

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan melalui analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional (BNN) Kota Surakarta dalam kampanye Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN) di kalangan anak muda memiliki karakter strategis yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal organisasi.

Dari aspek kekuatan, strategi komunikasi BNN Kota Surakarta didukung oleh segmentasi *audiens* yang jelas, perancangan pesan yang menyesuaikan karakteristik anak muda, pemanfaatan pendekatan pendidik sebaya, penggunaan berbagai saluran komunikasi, serta penguatan identitas positif remaja melalui kegiatan kreatif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BNN Kota Surakarta memiliki kapasitas internal yang relatif kuat dalam menjangkau dan membangun interaksi dengan *audiens* muda.

Di sisi lain, strategi komunikasi tersebut masih menghadapi sejumlah kelemahan, terutama keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia, ketergantungan pada kegiatan sosialisasi berbasis acara, kesulitan mempertahankan perhatian *audiens* anak muda, serta belum tersedianya evaluasi komunikasi yang terstruktur. Kelemahan tersebut berpotensi menghambat jangkauan dan keberlanjutan penyampaian pesan P4GN apabila tidak ditangani secara sistematis.

Berdasarkan faktor eksternal, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan, antara lain tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan anak muda, dukungan institusi pendidikan dan komunitas lokal, berkembangnya konten edukatif berbasis digital, serta peran anak muda

sebagai agen perubahan di lingkungannya. Peluang ini memberikan ruang bagi penguatan strategi komunikasi P4GN secara inovatif dan partisipatif.

Sebaliknya, strategi komunikasi BNN Kota Surakarta juga dihadapkan pada sejumlah ancaman, seperti padatnya arus informasi digital, normalisasi perilaku berisiko di kalangan remaja, stigma terhadap pesan anti-narkoba, pengaruh tekanan kelompok sebaya, serta perubahan tren digital yang berlangsung cepat. Kondisi tersebut menuntut kemampuan adaptasi strategi komunikasi agar pesan P4GN tetap relevan dan diterima oleh *audiens* muda.

Dengan demikian, analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi komunikasi BNN Kota Surakarta berada pada posisi yang memiliki peluang penguatan melalui optimalisasi kekuatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal, sekaligus memerlukan upaya perbaikan untuk mengatasi kelemahan serta menghadapi berbagai ancaman yang ada.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan kesimpulan penelitian, beberapa saran diajukan sebagai berikut:

(a) Optimalisasi kekuatan dan peluang (Strategi SO)

BNN Kota Surakarta disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan pendekatan pendidik sebaya melalui pengembangan konten edukatif yang kreatif, interaktif, dan selaras dengan pola komunikasi anak muda, sehingga pesan P4GN dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas dan berkesinambungan.

(b) Pengurangan kelemahan melalui pemanfaatan peluang (Strategi WO)

Keterbatasan sumber daya dapat diatasi melalui penguatan kolaborasi dengan institusi pendidikan, komunitas pemuda, serta pihak swasta atau media lokal, sehingga pelaksanaan kampanye P4GN tidak hanya bertumpu pada kegiatan berbasis acara, tetapi juga dapat dilakukan secara berkelanjutan.

(c) Pemanfaatan kekuatan untuk menghadapi ancaman (Strategi ST)

Pendekatan komunikasi yang adaptif dan berbasis kedekatan sosial perlu terus dikembangkan untuk menghadapi stigma dan persaingan pesan di ruang digital. Pesan P4GN sebaiknya dikemas dalam narasi positif yang menekankan gaya hidup sehat serta penguatan karakter remaja.

(d) Minimalisasi kelemahan danantisipasi ancaman (Strategi WT)

BNN Kota Surakarta disarankan untuk mengembangkan sistem evaluasi komunikasi yang terstruktur agar perubahan tren digital dan respons *audiens* dapat dipantau secara berkala dan dijadikan dasar penyesuaian strategi komunikasi.

(e) Pengembangan pendekatan analisis

Penelitian mendatang disarankan untuk mengombinasikan analisis SWOT dengan pendekatan lain dalam kajian Ilmu Komunikasi, seperti analisis *framing*, analisis pesan, atau analisis resepsi *audiens*, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

(f) Perluasan subjek dan lokasi penelitian

Penelitian berikutnya dapat memperluas subjek kajian tidak hanya pada anak muda sebagai *audiens*, tetapi juga pada aktor komunikasi lain, seperti pendidik sebaya dan komunitas, serta dilakukan di wilayah yang berbeda agar diperoleh perspektif yang lebih komprehensif.

(g) Pendalaman kajian media digital

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memusatkan perhatian pada strategi komunikasi digital P4GN, mengingat media digital menjadi ruang utama interaksi dan konsumsi informasi bagi generasi muda.