

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul Kampanye *Public Relations* Instansi Pemerintah Dalam Menedukasi Masyarakat Mengenai Anti Narkoba (Studi Deskriptif Mengenai Kampanye *Public Relations* Badan Narkotika Nasional Provinsi (Bnnp) Jawa Barat Dalam Menedukasi Remaja Kota Bandung Mengenai Anti Narkoba) yang dibuat untuk memenuhi persyaratan menempuh Ujian Akhir Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Desain Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah dipublikasikan di lingkungan Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia maupun di Perguruan Tinggi atau Instansi mana pun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bandung, Agustus 2024

Peneliti


Anjeli Larassati

9882405120311043

ABSTRAK

Kampanye anti narkoba adalah upaya edukasi mengenai narkoba untuk remaja di sekolah-sekolah Kota Bandung agar terhindari dari penyalahgunaan narkoba. Masalah narkoba merupakan permasalahan yang memerlukan penanganan secara serius maka dari itu penelitian ini berfokus pada kampanye anti narkoba yang dilaksanakan oleh *public relations* Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Jawa Barat Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi, perencanaan, pelaksanaan, serta hambatan yang dihadapi dalam upaya menyampaikan pesan anti narkoba kepada remaja di sekolah-sekolah Kota Bandung, serta melalui media online. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, mengumpulkan data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder dari buku, skripsi, dan sumber online. Informan dipilih secara *purposive sampling*, dan triangulasi sumber digunakan untuk keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini mengandalkan strategi tatap muka di lingkungan sekolah untuk membangun hubungan yang lebih personal dan kredibel dengan audiens, sementara media online digunakan untuk menjangkau remaja yang lebih luas. Meskipun kampanye *public relations* BNNP Jawa Barat berhasil dalam beberapa aspek, terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi selama pelaksanaannya seperti, terbatasnya anggaran kampanye, pengaruh negatif teman sebaya, kurangnya metode dan inovasi kampanye, penyebaran hoaks melalui media online, dan rendahnya literasi digital

Kata Kunci: Kampanye anti narkoba, Narkoba, Perencanaan Kampanye, *Public Relations*, BNNP Jawa Barat.