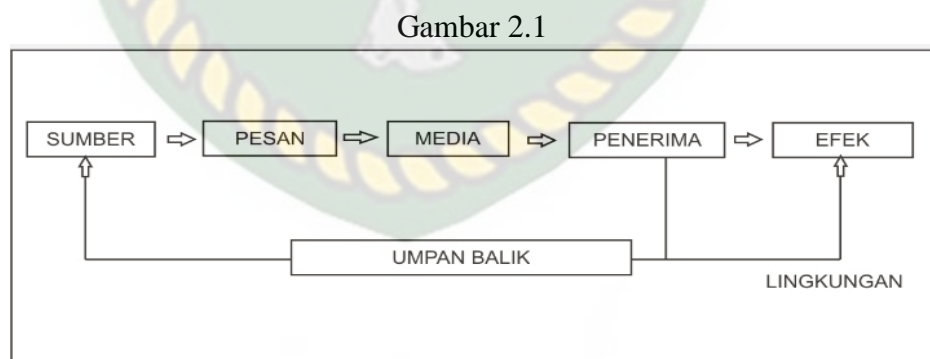
Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Menurut M. Rogers dalam Hafied Cangara (2014:35) komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Sedangkan menurut Lawrence D. Kincaid dalam Hafied Cangara (2014:36) komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

1) Unsur-unsur Komunikasi

Jika proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi diatas dilukiskan dalam gambar, maka proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



(sumber:buku pengantar ilmu komunikasi)

Dari gambar ini dapat disimpulkan bahwa terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur, yakni:

- a. Sumber, ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, *encoder*.
- b. Pesan, ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan bisa diartikan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.
- c. Saluran, ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, *leaflet*, brosur, buku, spanduk, buletin, stiker, dan sebagainya.
- d. Penerima, ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

- e. Efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, disarankan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.
- f. Umpan balik, ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback, reaction, response*, dan sebagainya.
- g. Lingkungan atau situasi, yang memengaruhi jalannya komunikasi lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologi, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh dari daerah pegunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologi masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya.

2) Dimensi Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya dapat dilihat dari berbagai dimensi, yakni:

- a. Komunikasi sebagai proses, jika komunikasi dipandang sebagai proses maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang

berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti ada titik awal dimana suatu kegiatan dimulai bergerak ke titik akhir yang menjadi tujuan yang ingin dicapai, seperti formula yang dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa *who says what, through what channel to whom, and what effects?* Siapa yang berkata apa, melalui saluran apa kepada siapa dan apa akibatnya.

- b. Komunikasi sebagai simbolik, artinya pesan yang disampaikan pengirim kepada penerima dinyatakan dalam bentuk verbal yang tertulis atau lisan, dan juga dalam bentuk tanda-tanda atau isyarat non-verbal. Proses pemberian makna terhadap simbol-simbol verbal maupun non-verbal dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain budaya dan pengalaman yang tumbuh dan berkembang dalam kelompok masyarakat. Misalnya sebuah pesan yang disampaikan dengan simbol yang sama bisa saja berbeda arti jika individu yang menerima pesan itu berbeda dalam kerangka berfikir dan kerangka pengalamannya.
- c. Komunikasi sebagai interaksional, komunikasi antarmanusia tidak pernah terjadi tanpa melibatkan orang lain. Karena itu dalam proses komunikasi akan terjadi aksi dan interaksi diantara para pelaku-pelaku komunikasi.
- d. Komunikasi sebagai aktivitas sosial, sudah menjadi sifat manusia yakni selalu berusaha untuk berhubungan dengan sesamanya.

Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan keterasingan mereka, juga keinginan untuk mengetahui apa yang terjadi diluar dirinya (*communication is human*).

- e. Komunikasi sebagai sistem, sistem sering kali didefinisikan sebagai suatu aktivitas dimana semua komponen atau unsur yang mendukungnya saling berinteraksi satu sama lain dalam menghasilkan luaran
- f. Komunikasi sebagai multidimensional, artinya elemen yang membangunnya saling pengaruh memengaruhi satu sama lain. Artinya komunikator tidak hanya memengaruhi pesan tapi juga bisa memengaruhi media dan penerima. Sebaliknya media juga bisa memengaruhi bentuk pesan, dan penerima memengaruhi komunikator.

3) Gangguan (Rintangan) Komunikasi

Menurut Hafied Cangara (2014:40) jika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem, maka gangguan komunikasi bisa terjadi pada semua elemen atau unsur-unsur yang membangunnya, termasuk faktor lingkungan dimana komunikasi itu terjadi.

Meski gangguan dan rintangan komunikasi dapat dibedakan, tapi sebenarnya rintangan komunikasi bisa juga terjadi disebabkan karena adanya gangguan. Gangguan atau rintangan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas delapan macam, yakni:

- a. Gangguan teknis

- b. Gangguan sematik
- c. Gangguan psikologis
- d. Rintangan fisik dan organik
- e. Rintangan status
- f. Rintangan kerangka berpikir
- g. Rintangan budaya
- h. Rintangan birokrasi

4. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Hafied Cangara (2014:64) kata Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.

Senada dengan yang diungkapkan oleh Karl von Clausewitz dalam Hafied Cangara (2014:64) seorang pensiunan jendral prusia dalam buku *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja

lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tetapi juga dari profesi lain.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Rogers dalam Hafied Cangara (2014:64) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Sedangkan menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Hafied Cangara (2014: 64) strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

a) Hubungan antara Kebijakan, Perencanaan dan Strategi Komunikasi

Menurut Ely D. Gomez dalam Hafied Cangara (2014:65) bahwa membicarakan kebijakan komunikasi bisa saja dilakukan tanpa

membicarakan perencanaan komunikasi, menurut Ely D. Gomez dalam Hafied Cangara (2014:65) bahwa membicarakan kebijaksanaan komunikasi bisa saja dilakukan tanpa membicarakan perencanaan komunikasi tidak mungkin dilakukan tanpa mengaitkan dengan kebijaksanaan komunikasi. Sebab kebijaksanaan komunikasi merupakan perencanaan strategik jangka panjang yang harus dijabarkan ke dalam perencanaan operasional.

Bagaimana hubungan tiga konsep tersebut, yakni antara kebijaksanaan komunikasi, perencanaan komunikasi, dan strategi komunikasi dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 2.2

KEBIJAKAN KOMUNIKASI
(*Communication Policy*)



PERENCANAAN KOMUNIKASI
(*Communication Planning*)



STRATEGI KOMUNIKASI
(*Communication Strategy*)



OPERASIONAL
(*Action*)

(dokumentasi peneliti)

Persoalan yang timbul adalah konsep strategi komunikasi kadang disamakan dengan kebijaksanaan komunikasi, padahal strategi komunikasi adalah kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan

perencanaan komunikasi. Konsep strategi memang kadang juga mengalami duplikasi karena sering kali dianggap sebagai payung perencanaan jika dihubungkan dengan konsep perencanaan strategik yang nota bene adalah kebijaksanaan komunikasi. Strategik planning dimaksudkan ialah perencanaan yang menetapkan program jangka panjang (*long-term plan*), dimana di dalamnya mencakup kerangka kerja untuk perencanaan jangka menengah (*middle-term plan*) dan jangka pendek (*short-term plan*).

Karena itu konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.

b) Area Perencanaan Komunikasi

Meskipun perencanaan komunikasi dapat dilihat dalam skala yang lebih luas, tapi wilayah kerja perencanaan komunikasi dapat dilihat mulai unit terkecil sampai yang terbesar yang memerlukan dukungan komunikasi. Misalnya dari level daerah, provinsi, negara, regional sampai internasional. Wilayah kerja perencanaan komunikasi dapat disebutkan antara lain:

- 1) Pengembangan industri media elektronik untuk pembangunan stasiun radio dan televisi, pembangunan televisi kabel, *production house*, perfilman, industri rekaman, provider telekomunikasi jaringan global.

- 2) Pengembangan industri percetakan dan penerbitan surat kabar, majalah, dan perbukuan.
- 3) Pencitraan diri, perusahaan, lembaga dan organisasi melalui unit-unit kehumasan dan *public relation* dan marketing.
- 4) Pemasaran komersial, jasa, dan politik melalui program periklanan promosi.
- 5) Penyebarluasan gagasan pembangunan untuk sektor kesehatan, pendidikan, pertanian, perindustrian, koperasi dan perbankan, perpajakan, kependudukan, lingkungan hidup, peningkatan peranan wanita, pembangunan pedesaan melalui program komunikasi untuk mendukung pembangunan dan penyadaran masyarakat.
- 6) Penyelesaian krisis dan konflik dalam organisasi dan kelompok-kelompok masyarakat dalam bentuk unjuk rasa, penyampaian aspirasi, gerakan perburuhan, tuntutan hak atas ketidakadilan, pengerahan massa dan sejenisnya melalui pendekatan komunikasi persuasi.
- 7) Kerja sama antar lembaga dan negara melalui komunikasi internasional.

5. BNN (Badan Narkotika Nasional)

Badan Narkotika Nasional (BNN) yang dibentuk menggantikan Badan Koordinasi Narkotika Nasional yang dibentuk tahun 1999 dengan pertimbangan bahwa lembaga itu sudah tidak sesuai lagi dengan kebutuhan dan perkembangan keadaan. Selanjutnya untuk memaksimalkan Undang-Undang No 35 Tahun 2009 dalam usaha mencegah dan memberantas peredaran narkoba di Indonesia

dibuatlah Inpres RI No.12 tahun 2011 tentang Pelaksanaan Kebijakan dan Strategi Nasional Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba tahun 2011-2015. Instruksi ini pun dibuat dalam upaya untuk lebih memfokuskan pencapaian “Indonesia Negeri Bebas Narkoba”.

6. Informasi

a) Defenisi Informasi

Untuk memahami informasi, tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya data. Untuk hal itu, sebelum memahami konsep informasi dalam hal ini akan dibahas sepintas tentang data. Pada dasarnya data adalah fakta, kejadian, berita, fenomena dan sejenisnya yang dapat diolah atau diproses berdasarkan prosedur tertentu yang pada akhirnya menjadi keluaran dalam bentuk informasi.

Dengan demikian informasi ini dapat dikatakan sebagai sejumlah data yang sudah diolah atau diproses melalui prosedur pengolahan data dalam rangka menguji tingkat kebenarannya, keterpakaiannya sesuai dengan kebutuhan. Sistem pengolahan data ini sangat dibutuhkan sehingga semua data dapat dengan cepat dan mudah menjadi sekumpulan informasi yang siap pakai.

Sebagai perbandingan pemahaman terhadap informasi ini berikut ada beberapa definisi informasi, di antaranya:

- 1) Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut dapat menjadi informasi.

- 2) Informasi merupakan data yang telah mengalami pengolahan.
- 3) Informasi memberi makna.
- 4) Informasi berguna atau bermanfaat.
- 5) Informasi merupakan bahan pembuat keputusan.

b) Ciri Informasi

Sejumlah informasi yang biasa kita dengar atau kita peroleh kadang memiliki karakteristik yang berbeda, tentunya hal itu disesuaikan dengan sumber informasi, bentuk dan jenis informasi serta untuk apa informasi itu kita cari. Dalam membantu anda untuk mengenali bagaimana itu kita cari. Menurut Mc. Leod (1997:2) mengemukakan bahwa suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

- 1) Akurat, artinya informasi mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
Pengujian terhadap hal ini biasanya dilakukan melalui pengujian oleh dua orang atau lebih yang berbeda-beda dan apabila hasil pengujian tersebut hasilnya sama, maka dianggap data tersebut akurat.
- 2) Tepat waktu, artinya informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan, tidak besok atau tidak beberapa jam lagi.
- 3) Relevan, artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.
- 4) Lengkap, artinya informasi harus diberikan secara lengkap.

7. Narkoba

a. Pengertian Narkoba

Secara harafiah narkotika sebagaimana di ungkapkan oleh Edi Warsidi (2006:6) dalam bukunya yang berjudul, Mengenal Bahaya Narkoba, menjelaskan bahwa Narkoba sendiri adalah singkatan dari narkotika, psikotropika, dan bahan adiktif berbahaya. Narkotika berasal dari bahasa Yunani, dari kata *Narke*, yang berarti beku, lumpuh, dan dungu. Menurut Farmakologi medis, yaitu “ Narkotika adalah obat yang dapat menghilangkan (terutama) rasa nyeri yang berasal dari daerah Visceral dan dapat menimbulkan efek stupor (bengong masih sadar namun masih harus di gertak) serta adiksi.

Menurut Kurniawan (2008), Narkoba adalah zat kimia yang dapat mengubah keadaan psikologi seperti perasaan, pikiran, suasana hati serta perilaku jika masuk ke dalam tubuh manusia baik dengan cara dimakan, diminum, dihirup, suntik, intravena, dan lain sebagainya. Menurut Kurniawan (2008), Narkoba adalah zat kimia yang dapat mengubah keadaan psikologi seperti perasaan, pikiran, suasana hati serta perilaku jika masuk ke dalam tubuh manusia baik dengan cara dimakan, diminum, dihirup, suntik, intravena, dan lain sebagainya.

b. Golongan Narkotika

- 1) Psikotropika Golongan I : Psikoatropika yang hanya dapat digunakan untuk tujuan ilmu pengetahuan dan bukan untuk terapi serta mempunyai potensi yang sangat kuat, mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : ekstasi, (LSD) Llysergic Acid Dyethylamide.

- 2) Psikotropika Golongan II : Psikotropika yang digunakan dalam terapi atau tujuan pengembangan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi kuat mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : amphetamine, metilfenidat, ritalin.
- 3) Psikotropika Golongan III : Psikotropika yang banyak digunakan dalam terapi dan untuk tujuan pengembangan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi yang kuat mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : pentobarbital, flunitrazepam.
- 4) Psikotropika Golongan IV : Psikotropika yang berkhasiat untuk pengobatan dan sangat luas digunakan dalam terapi atau untuk ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi ringan, mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : pil koplo, MG, pil BK, dum, pil nipam.
- 5) Zat adiktif menurut Drs. Ahmad Jazuli, adalah zat atau bahan kimia yang apabila masuk ke dalam tubuh manusia akan memengaruhi tubuh, terutama susunan syaraf pusat, sehingga menyebabkan perubahan aktivitas mental, emosional, dan perilaku. Apabila digunakan secara terus menerus akan dapat menimbulkan kecanduan.
- 6) Minuman alkohol Mengandung etanol yang berpengaruh menekan susunan syaraf pusat. Jika digunakan sebagai campuran dengan Narkotika atau Psikotropika memperkuat pengaruh zat itu dalam tubuh manusia. Ada 3 golongan minuman beralkohol yakni :
 - a. Golongan A : kadar etanol antara 1%-5% (Bir)
 - b. Golongan B : kadar etanol antara 5%-20% (minuman anggur)

c. Golongan C : kadar etanol antara 20%-45% (minuman keras)

c) Inhasia

Gas yang dihirup dan solvent (zat pelarut) mudah menguap berupa senyawa organik pada barang keperluan rumah tangga, kantor, dan sebagai bahan bakar mesin. Yang paling sering disalahgunakan antara lain lem, thinner, penghapus cat kuku, bensin.

d) Tembakau

Masyarakat kita cukup banyak yang mengkonsumsi tembakau yang mengandung nikotin. Nikotin itulah yang menyebabkan perokoknya merasa ketagihan. Nikotin dalam rokok merupakan zat adiktif tingkat sedang. Maka orang yang merokok biasanya merasakan nikmat dan nyaman. Begitu juga orang yang kecanduan, apabila mereka tidak merokok maka dia akan merasa loyo, tidak produktif, tidak konsentrasi. Pada para remaja, rokok sering menjadi pemula penyalahgunaan napza lain yang lebih berbahaya.

8. Masyarakat

Menurut Koentjaraningrat (2009:115-118) Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah society yang berasal dari kata Latin socius yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah ilmiah adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui warga-warganya dapat saling berinteraksi. Definisi lain, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang

berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu:

- a) Interaksi antar warga-warganya
- b) Adat istiadat
- c) Kontinuitas waktu
- d) Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga

Semua warga masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page dalam Soerjono Soekanto (2006: 22), memaparkan bahwa masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Pendapat lain mengenai masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang sama-sama ditaati dalam lingkungannya. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kehidupan bermasyarakat menurut Abu Ahmadi (2003:97) :

- a. Harus ada pengumpulan manusia, dan harus banyak, bukan poengumpulan binatang.
- b. Telah bertempat tinggal dalam waktu yang lama dalam suatu daerah tertentu.
- c. Adanya aturan-aturan atau undang-undang yang mengatur mereka untuk menuju kepada kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama.

B. Defenisi Operasional

1. Penyuluhan

penyuluhan berasal dari kata “suluh” yang berarti “obor” atau “pelita” atau “yang memberi terang”. Dengan penyuluhan diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Pengetahuan dikatakan meningkat bila terjadi perubahan dari tidak tahu menjadi tahu dan yang sudah tahu menjadi lebih tahu. Keterampilan dikatakan meningkat bila terjadi perubahan dari yang tidak mampu menjadi mampu melakukan suatu pekerjaan yang bermanfaat. Sikap dikatakan meningkat, bila terjadi perubahan dari yang tidak mau menjadi mau memanfaatkan kesempatan-kesempatan yang diciptakan.

2. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*panning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Ada bainya tujuan komunikasi dinyatakan secara tegas sebelum komunikasi dilancarkan. Strategi komunikasi baik secara tegas sebelum komunikasi dilancarkan. Strategi komunikasi baik secara makro (*singgel communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda, yaitu:

- a) Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

- b) Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) akibat kemudian diperolehnya dan kemudian dioperasikannya media massa yang begitu ampuh yang akan merusak nilai-nilai budaya.

Strategi komunikasi sangat penting, dari strategi tersebutlah terdapat taktik, cara atau langkah-langkah perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam hal ini komunikasi yang diperlukan adalah komunikasi antara anggota kelompok, komunikasi untuk memberikan orientasi dan latihan, komunikasi untuk menjaga iklim, komunikasi dalam pengarahan pekerjaan dan komunikasi untuk mengetahui kepuasan dalam bekerja.

3. BNN (Badan Narkotika Nasional)

Badan Narkotika Nasional (BNN), sebuah lembaga yang didirikan oleh pemerintah, salah satu tugas dan fungsinya adalah untuk menanggulangi bahaya Narkotika dan kelebagaannya di Indonesia dimulai tahun 1971 pada saat dikeluarkannya Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 6 Tahun 1971 kepada Kepala Badan Inteligen Nasional (BAKIN) untuk Strategi Komunikasi BNN Mengurangi Jumlah Pengguna Narkotika (Christa Hana) 431 menanggulangi 6 (enam) permasalahan nasional yang menonjol, yaitu pembeantasan uang palsu, penanggulangan penyalahgunaan narkoba, penanggulangan penyelundupan, penanggulangan kenakalan kenakalan remaja, penanggulangan subversif dan pengawasan orang asing. Badan ini tidak mempunyai wewenang operasional dan tidak mendapat alokasi

anggaran sendiri dari APBN melainkan disediakan berdasarkan kebijakan internal BAKIN.

Menghadapi permasalahan narkoba yang berkecenderungan terus meningkat, Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) harus tegas dalam menegakkan Undang-Undang Narkoba. Pemerintah pun punya andil yang besar dalam upaya menutup jaringan peredaran dan mengancam para pemakai, pengedar, pemasok, pengimpor, dan yang sengaja menyimpan tanpa ijin dengan hukuman pidana yang berat.

4. Informasi

Secara etimologi, kata informasi berasal dari kata bahasa prancis kuno information mengambil istilah bahasa latin yaitu informationem yang berarti konsep, ide, atau garis besar. Informasi ini merupakan kata benda dari informare yang berarti aktivitas dalam pengetahuan yang dikomunikasikan. Informasi bisa menjadi fungsi penting dalam membantu mengurangi rasa cemas pada seseorang.

5. Masyarakat

Secara umum, pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama. Istilah masyarakat berasal dari bahasa arab dengan kata “syaraka”. Syaraka berarti ikut serta (berpartisipasi). Sedangkan dalam bahasa inggris, masyarakat disebut dengan “society” yang artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan.

C. Penelitian Terdahulu yang relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Hasil
1	Sri rahayu	Penyuluhan pencegahan penyalahgunaan narkoba dikalangan mahasiswa	2014	Dari data-data dan hasil penelitian Badan Narkotika Nasional (BNN), bahwa penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika terbukti merasuk nyaris ke semua pelosok kota dan desa serta ke setiap lapisan masyarakat. Data BNN menunjukkan kasus-kasus Tindak Pidana Narkotika dari tahun ke tahun selalu meningkat, pada tahun 2001 hanya tercatat 3.617 kasus. Beberapa tahun berikutnya angka itu tidak mengalami penurunan, terlihat pada tahun 2008 data sudah melonjak lebih dari delapan kali lipat menjadi 29.359 kasus. Hingga Juni 2009, tercatat Tindak Pidana Narkotika telah mencapai 33.958 kasus. Hasil Penelitian BNN pada tahun 2008, menunjukkan 1,99 persen penduduk Indonesia telah menyalahgunakan Narkotika
2	Rina Heningsih Gustina Tampubolon	Peran Badan Narkotika Nasional (BNN) dalam penanggulangan Narkotika di Kota Samarinda	2015	Penyalahgunaan narkotika di Kota Samarinda secara umum di latarbelakangi oleh adanya tren pergaulan bebas para remaja karena pengaruh dari budaya barat yang tidak sesuai dengan budaya di Indonesia yang mengutamakan tata krama dan budi pekerti yang luhur. Dengan di latarbelakangi dengan masalah yang berbeda-beda seperti akibat dari keadaan keluarga yang kurang harmonis dan kurangnya perhatian dari para orang tua terhadap anaknya maupun permasalahan lainnya yang menyebabkan seorang remaja itu stress dan mencari pelarian untuk menghindari masalah yang dihadapi. Oleh karena itu untuk mengatasi peredaran dan penyalahgunaan narkotika, BNN Kota Samarinda sangatlah memiliki peran penting, yang diharapkan dapat menanggulangi masalah narkotika karena BNN merupakan lembaga pemerintahan yang di khususkan untuk menangani pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN).
3	Putri Resicha	Peran penyuluhan pertanian dalam pengembangan	2016	Penyuluh dapat mempengaruhi sasaran melalui perannya sebagai edukasi, inovasi, fasilitasi, konsultasi, supervisi,

		kelompok tani di ngarai sungai PUA Kecamatan sungai PUA Kabupaten Agam	pemantauan, evaluasi, maupun sebagai penasehat petani (Mardikanto, 2009:30) yang sesuai dengan karakteristik/ciri petani termasuk potensi wilayah. Untuk meningkatkan efektivitas dari kegiatan penyuluhan dan guna menumbuh dan mengembangkan peran serta petani dalam pembangunan pertanian, maka perlu dilakukan pembinaan terhadap kelompok tani yang terbentuk sehingga nantinya kelompok tani tersebut akan mampu untuk tumbuh dan berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang memadai dan selanjutnya akan mampu menopang kesejahteraan anggotanya. Pengembangan kelompok tani merupakan serangkaian proses kegiatan memampukan/ memberdayakan kumpulan anggota kelompok tani untuk mempunyai tujuan bersama
--	--	--	--

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang relevan

1. Penelitian pertama membahas penyuluhan pencegahan narkoba sedangkan penelitian ini membahas pelaksanaan penyuluhan dalam menyampaikan informasi bahaya narkoba, dan persamaannya adalah sama-sama meneliti penyuluhan yg dilakukan BNN
2. Penelitian kedua membahas peran BNN dalam menanggulangi narkoba di kota samarinda. Sedangkan penelitian ini membahas tentang penyuluhan BNN di Kota Pekanbaru persamaannya yaitu sama-sama melakukan penyuluhan di Badan Narkotika Nasional.
3. Penelitian ketiga yaitu membahas penyuluhan dalam bidang pertanian sedangkan penelitian ini membahas penyuluhan dalam kehidupan sosial masyarakat, persamaannya adalah sama-sama meneliti kegiatan penyuluhan.