

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang paling sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk penyampaian pesan kepada orang lain. Kegiatan komunikasi dapat dilakukan dalam lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan pekerjaan dan lingkungan sosial. Kegiatan komunikasi dapat menciptakan hubungan yang baik antar manusia karena menciptakan relasi di masa mendatang. Selain itu, komunikasi dapat memberikan pandangan orang lain terhadap citra, sehingga dapat meyakinkan proses komunikasi. Oleh karena itu, komunikasi bermanfaat bagi manusia karena dapat menambah relasi dan membangun citra.

Menurut Thomas M Scheidel (Mulyana, 2007:4) manusia berkomunikasi untuk menyatakan serta menjelaskan identitas diri, membangun kontak sosial dengan orang lain, serta komunikasi juga dapat mempengaruhi orang lain untuk dapat berpikir, merasa, dan berperilaku seperti yang kita harapkan. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi sangat dibutuhkan manusia dalam berkegiatan dan berperilaku. Oleh karena itu, selama melaksanakan kegiatan komunikasi, orang lain akan memberikan tanggapan yang beragam seperti menunjukkan respon verbal, nonverbal serta ekspresi.

Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah instansi, setiap instansi memiliki seseorang yang diandalkan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan fungsinya, fungsi yang dijelaskan tersebut adalah seorang humas atau *Public Relations*. Humas atau *Public Relation* merupakan salah satu peran yang sangat diperlukan suatu instansi sebagai jembatan komunikasi antara institusi dengan masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu. Menurut Ruslan (2005:339) adanya humas dalam instansi pemerintah merupakan sebuah kewajiban secara fungsional beserta operasionalnya yang berupaya menyebarluaskan informasi maupun kegiatan instansi yang ditujukan pada hubungan masyarakat kedalam maupun keluar. Selain itu, keberadaan humas dalam sebuah instansi memiliki peran penting, yaitu menjalin relasi yang baik dengan masyarakat, menciptakan citra baik dan

positif bagi instansi, publikasi kegiatan dan program kerja, serta menyusun strategi yang diperlukan instansi dalam mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, dalam melaksanakan tugasnya humas instansi terkait sangat berperan penting untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan tertentu seperti melaksanakan program kerja terkait.

Seluruh aktifitas yang berhubungan dengan komunikasi tentu saja tidak akan terjadi begitu saja karena proses komunikasi memiliki perencanaan serta manajemen yang matang sehingga proses komunikasi tersebut mampu berjalan dengan efektif. Dalam mempersiapkan strategi, humas harus memikirkan tentang dampak jangka pendek dan jangka panjang selama penerapan strategi humas tersebut. Humas juga harus memikirkan apakah program kerja tersebut memberikan dampak baik atau dampak buruk bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan penyusunan strategi komunikasi oleh humas dalam sebuah instansi.

Humas dalam Instansi Pemerintah harus mempersiapkan strategi secara baik karena strategi tersebut mempengaruhi kualitas, nama baik dan kemampuan instansi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Strategi humas di sebuah instansi dapat berupa kerjasama dengan instansi lain serta melaksanakan berbagai kegiatan program kerja yang berhubungan dengan masyarakat, sehingga hal ini dapat memberikan pandangan positif bagi instansi. Selain itu, humas juga memiliki kewajiban untuk melakukan publikasi atas pelaksanaan kegiatan program kerja tersebut. Publikasi tersebut dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan berbagai *platform* media sosial sehingga apabila terdapat pemberitaan terkait nama instansi, humas wajib untuk memberikan *press release* untuk menanggapi berita tersebut. Menurut Cutlip (2015:203) perencanaan strategi humas meliputi beberapa kegiatan yaitu memberikan keputusan mengenai sasaran serta tujuan suatu program, melakukan identifikasi target dari masyarakat, menetapkan sebuah kebijakan untuk menentukan strategi yang akan digunakan, memutuskan strategi yang akan digunakan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Humas Badan Narkotika Nasional Kota Surakarta (BNNK Surakarta) memiliki berbagai program kerja yang harus dilaksanakan. Sebelum pelaksanaan program kerja tersebut, humas BNNK Surakarta harus merancang strategi terkait dengan kepentingan BNNK Surakarta. Tujuan perencanaan strategi humas tersebut

yaitu, sebagai pedoman penunjuk susunan program kerja dan menunjukkan operasionalisasinya. Salah satu program kerja yang dilaksanakan tersebut adalah membuka rekrutmen bagi pelajar sekolah menengah (SMA/SMK) di Surakarta untuk menjadi *Duta Genre* atau *Agent of Change* (AOC) setiap tahunnya.

Agent of Change (AOC) merupakan salah satu program kerja yang telah direncanakan oleh BNNK Surakarta agar dapat mengedukasi generasi muda tentang bahaya narkoba dan zat adiktif lainnya. Program kerja ini mempermudah bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) terutama penyuluh dalam melakukan sosialisasi dan edukasi pada siswa sekolah dan generasi muda mengenai bahaya narkoba dan zat adiktif lainnya. Selain memberikan edukasi bagi generasi muda dan siswa di lingkungan sekolah, adanya program kerja tersebut memudahkan humas BNNK Surakarta untuk menjalin relasi dengan berbagai sekolah karena adanya pelajar yang ikut serta dalam kegiatan rekrutmen tersebut. Pelajar yang ikut serta dalam kegiatan rekrutmen tersebut berdampak baik terhadap lingkungan sekolah karena dapat memberikan edukasi terhadap pelajar lain mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba.

Berdasarkan observasi awal, humas BNNK sudah menerapkan kegiatan *Agent of Change* (AOC) dengan baik. Hal ini dapat dijelaskan melalui hasil pengamatan terhadap siswa yang menjadi Duta Genre dalam rekrutmen *Agent of Change* (AOC) tersebut melalui berbagai kegiatan penyuluhan dan sosialisasi. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Duta Genre tersebut adalah ikut serta dalam kegiatan penyuluhan, sosialisasi, seminar, dan narasumber di beberapa saluran radio di Kota Surakarta mengenai bahaya narkoba pada kesehatan manusia.



Gambar 1.1 Perwakilan Agent of Change di CNS Radio

Dengan demikian, penelitian ini memfokuskan pembahasan pada strategi humas BNNK Surakarta pada Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) dengan rekrutmen pelajar SMA atau SMK menjadi Duta Genre dan *Agent of Change* (AOC) di Kota Surakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Humas BNNK Surakarta dalam mempersiapkan program kerja Rekrutmen *Agent of Change* (AOC) pada pelajar SMA dan SMK di Kota Surakarta?

1.3 Tujuan

Menjelaskan penerapan strategi Humas BNNK Surakarta dalam mempersiapkan dan menjalankan program kerja edukasi masyarakat terutama generasi muda dengan melaksanakan rekrutmen pelajar SMA dan SMK di Kota Surakarta menjadi *Agent of Change* (AOC).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis :

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan mahasiswa Ilmu Komunikasi terkhusus dalam bidang Humas atau Public Relation di sebuah instansi atau perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna dan

menjadi referensi bagi pembaca dalam penelitian studi Strategi Humas di instansi pemerintah lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis :

Hasil penelitian ini merupakan gambaran penerapan strategi Humas BNNK Surakarta dalam pelaksanaan program kerja rekrutmen Agent of Change (AOC) yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi BNNK Surakarta dalam menerapkan Strategi Humas yang telah dilaksanakan.

