

Implementasi Manajemen Kampanye Anti Narkoba BNNP Riau dalam Diseminasi P4GN

Nadra Alfiati & Sumekar Tanjung*

Universitas Islam Indonesia

Jl. Kaliurang, 14,5, Sleman, Yogyakarta, 55584

*e-mail : sumekar.tanjung@uii.ac.id

ABSTRACT

Riau became one of the big cities in Indonesia has a growing number of drug users and illegal drugs, especially among teenagers. From the data obtained, 70 percent of drug users come from high school and college students, and about 40 percent of adults. Facing this fact needed the campaign by National Narcotics Board of Riau Province. This research aims to explain the implementation of campaign management in anti narcotics campaign at BNNP Riau, and to describe the supporting and inhibiting factors faced by Section Prevention division P2M on implementing no-drugs campaign. This research used constructivism paradigm with qualitative approach. The author conducted five interviewees, with the main source namely the Head of Prevention Section located in the Office of BNNP Riau. The result of this research is accordance to the theory, which included planning, organizing, mobilizing, and monitoring or evaluation. However, during the evaluation phase, the Prevention Section is less of conducted survey to no-drugs campaign audience. There are two supporting factors. The first, Riau society as external factor, which have enthusiastic of drug abuse case in Riau. Secondly, the strength of BNNP Riau cooperation team as the internal factor. The lack of human resources being the weakness of this campaign management.

Keywords: drugs, implementation, campaign management, BNNP.

ABSTRAK

Riau menjadi salah satu kota besar di Indonesia yang semakin banyak memiliki pengguna narkoba dan narkoba, terutama di kalangan remaja. Dari data yang diperoleh, 70 persen pengguna narkoba berasal dari siswa sekolah menengah dan perguruan tinggi, dan sekitar 40 persen orang dewasa. Menghadapi kenyataan ini diperlukan kampanye oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi manajemen kampanye dalam kampanye anti narkotika di BNNP Riau, dan untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Seksi Pencegahan Bagian P2M dalam mengimplementasikan kampanye tanpa narkoba. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Penulis melakukan wawancara terhadap tiga narasumber, dengan sumber utama yaitu Kepala Seksi Pencegahan yang berlokasi di Kantor BNNP Riau. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, mobilisasi, dan pemantauan atau evaluasi. Namun, selama fase evaluasi, Bagian Pencegahan kurang melakukan survei kepada khalayak kampanye tanpa narkoba. Ada dua faktor pendukung. Pertama, masyarakat Riau sebagai faktor eksternal, yang memiliki antusiasme terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Riau. Kedua, kekuatan tim kerja sama BNNP Riau sebagai faktor internal. Kurangnya sumber daya manusia menjadi kelemahan dari manajemen kampanye ini.

Kata kunci: narkoba, implementasi, manajemen kampanye, BNNP.

Latar Belakang

Di Indonesia, dalam kurun waktu 30 tahun, jumlah pemakai narkoba naik hingga 150 kali lipat. Selain itu, beberapa data membuktikan bahwa 97 persen masyarakat Indonesia mengetahui efek dari penyalahgunaan

narkoba, tetapi hal itu dianggap tidak begitu penting (Setiyawati, 2015). Dari data tersebut, dapat diketahui meningkatnya pemakai atau penyalahgunaan narkoba di Indonesia terjadi karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap bahaya dari

narkoba. Dengan begitu, kesempatan ini digunakan oleh para oknum untuk menjual belikan narkoba kepada masyarakat Indonesia di berbagai daerah. Selain itu, barang narkoba mempunyai nilai jual yang cukup tinggi, sehingga menguntungkan para penjualnya. Alasan ini juga yang membuat banyak masyarakat menjadi penjual barang haram tersebut.

Narkoba tidak sepenuhnya dilarang penggunaannya di Indonesia. Narkoba dapat digunakan dalam dunia kesehatan jika tidak melebihi dosis, dan juga digunakan dalam ilmu pengetahuan. Dalam dunia kesehatan, narkoba dapat menyembuhkan penyakit atau dapat mengurangi rasa sakit. Namun, banyak masyarakat yang menyalahgunakan obat tersebut sebagai obat penenang maupun sebagai penghibur disaat seseorang terdapat masalah. Efeknya adalah membuat seseorang menjadi pecandu obat tersebut atau merasa ketergantungan. Selain itu, pada diri sendiri akan muncul berbagai penyakit dan hingga tidak sadarkan diri. Dari tidak sadarkan diri, seseorang dapat berbuat kriminal yang dapat membahayakan nyawa orang lain.

Dengan melihat bahaya penyalahgunaan narkoba yang begitu besar bagi diri sendiri maupun bagi orang lain, maka diberlakukannya lah peraturan dan hukum di Indonesia yang

menjelaskan bahwa tidak diperbolehkannya penggunaan barang haram tersebut dengan penggunaan yang melebihi dosis, dan selain penggunaan untuk terapi atau dalam dunia kesehatan. Dalam agama Islam juga tidak diperbolehkannya penggunaan hal yang memabukkan yaitu minuman keras (khamar) yang disamakan dengan narkoba karena menyebabkan hilangnya akal sehat, hal tersebut dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Maidah ayat 90.

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan” (QS. Al Maidah: 90).

Terdapatnya UU No. 35 Tahun 2009 maupun hukum secara Islam, tidak menurunkan tingkat penyalahgunaan narkoba dimasyarakat. Salah satu daerah di Indonesia dengan penyalahgunaan narkoba terbanyak yaitu Provinsi Riau. Riau yang terletak di pulau Sumatera ini dijadikan sebagai lalu lintas narkoba, karena daerahnya yang strategis dekat dengan perbatasan luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura. Penyalahgunaan narkoba di Riau pada tahun 2016 meningkat sebanyak 20,38 persen jika dibandingkan dengan tahun

sebelumnya, yaitu sebanyak 1.453 kasus, dan 1.980 menjadi tersangka. Sedangkan pada tahun sebelumnya hanya 1.207 kasus. Lebih memprihatinkan lagi, tersangka yang merupakan pengedar maupun penggunanya berasal dari kalangan remaja. Semakin meningkatnya penyalahgunaan narkoba di daerah ini, juga tidak terlepas dari keuntungan menggiurkan dari bisnis haram tersebut (Kasus Narkotika di Riau Meningkat 20 Persen, 2017).

Pemerintah harus lebih memperhatikan kasus penyalahgunaan narkoba yang semakin meningkat di Provinsi Riau. Pada pemerintah, yang mempunyai kewajiban dalam menangani kasus penyalahgunaan yang terjadi di masyarakat adalah Polisi Daerah Provinsi Riau dan BNNP Riau. Keduanya bekerjasama dalam mengungkap kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di daerah Provinsi Riau, namun BNNP mempunyai kewajiban yang lebih besar dalam menangani kasus penyalahgunaan narkoba ini. Badan Narkotika Nasional dibentuk oleh pemerintah untuk dapat mencegah penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba di Indonesia. Lebih khususnya, pemerintah berupaya dalam memerangi narkoba dengan membuat kebijakan nasional dalam bidang P4GN. Dalam pelaksanaannya,

pemerintah mengeluarkan Instruksi Presiden No 12 Tahun 2011 tentang pelaksanaan P4GN.

BNNP Riau telah melakukan tugasnya dengan cukup baik, terbukti dari banyaknya pengungkapan kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. BNNP Riau juga mengungkap kasus penyalahgunaan narkoba jaringan Internasional. Pada 5 Oktober 2017, BNNP Riau bersama dengan Polda Riau mengungkap penyeludupan narkoba jenis sabu-sabu dan pil ekstasi di wilayah Kandis Provinsi Riau. Barang bukti 25 kilogram sabu dan 25 butir pil ekstasi dipasok dari luar negeri yaitu Malaysia, yang masuk melalui daerah Aceh dan Sumatera Utara, dan kemudian diedarkan di daerah Provinsi Riau (Ini Jaringan Narkoba Internasional yang Diungkap di Riau, 2017).

Sebelumnya pada bulan maret 2017, BNNP Riau juga berhasil mengungkap peredaran narkoba jaringan Internasional di Provinsi Riau yaitu di wilayah Rupert. Pada kasus tersebut, terdapat lima kilogram sabu dan seribu lebih pil ekstasi. Pelaku pada kasus tersebut berjumlah lima orang, dua orang ditangkap di Minas dan tiga orang ditangkap di Pekanbaru. Barang haram tersebut juga dipasok dari Malaysia.

Dari banyaknya pengungkapan kasus peredaran narkoba yang dilakukan oleh BNNP Riau, maka dapat menarik antusias masyarakat Riau jika BNNP Riau melakukan suatu kegiatan atau gerakan yang dapat mengurangi penyalahgunaan narkoba pada masyarakat Riau. Salah satu bentuk kegiatan tersebut yaitu berupa kampanye. Kampanye adalah suatu tindakan serentak untuk mengadakan aksi yang dapat dilakukan oleh suatu kelompok, yang bertujuan untuk mencapai dukungan, dan dapat mempengaruhi khalayak.

Seksi pada BNNP Riau yang bertanggung jawab untuk menjalankan kampanye anti narkoba ini kepada masyarakat adalah Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M). Sosialisasi, kampanye, atau kegiatan lain yang dapat mengurangi penyalahgunaan narkoba di masyarakat di daerah Riau telah menjadi tugas dari BNNP Riau khususnya Seksi Pencegahan divisi P2M. Agar lebih efektif dalam penanganan penyalahgunaan di seluruh daerah di Indonesia, maka diperlukannya keaktifan dari setiap BNNP di Indonesia. Terutama di provinsi Riau, dimana daerah ini memiliki peningkatan terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di masyarakat

provinsi Riau. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan dua masalah penelitian: (1) Bagaimana implementasi manajemen kampanye anti narkoba pada BNNP Riau? (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh BNNP Riau dalam pelaksanaan kampanye? Kedua rumusan tersebut bertujuan untuk menjelaskan implementasi manajemen kampanye, faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh BNNP Riau dalam melaksanakan kampanye anti narkoba.

Tinjauan Pustaka

a. Implementasi Kebijakan Publik

Pada tahun 1970-an menjadi awal kemunculan studi tentang implementasi di Amerika Serikat. Munculnya ilmu ini sebagai bentuk reaksi keprihatinan atas efektivitas berbagai program reformasi. Selanjutnya terdapat beberapa generasi dalam studi implementasi ini. Tahun 1970-an yang dapat disebut sebagai generasi pertama, nada pesimis menjadi tanda yang mendominasi sebagian besar di tahun 1970-an. Beberapa studi kasus tentang contoh dari kegagalan implementasi menjadi pemicu dari pesimisme. Namun, terdapat prestasi yang paling penting dari

generasi pertama peneliti implementasi yaitu meningkatnya kesadaran terhadap isu dalam komunitas ilmiah yang lebih luas dan masyarakat umum (Fischer, Miller, & Sidney, 2015).

Teori bukanlah menjadi fokus utama dalam studi implementasi pada generasi pertama, pada generasi selanjutnya atau generasi kedua yang mulai mengajukan berbagai kerangka teori dan hipotesis. Sehingga menimbulkan perdebatan yang dikenal dengan pendekatan atas-bawah dan bawah-atas. Untuk menjadi penengah dari perdebatan tersebut, maka terbentuklah pendekatan atau teori baru yaitu hibrida. Terbentuknya teori ini dengan menggabungkan wawasan pemikiran dari kedua teori sebelumnya (Fischer, Miller, & Sidney, 2015). Dari beberapa model implementasi kebijakan tersebut, peneliti menggunakan salah satunya yaitu Model Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gun. Konsep dasar dari model ini adalah menggunakan manajemen strategis, yang mengarah pada manajemen secara sistematis dan tentunya tidak meninggalkan kaidah dasar. Pada model Hogwood dan Gun, terdapat beberapa syarat untuk melakukan implementasi kebijakan (Nugroho,

2006), syarat-syarat tersebut sebagai berikut.

1. Terdapat jaminan bahwa pihak dari eksternal yang dihadapi badan pelaksana tidak menimbulkan masalah yang besar.
2. Dari segi sumber dayanya, yaitu tersedia atau tidaknya sumber daya yang memadai untuk dapat melaksanakan implementasi kebijakan. Sumber daya yang dimaksud juga termasuk sumber daya waktu.
3. Tersedianya berbagai sumber-sumber yang diperlukan.
4. Dengan adanya suatu masalah, tentu diperlukannya jalan keluar untuk menyelesaikan masalah tersebut. Syarat selanjutnya untuk melakukan implementasi kebijakan yaitu, apakah sebuah kebijakan yang dibuat dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi.
5. Kebijakan yang memiliki hubungan “sebab-akibat” yang terlalu tinggi, maka secara otomatis akan menurunkan keefektifitas implementasi kebijakan.
6. Kemungkinan kecil yang akan terjadi pada hubungan saling ketergantungan.

7. Terdapatnya pemahaman yang dalam dan adanya kesepakatan yang dilakukan terhadap tujuan.
8. Berbagai tugas-tugas yang ada, dijelaskan secara rinci dan ditempatkan pada setiap urutan yang benar. Dengan adanya tugas yang dijelaskan secara tersusun maka akan dapat mencapai keefektifitas implementasi kebijakan.
9. Diperlukannya komunikasi dan koordinasi yang baik, karena komunikasi sangat penting untuk perekat organisasi, dan dengan adanya koordinasi memudahkan kerjasama sesama tim.

Berbagai pihak yang memiliki kekuatan dalam wewenang kekuasaan mendapat hak untuk menuntut dan kepatuhan yang sempurna. Kekuasaan menjadi salah satu syarat untuk mencapai keefektifitas implementasi kebijakan. Tanpa kekuasaan, kebijakan tidak ada apa-apanya, dan tidak akan berdampak pada target kebijakan

b. Manajemen Kampanye

Manajemen merupakan suatu kegiatan pengarahan atau

pengawasan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan cara yang efektif efisien (Robbins & Coulter, 2010). Kata manajemen berarti sebuah kegiatan, pada pelaksanaannya disebut dengan *managing*, sedangkan pelaksananya disebut manager. Salah satu kegiatan yang memerlukan adanya seorang manager dan tentunya juga manajemen yaitu kampanye.

Kampanye adalah suatu tindakan serentak untuk mengadakan aksi yang bertujuan untuk mencapai dukungan, maupun mempengaruhi khalayak. Dengan kata lain kampanye dapat disamakan dengan propaganda. Baik kampanye maupun propaganda sama sama menggunakan berbagai saluran komunikasi dalam menyampaikan pesan. Memang terdapat beberapa kesamaan kedua konsep tersebut. Namun sebenarnya kedua konsep tersebut secara akademis berbeda, dan biasanya kampanye terdengar memiliki citra positif dimasyarakat sedangkan propaganda lebih dikenal ke arah negatif.

Kampanye merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekumpulan orang atau yang

disebut dengan kelompok, karena melaksanakan kampanye seorang diri dianggap mustahil dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kampanye yang dimaksud bukan pada saat pembicara melakukan kegiatan kampanye ditengah masyarakat, itu merupakan pelaksanaan. Namun yang dimaksud adalah proses atau tahapan-tahapan dari awal perencanaan sebuah kegiatan kampanye yang ingin dilakukan, selanjutnya pengorganisasian hingga kegiatan terlaksana dengan baik, setelah itu tentu adanya dari kegiatan kampanye yang telah dilakukan. Tentunya tahapan-tahapan ini memerlukan banyak orang agar kampanye dapat berjalan dengan baik, atau karena terbatasnya kemampuan setiap individu maka untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dapat dilakukan secara berkelompok.

Tahapan-tahapan tersebut merupakan fungsi dari manajemen. Fungsi ini menjadi acuan dalam pelaksanaan suatu kegiatan seperti kampanye. Sehingga fungsi-fungsi manajemen sangat dibutuhkan dalam sebuah kampanye, karena jika tidak melakukan tahapan-tahapan tersebut maka akan

kesulitan melakukan kampanye. Dari awal adanya kampanye, memang sudah meliputi tahapan dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Namun bedanya sekarang, berbagai tahapan tersebut diformalkan dengan istilah manajemen kampanye yaitu suatu proses pengelolaan kegiatan kampanye secara efektif dan tentunya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya manajemen ini, diharapkan peluang keberhasilan mencapai tujuan tersebut menjadi lebih besar.

Para ahli mempunyai pendapat yang berbeda-beda terhadap fungsi-fungsi manajemen, namun peneliti mengambil fungsi manajemen dari G.R Terry (dalam Badrudin, 2013), yakni perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Perencanaan adalah pemilihan dan pengaitan fakta dengan menggunakan asumsi mengenai masa yang akan datang dalam visualisasi dan perumusan usulan pengaktifan yang diyakini akan diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dapat disimpulkan, perencanaan adalah penentuan sebuah rencana yaitu

tahap awal sebelum melakukan sesuatu hal.

Pengorganisasian adalah pembagian tugas-tugas atau pekerjaan kepada setiap orang yang berada dikelompok/karyawan, pembagian tersebut tidak hanya pada bagian tugas saja, tetapi juga yang pembagian lainnya.

Pelaksanaan harus sangat diperhatikan, karena strategi, teknik, ataupun metode yang sudah dipikirkan dan telah ditentukan sebelumnya, tanpa adanya gerakan maka tentu saja tidak ada hasil yang dicapai dan tujuan organisasi pun tidak akan terwujud. Dengan kata lain, tahap ini mendorong para anggota organisasi untuk bergerak atau bekerja sebaik mungkin dengan efektif dan efisien demi terwujudnya tujuan organisasi. Walaupun sudah terdapat perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya, bukan berarti pelaksanaan atau penggerakan suatu kegiatan dapat dengan mudah dilaksanakan, terutama pada sumber daya manusianya (Siagian, 2005).

Pengawasan merupakan tahap akhir dari fungsi-fungsi manajemen kampanye yang digunakan pada penelitian ini. Pada tahap ini mengamati seluruh kegiatan

organisasi sesuai atau tidaknya dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya (Siagian, 2005). Dengan kata lain pengawasan yaitu membandingkan kegiatan yang terjadi dengan rencana sebelumnya, melihat apakah ada penyimpangan yang terjadi, jika terdapat maka harus mengambil tindakan keputusan untuk menggunakan sumber daya yang ada dengan sebaik mungkin agar tujuan organisasi yang diinginkan dapat terwujud.

c. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang paling sering digunakan, karena cukup mudah dilakukan dan memiliki dampak yang besar bagi suatu perusahaan, organisasi atau instansi yang dianalisis. Kegunaan dari melakukan analisis SWOT ini yaitu untuk menentukan strategi seperti apa yang baik digunakan oleh suatu perusahaan, organisasi atau instansi. SWOT merupakan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT juga bertujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana keadaan perusahaan atau organisasi

tersebut dengan lebih menyeluruh (Fachmi, 2010).

Pada logika analisis SWOT yaitu dengan memaksimalkan *Strengths* (Kekuatan) yang berasal dari dalam organisasi dan *Opportunities* (Peluang) yang berasal dari luar organisasi. Kedua hal ini merupakan hal positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi yang dianalisis. Sedangkan dalam waktu bersamaan, juga dapat meminimalkan *Weakness* (Kelemahan) yang berasal dari dalam organisasi dan *Threats* (ancaman) yang berasal dari luar organisasi, tentunya ini merupakan hal negatif yang dihadapi oleh organisasi (Rangkuti, 2017).

Dengan adanya analisis SWOT, memberi panduan kepada perusahaan atau organisasi untuk lebih fokus dalam masalah yang dihadapi. Inilah tujuan dari penerapan analisis SWOT pada suatu perusahaan. Selain itu juga sebagai perbandingan berfikir dari berbagai sudut pandang, yaitu dari kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan, dan peluang, ancaman yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan (Fachmi, 2010). Ancaman yang berasal dari luar sebaiknya dapat

dianalisa terlebih dahulu, agar organisasi atau perusahaan tidak panik menghadapi ancaman dimasa yang akan datang.

Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menjelaskan fenomena yang terjadi melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini lebih menjelaskan kedalaman kualitas data bukan pada kuantitas. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan data secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, sehingga penulis dapat menemukan jawaban atas pertanyaan dari penelitian ini, yaitu penerapan manajemen kampanye dalam kampanye anti narkoba pada divisi P2M BNNP Riau. Lokasi penelitian merupakan tempat dari sumber data yang akan diperoleh, tempat tersebut adalah kantor BNNP Riau. Narasumber pada penelitian ini yaitu Dina Fitriana Lubis (Kepala Seksi P2M BNNP Riau), Liandra Arcye Oktera (Humas BNNP Riau), dan T. Saharuddin (Kepala Bidang Narkoba Polda Riau).

Dalam pengujian keabsahan data, peneliti melakukan uji kredibilitas

terhadap data hasil penelitian melalui triangulasi teknik dan sumber. Peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh dari berbagai sumber. Kemudian data dideskripsikan dan dikategorisasi berdasarkan temuan. Apabila ditemukan hasil yang berbeda, maka peneliti melakukan konfirmasi kepada sumber data untuk memperoleh data yang dianggap benar, dan memilah data yang sama atau data yang berbeda.

Pembahasan

a. Implementasi Kebijakan Publik

Pada BNNP Riau, yang mempunyai tugas untuk menjalankan suatu kampanye anti narkoba di daerah Provinsi Riau adalah Bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat khususnya Seksi Pencegahan. Masyarakat luas mengenalnya dengan kampanye anti narkoba, namun pada BNN kampanye ini disebut dengan Diseminasi Informasi P4GN. Selain diseminasi informasi, program kerja Seksi Pencegahan adalah advokasi. Advokasi ini kurang lebihnya sama dengan kampanye yaitu untuk mempengaruhi orang lain atau khalayak, namun bedanya program kerja advokasi memiliki keterikatan dengan pihak lain. Jika diseminasi informasi hanya menyampaikan informasi kepada

masyarakat, advokasi lebih dari sekedar itu.

Pada advokasi, terdapat dua jenis targetnya yaitu perorangan dan juga institusi. Advokasi perorangan nantinya akan menjadi relawan atau penggiat anti narkoba, sedangkan yang institusi yaitu dengan melakukan kerjasama yang terikat atau MOU dengan berbagai perusahaan atau instansi. Advokasi dapat dikatakan lebih efektif dari kampanye atau diseminasi informasi, karena masyarakat sendiri dapat ikut berpartisipasi langsung dalam kasus penyalahgunaan narkoba khususnya di daerah Provinsi Riau, dengan begitu diharapkan angka penyalahgunaan narkoba di daerah ini dapat berkurang. Namun menjalankan program kerja advokasi tentu tidak mudah, dibutuhkan usaha yang cukup banyak juga dari Seksi Pencegahan. Contohnya seperti, terdapatnya seseorang yang ingin menjadi relawan, pada awalnya sangat semangat namun pada akhirnya hanya selesai begitu, sehingga satu per satu pun relawan mulai hilang. Seksi Pencegahan harus dapat menahan atau bahkan dapat meningkatkan relawan anti narkoba di masyarakat.

Sebelum menarik masyarakat menjadi relawan anti narkoba, sebaiknya dilakukan penyampaian informasi berbagai hal tentang narkoba.

Penyampaian informasi ini juga merupakan program kerja Seksi Pencegahan yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu berupa kampanye atau diseminasi informasi Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN). Diseminasi informasi ini pun tidak mudah untuk dilakukan, diperlukan kerjasama yang baik dari semua anggota Seksi Pencegahan BNNP Riau. Tidak hanya itu, dengan adanya manajemen yang baik dilakukan oleh Seksi Pencegahan diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen ini tentunya mencakup mulai dari pra pelaksana yaitu perencanaan dan pengorganisasian, pada saat pelaksanaan, dan terakhir pengevaluasian dari kampanye yang telah dilakukan.

Manajemen pada sebuah kegiatan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh BNNP Riau khususnya oleh Seksi Pencegahan, sangat relevan dengan teori implementasi kebijakan publik oleh Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gun yang menjelaskan tentang manajemen strategis, yaitu melaksanakan suatu kebijakan publik dengan mengikuti kaidah-kaidah yang terdapat dalam manajemen, yaitu adanya perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengawasan atau evaluasi. Sehingga kegiatan tersebut

dapat tersusun dengan baik dan tujuan yang ditentukan besar kemungkinan dapat terwujud.

b. Manajemen Kampanye Anti Narkoba

Perencanaan. Tahap awal dari manajemen kampanye yang dilakukan yaitu perencanaan. Pada tahap perencanaan ini meliputi beberapa hal, diantaranya melakukan survei ataupun analisis dari kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga dapat menentukan tujuan seperti apa yang diinginkan dan strategi seperti apa yang akan digunakan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba. Mengetahui data penggunaan penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau merupakan langkah awal yang harus dilakukan. Data penyalahgunaan narkoba tersebut dapat diperoleh dari BNNP Riau sendiri maupun dari Dit Res Polda Riau.

“Data kasus penyalahgunaan Narkotika di Provinsi Riau diperoleh dari jumlah penanganan kasus penyalahgunaan Narkotika yang dilakukan oleh BNNP Riau dan jajarannya, maupun oleh Dit Res Narkoba Polda Riau dan jajarannya” (Dina Fitriana Lubis, 6 Desember 2017).

Setelah mendapatkan data kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, maka dilakukannya analisis atau direkapitulasi oleh BNNP Riau dan juga

Dit Res Narkoba Polda Riau, dengan melakukan pengelompokan dari data kasus tersebut. Hal ini diketahui dari jawaban Dina Fitriana Lubis:

“BNNP Riau bekerja sama dengan Dit Res Narkoba Polda Riau merekapitulasi data kasus penyalahgunaan narkoba dan membaginya menjadi beberapa sudut pandang (misalnya : dari segi umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan, dll) kemudian baru menyajikannya pada materi kampanye yang dilaksanakan” (6 Desember 2017).

Tentunya bukan tanpa alasan dilakukannya pengelompokan dari data kasus penyalahgunaan yang terjadi di Riau. Dengan melakukan pengelompokan tersebut, memudahkan pihak BNNP Riau mengetahui latar belakang seperti apa yang merupakan penyalahgunaan narkoba terbanyak di Provinsi Riau. Pada pihak Seksi Pencegahan juga menjadi mudah untuk menentukan segmentasi audiens kampanye yang akan dilakukan.

“Penentuan segmentasi audiens biasanya dilakukan dengan latar belakang lingkungan dan usia. Ada 4 lingkungan sasaran Pencegahan lewat Diseminasi Informasi P4GN yaitu :lingkungan masyarakat (masyarakat tempat tinggal, kelompok masyarakat, organisasi, dll), lingkungan keluarga (ibu rumah tangga, aktifis posyandu, aktifis PKK, dll), lingkungan pekerja (usia bekerja), lingkungan pendidikan (usia sekolah, Perguruan Tinggi)” (6 Desember 2017).

Kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan BNNP Riau memang ditujukan untuk semua lapisan masyarakat Riau. Namun tentunya tidak setiap pelaksanaan kampanye audiensnya semua masyarakat. Terdapat berbagai latar belakang dari masyarakat Provinsi Riau, mulai dari usia, pendidikan, pekerjaan, budaya, dan lain sebagainya. Memilih segmentasi sasaran sangat penting, karena tidak semua kalangan dapat menerima pesan kampanye dengan satu cara penyampaian saja. Seksi Pencegahan telah melakukan pengelompokan awal yang telah dijelaskan sebelumnya pada saat melakukan analisis. Dengan pengelompokan dari kasus penyalahgunaan tersebut dapat dilihat dari kalangan seperti apa yang banyak menjadi penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga kampanye yang akan dilakukan banyak mendapat perhatian khusus pada kalangan tersebut, seperti dari remaja, PNS, atau lain sebagainya. Seksi Pencegahan mempunyai empat lingkungan sasaran pencegahan lewat Diseminasi Informasi P4GN yaitu lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan pekerja, dan lingkungan pendidikan.

Setelah menentukan segmentasi audiensnya, selanjutnya yaitu bagaimana cara Seksi Pencegahan mengemas pesan kampanye.

“Pesan dikemas dengan berbagai variasi dan inovasi yang disesuaikan dengan segmentasi audiens sasaran, supaya lebih menarik dan mudah dimengerti serta tepat sasaran. Tidak terkecuali dengan mengikuti trend teknologi yang sedang ada di masyarakat, misalnya: media sosial, dan SMS broadcast” (Wawancara, 6 Desember 2017).

Langkah awal menentukan pesan kampanye yaitu dengan memikirkan tema seperti apa yang cocok dengan kampanye. Tema merupakan pokok utama dalam sebuah pembahasan, pada satu tema terdapat berbagai macam pesan didalamnya. Agar tidak keluar dari inti yang disampaikan maka diperlukannya lah tema. Seksi Pencegahan menentukan tema dari segmentasi audiensnya, atau lingkungan sasaran. Dengan melihat siapa audiens dari kampanye yang akan disampaikan, memudahkan pihak Seksi Pencegahan menentukan tema dari sebuah kampanye.

Tahap perencanaan juga terdapat strategi seperti apa yang akan digunakan untuk menjalankan kegiatan kampanye ditengah-tengah masyarakat. Adanya manfaat mempersiapkan strategi ini tentunya untuk meningkatkan kesuksesan sebuah kampanye yang akan dilakukan. Dari Seksi Pencegahan sendiri mempersiapkan strategi sebelum melakukan berbagai kegiatan kampanye

Anti Narkoba atau Diseminasi Informasi P4GN. Strateginya yaitu dengan melakukan berbagai inovasi, seperti mengikuti apa yang lagi ramai dibicarakan atau digunakan oleh masyarakat Provinsi Riau.

”Dalam mewujudkan tujuan kampanye, strategi seperti apa gitukan? Tujuannya itu kan meningkatkan jumlah masyarakat yang mendapatkan informasi P4GN, kan tujuannya itu. Untuk meningkatkan tujuan itu, strateginya apa yaitu buat inovasi” (24 Januari 2018).

Seksi Pencegahan mempersiapkan strategi sebelum melakukan berbagai kegiatan kampanye Anti Narkoba atau Diseminasi Informasi P4GN. Strateginya yaitu dengan melakukan berbagai inovasi, seperti mengikuti apa yang lagi ramai dibicarakan atau digunakan oleh masyarakat Provinsi Riau, salah satunya yaitu penggunaan telepon seluler. Dengan begitu, Seksi Pencegahan melakukan kerja sama dengan PT. Telkomsel untuk dapat menyebarluaskan informasi P4GN kepada masyarakat sampai ke pelosok Provinsi Riau, dengan begitu juga dapat menghemat waktu dan biaya. Selain itu Seksi Pencegahan juga menggunakan media sosial, agar kampanye yang dilakukan tidak terlalu monoton yaitu pertemuan dengan tatap muka.

Pemilihan media merupakan metode yang dilakukan untuk menyampaikan

pesan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat. Terdapat tiga metode, yaitu: non elektronik (melakukan iklan di media cetak), elektronik (berupa radio, TV, informasi digital atau media sosial), dan terakhir adalah konvensional (berupa seminar, sarasehan, sosialisasi tatap muka). Seksi Pencegahan menggunakan berbagai media yang ada. Terlihat dari berbagai media sosial yang dimiliki oleh BNNP Riau, yang dikelola oleh Humas BNNP Riau. Seksi Pencegahan membuat konten dari kampanye atau diseminasi informasi P4GN, yang akan diberikan kepada Humas untuk disebarluaskan melalui media sosial mereka seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Selain itu, dalam media sosial BNNP Riau juga terdapat berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan maupun BNNP Riau.

Melalui akun media sosial yang dimiliki, BNNP Riau selalu melakukan *update* untuk memberikan informasi terkait berbagai kegiatan yang dilakukan oleh BNNP Riau. Selain penggunaan media sosial, Seksi Pencegahan atau BNNP Riau juga menggunakan leaflet, poster, dan lain sebagainya untuk penyebarluasan pesan diseminasi informasi P4GN. Konten dari leaflet dan poster tersebut sebelumnya sudah dibuat oleh BNNP Pusat, yang selanjutnya akan dibagikan

ke berbagai BNN Provinsi di Indonesia. Konten tersebut akan sedikit diubah oleh BNNP Riau, sesuai dengan Provinsi Riau.

Dalam perencanaan, pihak-pihak lain yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye juga harus dipikirkan. Dengan adanya pihak-pihak lain ini, tentunya dapat membantu melancarkan kegiatan kampanye yang akan dilakukan. Semakin banyaknya pihak lain yang terlibat maka semakin memudahkan pihak Seksi Pencegahan untuk dapat melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau. Namun pihak-pihak lain ini juga harus dilatih terlebih dahulu sebelum terjun langsung kelapangan. Contohnya seperti relawan, sebelumnya akan diberi pembekalan terlebih dahulu oleh Seksi Pencegahan maupun BNNP Riau, "*Dilaksanakan kaderisasi pembekalan atau pelatihan bagi tenaga relawan anti narkoba*" (Dina Fitriana Lubis, 6 Desember 2017).

Pelaku dari kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN yaitu Seksi Pencegahan BNNP Riau. Namun terdapat pihak lain yang juga turut membantu dalam melaksanakan kampanye tersebut. Terdapat dari masyarakat Provinsi Riau sendiri yaitu sebagai relawan, selain itu dari pihak-pihak pemerintah maupun swasta. Seksi

Pencegahan juga melakukan kerjasama dengan berbagai pihak yang terlibat, seperti kampanye dalam bentuk donor darah maka Seksi Pencegahan bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Dengan adanya kerja sama ini sangat membantu Seksi Pencegahan dalam melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

Hal lain yang juga harus dipikirkan dalam sebuah perencanaan yaitu membuat perencanaan lainnya atau yang sering disebut dengan *plan B* atau *C*, karena dari beberapa kasus pada setiap kegiatan hampir terdapat masalah atau kendala, sehingga rencana awal yang sudah disusun tidak dapat terlaksana. Kendala-kendala ini juga harus dipikirkan oleh pihak pelaksana kampanye yaitu Seksi Pencegahan, sehingga menemukan jalan keluar bagaimana mengatasi kendala tersebut agar kampanye dapat terlaksana dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat Provinsi Riau. Tetapi karena pada setiap pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan tidak terdapat kendala yang terlalu besar atau begitu berarti, pihak pelaksana kurang memikirkan perencanaan lain tersebut.

Selain alternatif rencana, hal lain yang juga diperhatikan yaitu kapan saja waktu pelaksanaan kegiatan kampanye

anti narkoba tersebut. Dengan adanya jadwal yang pasti atau tersusun, maka persiapannya pun bisa dimaksimalkan sebelum pelaksanaan kampanye anti narkoba dilakukan. Seksi pencegahan divisi P2M BNNP Riau, melakukan penjadwalan *timeline* kampanye di awal tahun.

Timeline disusun diawal tahun juga untuk memudahkan perhitungan anggaran pelaksanaan kampanye atau yang disebut dengan diseminasi informasi P4GN ini, dan tentunya memaksimalkan perencanaan kampanye tersebut. Setelah memikirkan berbagai hal yang terdapat pada perencanaan, langkah terakhir yang dilakukan pada tahap ini yaitu melakukan uji coba atau pelatihan terhadap rencana yang telah dibuat. Hal ini dilakukan untuk memperkuat perencanaan dan membuat panitia tidak kebingungan pada saat pelaksanaan kampanye anti narkoba. Uji coba atau pelatihan ini tentunya dilakukan juga oleh Seksi Pencegahan terhadap perencanaan kampanye anti narkoba tersebut.

Terdapat dua program kerja Seksi Pencegahan yaitu Diseminasi Informasi P4GN dan juga Advokasi. Program kerja tersebut dijadwalkan disetiap bulan pertahun dan dilengkapi dengan minggu keberapa akan dilaksanakan program kerja tersebut. Untuk melihat program kerja mana saja yang termasuk

Diseminasi Informasi P4GN dan Advokasi, maka pada timeline dibedakan dengan berbagai warna. Tidak hanya perbedaan program kerja, perbedaan warna tersebut dikelompokkan dari sasaran audiens kampanye atau Diseminasi Informasi P4GN. Pada program kerja Advokasi hanya berupa satu warna saja, sedangkan diseminasi informasi P4GN terdapat empat warna. Empat warna tersebut dibedakan berdasarkan sasaran audiens kampanye, yaitu lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan pekerja, dan lingkungan pelajar.

Setelah merencanakan waktu yang cukup baik, hal lain yang membantu menyelesaikan kampanye adalah pemanfaatan sumber daya yang ada. Dengan terdapatnya berbagai sumber daya ini dapat membantu menyelesaikan kampanye tepat pada waktunya. Sumber daya yang dibahas disini terbagi atas tiga jenis, yaitu sumber daya manusia, sumber dana operasional, dan peralatan. Ketiga sumber daya ini saling terikat untuk mencapai kesuksesan sebuah kampanye. Sumber daya manusia tentunya yaitu jasa yang dapat membantu pelaksanaan suatu kampanye, dan sebaiknya dilakukan oleh sebuah tim sehingga diperlukan kerjasama yang baik. Pada Seksi Pencegahan, sumber daya

manusia nya berasal dari para anggota yang terdapat di Seksi Pencegahan. Namun terkadang, Seksi Pencegahan mendapat sumber daya manusia tambahan dari luar baik dari BNNP Riau sendiri maupun dari luar BNNP Riau.

Sumber dana operasional atau anggaran sudah ditetapkan dari awal tahun anggaran. Dengan dana yang telah diberikan, diharapkan dapat melaksanakan berbagai program kerja dari Seksi Pencegahan selama setahun. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Kepala Seksi Pencegahan, dana yang dianggarkan untuk program kerja Seksi Pencegahan cukup selama setahun. Selain tersedianya anggaran dari pemerintah, Seksi Pencegahan juga dibantu oleh masyarakat Provinsi Riau untuk melakukan berbagai diseminasi informasi P4GN. Masyarakat membantu dengan menyiapkan berbagai hal yang diperlukan pada saat Seksi Pencegahan melaksanakan diseminasi informasi P4GN. Hal ini dilakukan karena masyarakat mulai peduli tentang bahaya narkoba, sehingga masyarakat meminta BNNP Riau untuk melakukan diseminasi informasi P4GN seperti di sekolah, tempat kerja, maupun kelompok masyarakat. Sebagai bentuk terimakasih masyarakat kepada BNNP Riau, berbagai hal seperti tempat,

audiens dan lain sebagainya, disediakan oleh masyarakat sendiri. Tentunya ini sangat membantu pihak Seksi Pencegahan dari segi dana maupun peralatan.

Pengorganisasian. Pengorganisasian untuk konten atau isi pesan dari diseminasi informasi P4GN, dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan dari segi penerima pesan atau audiensnya, yang mana terdapat empat lingkungan yaitu: lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan pekerja, dan lingkungan pelajar. Setiap lingkungan yang sama, maka konten yang diberikan tidak terlalu jauh berbeda. Ini tentunya akan membantu Seksi Pencegahan melaksanakan program kerjanya yaitu diseminasi informasi P4GN.

Kampanye anti narkoba ini tentunya tidak dilakukan oleh satu orang, melainkan sebuah tim atau yang disebut dengan panitia kegiatan. Panitia ini dibentuk beberapa waktu sebelum melaksanakan kegiatan kampanye.

“Misalnya sosialisasi mau dibuat selama setahun itu minimal misalnya 10 kali. Sosialisasi yang pertama, sasarannya siapa sudah ditentukan diawal tahun, tapi panitiannya baru akan dibuat pada saat mau dilaksanakan sesuai timeline. Dibulan february mau dibuat sekali misalnya, seminggu sebelum kegiatan kepanitiaan dan seluruh bahan kelengkapan melaksanakan sudah harus dikoordinasikan ” (Dina Fitriana Lubis, 27 Oktober 2017).

Dalam panitia tersebut tentunya terdapat susunan organisasi, yang memiliki tugasnya masing-masing, seperti ketua, penanggung jawab, dan anggota, *“Panitia kegiatan ini isinya, ketua, penanggung jawab, kemudian anggota, isi anggota itu tadi memegang tugas masing-masing” (Dina Fitriana Lubis, 27 Oktober 2017).*

Namun tentunya tidak mudah untuk mengatur beberapa orang agar tercapai suatu tujuan yang sama. Dengan begitu, sangat dibutuhkan koordinasi antar panitia kegiatan agar kampanye anti narkoba dapat berjalan sesuai yang telah direncanakan sebelumnya. Cara mengkoordinasikan setiap panitia kegiatan kampanye yaitu menggunakan surat perintah tugas, dan membagi tugas dan fungsi para anggota.

Diseminasi informasi P4GN yang dilakukan Seksi Pencegahan ini tentunya tidak hanya terdiri dari satu orang melainkan sebuah kelompok atau tim. Pada Seksi Pencegahan, tim ini disebut dengan panitia kegiatan yang isinya merupakan orang dari internal BNNP Riau, tidak hanya orang-orang dari Seksi Pencegahan saja. Panitia kegiatan initerdiri dari ketua, penanggung jawab, dan anggota. Dibentuknya panitia kegiatan ini beberapa waktu yaitu sekitar satu

minggu sebelum dilaksanakan kampanye kegiatan.

Agar dapat mengatur setiap orang pada panitia kegiatan, dan kampanye atau diseminasi informasi P4GN berjalan dengan lancar, maka dibutuhkan pengorganisasian yang baik. Adanya pengorganisasian dalam panitia kegiatan juga sangat penting, untuk menyatukan pemikiran bersama agar tujuan yang diinginkan organisasi dapat tercapai, hal ini seperti yang dijelaskan pada buku Siswanto (2005). Pada Seksi Pencegahan, cara menkoordinasikan para panitia kegiatan yaitu dengan menerbitkan surat perintah tugas, yang berisi pembagian tugas dan fungsi dari masing-masing panitia pada setiap kegiatan kampanye. Dengan begitu, setiap tugas panitia dibagi rata dan setiap panitia kegiatan dapat menjalankan tugasnya masing-masing. Namun tidak masalah membantu tugas antara satu dengan yang lainnya, karena itu juga gunanya sebuah tim, tetapi tentunya dengan tidak meninggalkan tugas yang telah ditentukan sebelumnya.

Penggerakan. Menyusun perencanaan pada sebuah kegiatan kampanye adalah langkah awal yang sangat bagus untuk dilakukan. Venus (2004) mengatakan bahwa dengan adanya perencanaan yang baik, maka akan menjadikan pola pikir dan

tindakan berjalan dengan teratur atau terarah. Oleh karena itu, setiap pelaksanaan yang diawali dengan rencana yang baik, kemungkinan untuk mencapai tujuan yang diinginkan akan besar. Namun tidak akan ada artinya sebuah perencanaan yang telah disusun dengan sangat baik, jika tidak adanya penggerakan atau aksi yang nyata. Pada pelaksanaan inilah penerapan dari rancangan program yang telah dibuat sebelumnya. Seksi Pencegahan tentunya melakukan setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau yang sesuai dengan jadwal tertulis ditimeline. Pada bulan Oktober tahun 2017, sudah lebih dari setengah program kerja diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan oleh Seksi Pencegahan.

Tidak hanya melakukan program kerja yang sudah tertulis ditimeline, Seksi Pencegahan juga melakukan berbagai kegiatan diseminasi informasi P4GN yang tidak tertulis ditimeline program kerja, seperti pembagian brosur di pusat keramaian seperti di mall, dan *car free day* pada hari minggu. Melakukan sosialisasi P4GN di sekolah-sekolah yang terdapat di Provinsi Riau. Melakukan tes urin pada setiap karyawan lingkungan kerja dari swasta maupun negeri, ini dilakukan oleh BNNP Riau sendiri atau diminta langsung dari suatu perusahaan atau

organisasi tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Seksi Pencegahan, diketahui bahwa jika dibandingkan program kerja tertulis dengan tidak tertulis, Seksi Pencegahan lebih banyak melakukan program kerja yang tidak tertulis di timeline. Banyak dari masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai peduli terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau, sehingga masyarakat sendiri yang ingin mendatangkan BNNP Riau untuk melakukan diseminasi informasi P4GN di lingkungannya.

Dengan adanya kepedulian dari masyarakat sendiri tentunya memudahkan pihak dari Seksi Pencegahan untuk dapat melakukan diseminasi informasi P4GN ke masyarakat Provinsi Riau. Beberapa masyarakat juga menyediakan berbagai keperluan untuk pelaksanaan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, sehingga Seksi Pencegahan tidak perlu memikirkan anggaran tambahan untuk melakukan diseminasi informasi yang diminta langsung oleh masyarakat. Sedangkan untuk pelaksanaan diseminasi informasi P4GN di beberapa tempat keramaian seperti di *car free day* dan di mall-mall, Seksi Pencegahan menyediakan anggaran sendiri untuk kegiatan diseminasi informasi P4GN.

Kegiatan diseminasi informasi P4GN yang dilakukan Seksi Pencegahan di tempat-tempat keramaian dilakukan sewaktu-waktu dengan cara tiba-tiba. Jika Seksi Pencegahan mempunyai waktu luang di akhir pekan, maka Seksi Pencegahan melakukan kampanye atau diseminasi informasi seperti penyebaran brosur di mall atau *car free day*, tentunya dengan menyiapkan beberapa keperluan kampanye beberapa hari sebelum dilakukannya kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

Selain itu, media yang digunakan untuk menyebarkan kepada masyarakat tentang kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Banyak media atau metode yang dapat dijadikan untuk penyebaran pesan kampanye tersebut. Seksi pencegahan mempunyai tiga metode, yaitu non elektronik, elektronik dan konvensional. Pada media non elektronik biasanya Seksi Pencegahan memasang iklan di media cetak. Pada media elektronik menggunakan radio, dan televisi. Sedangkan pada konvensional biasanya seperti, seminar, sarah sehan, sosialisai tatap muka, dan lain sebagainya. BNNP Riau juga memanfaatkan media internet untuk penyebaran informasi kampanye yang

dilakukan. Terdapat banyak *postingan* pada akun media sosial BNNP Riau terutama *Instagram*, tentang kegiatan kampanye yang telah dilaksanakan.

Pada pelaksanaan kampanye yang dilakukan Seksi Pencegahan, pelaku kampanye yaitu berasal dari pihak BNNP Riau, baik dari Seksi Pencegahan Divisi Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat, maupun dari Divisi lain yang ikut membantu pelaksanaan kampanye anti narkoba atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau. Namun tidak hanya dari pihak BNNP Riau sendiri, Seksi Pencegahan juga melakukan kerja sama dengan berbagai pihak lain dalam pelaksanaan kampanye, seperti melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI). Kerjasama tersebut yaitu berupa donor darah pada masyarakat Provinsi Riau.

Tidak hanya kerjasama dengan PMI, Seksi Pencegahan melakukan kerjasama dengan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yaitu PT. Telkomsel. Dengan adanya kerjasama dengan pihak Telkomsel, maka Seksi Pencegahan dapat menyebarkan informasi P4GN kepada masyarakat khususnya di Provinsi Riau. Tentunya ini sangat membantu Seksi Pencegahan, dan juga memberi nama baik bagi PT. Telkomsel.

Pengawasan. Setelah melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh Seksi Pencegahan yaitu pengawasan terhadap setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan. Pengawasan yang dimaksud yaitu melihat apakah pelaksanaan diseminasi informasi P4GN berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Langkah yang dapat dilakukan pada tahap pengawasan yaitu dengan mencatat hasil setiap kegiatan diseminasi informasi P4GN yang telah dilakukan. Pada BNNP Riau, bagian yang bertugas melakukan pencatatan hasil kegiatan tersebut dan membuat laporan adalah bagian Pengolah data dan Pengadministrasi. Dari laporan inilah diketahui pada bagian mana yang kurang sesuai dengan perencanaan yang disusun sebelumnya, yang dapat mengurangi efektifitas dari pelaksanaan diseminasi informasi P4GN dan pesan yang disampaikan kurang diterima oleh masyarakat.

Selain mencatat laporan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, melakukan survei kepada audiens kampanye atau diseminasi informasi P4GN juga sangat penting dalam tahap pengawasan atau evaluasi, karena dari survei ini dapat diketahui apakah kampanye yang disampaikan efektif

sehingga dapat diterima oleh audiens. Namun kampanye dengan menggunakan media seperti media elektronik dan cetak, Seksi Pencegahan belum dapat melakukan survei dari audiens media tersebut, karena memang belum terdapat alat melakukan survei tersebut. Sehingga survei yang dapat dilakukan yaitu dengan menanyakan langsung kepada audiens dari kegiatan kampanye dengan metode konvensional yaitu seperti seminar, sosialisasi tatap muka, dan lain sebagainya.

Dari pengawasan yang telah dilakukan, terdapat dua jenis pengawasan berdasarkan subjek yang dijelaskan dalam (Sule, Trisnawati, & Saefullah, 2005) yaitu internal dan eksternal. Internal adalah pihak BNNP Riau sendiri yang melakukan pengawasan yaitu dengan menulis laporan hasil kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya. Sedangkan eksternal adalah pengawasan yang dilakukan pihak luar dari BNNP Riau yaitu audiens dari kampanye yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan. Namun pihak BNNP Riau atau Seksi Pencegahan dapat mengetahui hasil dari pengawasan pihak eksternal tersebut dengan melakukan survei yaitu dapat dengan wawancara maupun kuesioner.

Faktor Pendukung

Setiap pelaksanaan kegiatan tentunya terdapatnya berbagai faktor yang mendukung agar kegiatan tersebut berjalan dengan lancar, dan berbagai faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan setiap kegiatan. Berbagai faktor pendukung dan penghambat tersebut juga dirasakan oleh Seksi Pencegahan dalam kegiatan kampanye yang dilakukan. Faktor tersebut dapat berasal dari internal maupun eksternal institusi BNNP Riau.

Selama melakukan kampanye anti narkoba tersebut, salah satu faktor pendukung yang berasal dari eksternal yaitu masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai antusias terhadap kasus penyalahgunaan narkoba. Terlihat dari banyaknya panggilan dari luar institusi untuk melakukan kampanye atau sosialisasi.

“Mungkin tingkat kesadaran masyarakat sendiri sudah mulai meningkat. Yakan? Mungkin karna banyak dilihat dimata ya tetangga, keluarga, ini sudah mulai peduli. Kalau dulu apatis, masyarakat sudah mulai peduli. Contohnya, kami sudah banyak dapat panggilan untuk sosialisasi, artinya kan masyarakat sudah mulai peduli, yakan? Sudah banyak masyarakat mulai peduli, anggota keluarganya itu direhab, itukan sudah termasuk peduli ya, dari situ, berarti sosialisasi kita selama ini sedikit sudah menampakkan hasil dibanding dulu. Dulu sama sekali apatis, terhadap penyalahgunaan dan

peredaran narkoba, bahkan anti, kalau bisa bahkan gamau dengar masalah itu, masalah itu dianggap tabu, kalau sekarang kan kondisinya sudah mulai bergeser, nah itu dia. Itu salah satu pendukung kami dari luar” (Dina Fitriana Lubis, 27 Oktober 2017).

Sedangkan faktor dari dalam yaitu kerjasama tim yang kuat, dan anggaran yang mendukung. Anggaran memang sudah disiapkan untuk melaksanakan kampanye anti narkoba. Namun karena banyaknya permintaan dari masyarakat sendiri untuk melakukan kampanye atau sosialisasi, anggaran pun tidak terlalu dipikirkan oleh pihak BNNP Riau karena dari masyarakat sendiri yang sudah menyediakan berbagai macam mulai dari tempat, audiens dan lain sebagainya. Hal ini tentunya menjadi faktor pendukung bagi Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye anti narkoba di masyarakat, selain kerjasama yang baik dan mempunyai visi misi yang sama.

Faktor Penghambat

Salah satu yang menjadi faktor penghambat yaitu kurangnya sumber daya manusia, sehingga dirasa cukup berat melaksanakan kampanye.

“Kalau faktor menghambat misalnya, ini non teknis sebenarnya sih, kalau faktor penghambat secara keseluruhan ya kegiatan, biasanya sumber daya manusianya. BNN ini sesuai di SP

harusnya 210 orang minimal, sementara kami hanya 60 orang kurang lebih. Jadi mengcover kegiatan segitu banyak dengan hanya kami-kami ini. Untuk khusus kegiatan ini, kami mengerjakan itu 3 4 orang harus bisa terlaksana kan. Nah terutama itu kekurangan SDM” (Dina Fitriana Lubis, 27 Oktober 2017).

Selain itu, faktor penghambat lainnya adalah kurangnya komitmen dari masyarakat. Selanjutnya, belum adanya survei terhadap audiens dari media massa. Sehingga tidak diketahui apakah kampanye yang disampaikan efektif atau tidak.

Analisis SWOT

1. *Strength*

Seksi Pencegahan memiliki beberapa kekuatan dalam menjalankan manajemen kampanye anti narkoba atau Diseminasi Informasi P4GN. Kekuatan tersebut yaitu :

- a. Banyak mengungkap kasus peredaran narkoba di Provinsi Riau. BNNP Riau telah banyak mengungkap kasus peredaran narkoba di daerah Provinsi Riau, terutama jaringan Internasional karena memang daerah Provinsi Riau yang dekat dengan luar negeri yaitu Malaysia dan

Singapura. Dengan banyaknya pengungkapan kasus penyalahgunaan atau peredaran narkoba yang dilakukan oleh BNNP Riau, menjadikan BNNP Riau mempunyai nama baik dan nilai tambah dimata masyarakat Riau. Tentunya ini dapat menarik perhatian masyarakat, jika BNNP Riau khususnya Seksi Pencegahan melakukan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau.

- b. Selalu tersedianya anggaran. Diperlukannya biaya atau anggaran yang cukup dalam melaksanakan suatu kegiatan kampanye. Kekuatan yang lain yang dimiliki oleh Seksi Pencegahan yaitu selalu tersedianya anggaran tersebut. Anggaran dari pemerintah telah diberikan diawal tahun dan anggaran tersebut dihitung dalam satu tahun untuk melaksanakan semua program kerja dari Seksi Pencegahan. Selain anggaran yang didalam dari pemerintah, Seksi Pencegahan juga mendapat bantuan dari masyarakat Riau, namun jika kampanye

atau sosialisasi yang akan dilakukan merupakan permintaan dari masyarakat sendiri bukan dari timeline program kerja Seksi Pencegahan. Masyarakat menyediakan sendiri berbagai kebutuhan pelaksanaan kampanye atau sosialisasi seperti: tempat, audiens, dan lain sebagainya. Seksi Pencegahan hanya datang untuk memberi materi atau informasi tentang P4GN. Tentunya ini sangat membantu Seksi Pencegahan dalam penggunaan biaya atau anggaran.

- c. Perencanaan jadwal yang baik.

Tahap perencanaan dalam manajemen kampanye anti narkoba yang dilakukan Seksi Pencegahan, terdapat rencana waktu pelaksanaan kegiatan kampanye. Perencanaan waktu atau timeline tersebut, dilakukan dengan baik oleh Seksi Pencegahan, yaitu telah menentukan timeline dari awal tahun yang disebut dengan awal tahun anggaran.

d. Tim kegiatan kampanye tidak sulit untuk dikoordinasikan.

Jumlah anggota dari Seksi Pencegahan kurang dari jumlah anggota yang seharusnya, sehingga setiap anggota mendapat tugas lebih pada setiap kegiatan kampanye. Tetapi meski sumber daya manusia untuk melaksanakan kegiatan kampanye kepada masyarakat Riau dirasa kurang, untuk mengkoordinasi setiap anggota tidaklah sulit. Para anggota melaksanakan tugas mereka masing-masing dengan baik. Terdapat kerjasama tim dari anggota Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Riau.

2. *Weakness*

Selain terdapat berbagai kekuatan, Seksi Pencegahan juga memiliki kelemahan yang berasal dari dalam tim kerja untuk menjalankan kampanye atau diseminasi informasi

P4GN. Kelemahan tersebut yaitu :

a. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengelola dan mempromosikan akun media sosial.

BNNP Riau mempunyai akun media sosial, tetapi masih banyak masyarakat yang tidak tahu dengan akun tersebut. Selain itu, konten yang dibagikan pada media sosial BNNP Riau seharusnya dapat diedit agar semenarik mungkin untuk dilihat masyarakat, sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk mengikuti akun media sosial yang dimiliki oleh BNNP Riau. Dengan begitu, banyak masyarakat mendapatkan informasi tentang diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan.

b. Kurang menyesuaikan pesan kampanye dengan audiens.

Menurut salah satu audiens remaja dari sosialisasi yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, informasi yang disampaikan kurang menarik seperti hanya berbicara tapi kurang memberikan bukti

nyata. Tentunya remaja sangat bosan mendengar hanya dengan perkataan saja, remaja menginginkan sebuah hiburan untuk menarik perhatian agar tidak terlalu membosankan. Lain halnya dengan salah satu guru yang merupakan audiens dari sosialisasi yang dilakukan Seksi Pencegahan di SMAN 1 Pekanbaru, guru tersebut mengatakan informasi yang disampaikan oleh Seksi Pencegahan cukup efektif, karena menurutnya perkataan saja sudah cukup untuk mengingatkan siswa menjauhi narkoba. Audiens yang dituju sebenarnya adalah siswa, tetapi siswa yang menjadi audiens kampanye kurang tertarik dengan kampanye yang dilakukan Seksi Pencegahan. Sehingga kampanye yang dilakukan kurang efektif.

- c. Kurangnya survei kepada audiens kampanye.

Tahapan terakhir yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah manajemen yaitu pengawasan atau evaluasi.

Salah satu bentuk evaluasi terhadap manajemen kampanye yang telah dilakukan adalah survei kepada audiens kampanye. Dengan adanya survei ini, dapat diketahui pada bagian mana yang kurang efektif dalam menyampaikan kampanye kepada masyarakat. Agar pada pelaksanaan kampanye selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi. Pada Seksi Pencegahan, survei tersebut sangat kurang dilakukan, sehingga Seksi Pencegahan kurang mengetahui respon masyarakat seperti apa terhadap kampanye yang telah dilaksanakan.

3. *Opportunities*

Selain kekuatan, terdapat hal positif yang Seksi Pencegahan peroleh dari luar organisasi. Hal positif tersebut merupakan peluang yang sangat membantu dalam menjalankan sebuah kampanye atau diseminasi informasi P4GN. Peluang tersebut seperti :

- a. Kerjasama dengan pihak lain.

- Seksi Pencegahan melakukan kerjasama dengan pihak lain seperti dengan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yaitu PT.Telkomsel. Dengan melakukan kerjasama dengan PT.Telkomsel, tentunya dapat membantu Seksi Pencegahan dalam menyebarluaskan informasi P4GN kepada masyarakat yang ada di Provinsi Riau. Selain itu, Seksi Pencegahan juga melakukan kerjasama dengan pihak yang bersangkutan dengan tema atau konten yang akan disampaikan pada kampanye anti narkoba, seperti pada saat donor darah yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan maka akan melakukan kerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) yang lebih memahami di bidangnya. Seksi Pencegahan juga melakukan berbagai kerjasama dengan pemerintah maupun swasta.
- b. Respon positif dari masyarakat.
- Tingkat kesadaran masyarakat Provinsi Riau sudah mulai meningkat terhadap kasus penyalahgunaan yang terjadi di daerah ini. Meningkatnya kesadaran masyarakat ini juga karena semakin meningkatnya kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. Masyarakat mulai khawatir dengan kasus penyalahgunaan narkoba tersebut, karena dapat dilihat dengan nyata bukti dari bahaya narkoba tersebut. Selain itu juga, banyak penyalahguna yang berasal dari orang terdekat, seperti keluarga ataupun tetangga, sehingga merasa lebih prihatin. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kasus penyalahgunaan tersebut, maka masyarakat sendiri meminta kepada BNNP Riau untuk melakukan berbagai sosialisasi atau kampanye dilingkungan masyarakat tersebut, seperti menjadi Pembina upacara hari senin yang rutin dilakukan oleh setiap sekolah di Provinsi

Riau. Hal ini menjadi peluang untuk Seksi Pencegahan dalam melaksanakan kampanye atau diseminasi informasi P4GN kepada masyarakat Provinsi Riau.

c. Kemajuan dibidang teknologi informasi.

Dengan berkembangnya zaman, maka teknologi semakin canggih diciptakan, terutama dalam bidang informasi dan komunikasi. Ini menjadi peluang yang besar untuk dapat menyebarkan pesan kampanye anti narkoba kepada masyarakat.

4. Threat

Setiap perusahaan, organisasi atau instansi harus memikirkan berbagai ancaman yang berasal dari luar. Pada Seksi Pencegahan BNNP Riau, ancaman tersebut berupa:

a. Kurangnya komitmen dari masyarakat

Tingkat kesadaran masyarakat Provinsi Riau memang sudah mulai meningkat terhadap kasus penyalahgunaan narkoba yang terjadi di Provinsi Riau. Namun komitmen dari masyarakat Provinsi Riau yang kurang dalam

kasus ini. Hanya pada saat awal penyampaian saja mengingat tentang bahaya narkoba tersebut, setelah itu melupakannya. Sehingga Seksi Pencegahan kurang dapat mempengaruhi masyarakat dari kampanye anti narkoba yang dilakukan.

b. Peredaran narkoba Internasional BNNP Riau telah berusaha maksimal untuk dapat mengungkap kasus penyalahgunaan narkoba di Riau.

Akan tetapi, karena letak Provinsi Riau yang dekat dengan luar negeri yaitu Malaysia dan Singapura, peredaran narkoba jaringan internasional sangat sulit untuk dituntaskan,

c. Kurangnya minat pihak lain untuk melanjutkan kerjasama.

Pihak lain misalnya dari PT.Telkomsel dapat kapan saja berhenti bekerjasama dengan BNNP Riau. Selain dari Telkomsel, terdapat banyak perusahaan swasta atau pemerintah yang sekarang bekerjasama dengan BNNP Riau, yang sewaktu-waktu dapat memutus kerjasama tersebut.

d. Menurunnya kepedulian masyarakat dimasa akan datang.

Hal yang ditakutkan pada masa yang akan datang yaitu semakin

meningkatnya kasus penyalahgunaan narkoba, tetapi kepedulian masyarakat menurun.

Kesimpulan

Implementasi manajemen kampanye yang dilakukan oleh Seksi P2M dalam melakukan kampanye atau Diseminasi Informasi P4GN dapat dikatakan sesuai dengan kaidah-kaidah atau teori yang ada, yaitu mulai dari melakukan perencanaan, yang di dalamnya terdapat berbagai aspek seperti menentukan tujuan, strategi, menggunakan media apa saja yang akan digunakan, dan lain sebagainya. Pada pengorganisasian yaitu mengatur setiap panitia untuk dapat menjalankan kegiatan kampanye dengan baik. Tahap penggerakkan yaitu menjalankan berbagai rencana yang telah dibuat sebelumnya. Terakhir yaitu pengawasan atau evaluasi. Semua tahapan dalam manajemen kampanye ini dilakukan oleh Seksi Pencegahan. Namun pada tahap evaluasi Seksi Pencegahan kurang melakukan survei kepada audiens kampanye anti narkoba.

Setiap kegiatan tentunya terdapat berbagai faktor pendukung dan penghambat kegiatan tersebut. Pada kegiatan kampanye atau diseminasi informasi P4GN yang dilakukan oleh Seksi Pencegahan, faktor pendukungnya sebagai berikut : berasal dari eksternal BNNP Riau yaitu

masyarakat Provinsi Riau yang sudah mulai antusias terhadap kasus penyalahgunaan narkoba di Provinsi Riau. Selain itu terdapat kerjasama dengan pihak lain, dan kemajuan dibidang teknologi dan informasi. Sedangkan dari dalam atau internal BNNP Riau yaitu BNNP Riau mempunyai nama baik di masyarakat, selalu tersedianya anggaran untuk kegiatan kampanye, penyusunan timeline kegiatan kampanye yang baik, dan panitia kegiatan yang mudah dikoordinasi. Dari faktor penghambat dari dalam yaitu, kurangnya SDM untuk mengelola dan mempromosikan akun media sosial BNNP Riau, kurang menyesuaikan pesan kampanye dengan audiens, dan kurangnya survei kepada audiens kampanye. Sedangkan faktor penghambat dari luar BNNP Riau yaitu maraknya peredaran narkoba internasional di Provinsi Riau, kurangnya minat dari pihak lain untuk melanjutkan kerjasama, dan menurunnya kepedulian masyarakat dimasa yang akan datang tetapi semakin meningkat kasus penyalahgunaan narkoba.

Dalam melakukan kampanye, diharapkan Seksi P2M meningkatkan kesadaran dalam melakukan manajemen kampanye mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Selain itu juga melakukan survei terhadap audiens pada

setiap kampanye atau diseminasi informasi P4GN.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar mengambil data mengenai manajemen kampanye secara mendalam, mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Penerapan metode kuantitatif juga dipandang perlu dalam penelitian ini untuk mengetahui efektivitas kampanye yang telah dilaksanakan.

Referensi

- (2017, Maret 27). Retrieved April 13, 2017, from Harian Riau: <http://harianriau.co/mobile/detail-berita/9699/kasus-narkotika-di-riau-meningkat-20-persen>
- (2017, Oktober 6). Retrieved Agustus 19, 2018, from Tribun News: <http://www.tribunnews.com/regional/2017/10/06/ini-jaringan-narkoba-internasional-yang-diungkap-di-riau>
- Badrudin. (2013). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Fachmi, I. (2010). *Manajemen Risiko: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fischer, F., Miller, G. J., & Sidney, M. S. (2015). *Analisis Kebijakan Publik, Teori, Politik dan Metode*. (I. Baihaqie, Trans.) Bandung: Nusa Media.
- Nugroho, R. (2006). *Kebijakan Publik untuk Negara-negara Berkembang. Model-model Perumusan, Implementasi, dan Evaluasi*. Jakarta: Gramedia.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen* (10 ed.). (B. Sabran, & D. B. Putera, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Setiyawati. (2015). *Buku Seri Bahaya Narkoba: Upaya Pencegahan dan Penanggulangan Penyalahgunaan Narkoba*. Surakarta: Tirta Asih Jaya.
- Siagian, S. P. (2005). *Fungsi-fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sule, Trisnawati, E., & Saefullah, K. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.