

## Hubungan Ideologically or Cause Oriented Campaign Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dengan Sikap Siswa SMK Bandung

<sup>1</sup> Emira Apriliyanti, <sup>2</sup> Ani Yuningsih

<sup>1,2</sup> Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Taman Sari No. 1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup> [emyradote@gmail.com](mailto:emyradote@gmail.com), <sup>2</sup> [yuningsihani@yahoo.com](mailto:yuningsihani@yahoo.com)

**Abstract.** Drugs is a dangerous substance that are capable to damage the nation's next generations of such as high school students. National Narcotics Agency of West Java Province trying to do the prevention with counseling campaign to high school students to be aware of the danger and impact of drugs in the future. Based on these, researcher interested to conduct research as a purpose to determine the relationship between ideologically or cause oriented campaign with the attitude of the students SMK Bandung about counseling by National Narcotics Agency of West Java Province. The method of this research is correlational, with respondents the students of SMKN 4 Bandung. The theory used is Elaboration Likelihood Model theory. Indicator variable X (ideologically or cause oriented campaign), the content of the message and the credibility of the communicator. While the variable Y (attitude), are cognitive, affective, and psychomotor. The results of this research indicate that there is a significant relationship between ideologically or cause oriented campaign with the attitude of the students of SMK Negeri 4 Bandung to counseling campaign conducted by National Narcotics Agency of West Java Province.

**Key Words** : ELM Theory, Ideologically or cause oriented campaign, Attitude

**Abstrak.** Narkoba merupakan jenis obat atau zat berbahaya yang mampu merusak generasi penerus bangsa diantaranya pelajar SLTA. BNN Provinsi Jawa Barat berupaya melakukan pencegahan dengan kampanye penyuluhan kepada pelajar SLTA agar sadar bahaya dan dampak narkoba di masa depan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan mengetahui bagaimana hubungan antara *ideologically or cause oriented campaign* dengan sikap siswa SMK Negeri 4 Bandung terhadap penyuluhan yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional, dengan responden siswa SMK Negeri 4 Bandung. Teori yang digunakan adalah Teori Elaboration Likelihood Model (ELM). Indikator variabel X (Ideologically or cause oriented campaign), yaitu isi pesan dan kredibilitas komunikator. Sedangkan variabel Y (sikap), yaitu kognisi, afeksi, dan psikomotorik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *ideologically or cause oriented campaign* dengan sikap siswa SMK Negeri 4 Bandung terhadap penyuluhan yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat.

**Kata Kunci** : Teori ELM, Ideologically or cause oriented campaign, sikap

### A. Pendahuluan

Kampanye *Public Relations* adalah kegiatan penyampaian pesan kepada khalayak untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan serta motivasi agar tercipta suatu persepsi atau opini publik yang baik terhadap suatu lembaga atau perusahaan. Kampanye memiliki 3 (tiga) jenis yaitu *product oriented campaign*, kampanye ini berorientasi kepada produk, *candidate oriented campaign*, kampanye yang biasa digunakan untuk kepentingan politik, dan *ideologically or cause oriented campaign*, kampanye yang bersifat non komersil dan mengharapkan perubahan sosial.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat menerapkan *ideologically or cause oriented campaign* dalam upayanya untuk pencegahan terhadap bahaya dan dampak narkoba di lingkungan masyarakat. Kampanye yang dilakukan ialah penyuluhan kepada instansi, lembaga, pelajar, dan masyarakat.

Berdasarkan sumber Direktorat Tindak Pidana Narkoba Bareskrim Polri, Maret 2013, grafik jumlah tersangka kasus narkoba berdasarkan tingkat pendidikan ditahun 2008-2012 pada tingkat pendidikan SLTA mendapati jumlah terbesar dibandingkan dengan tingkat pendidikan SD, SLTP dan Perguruan Tinggi. Namun, pada tingkat grafik sejauh tahun 2008-2012 jumlah tersangka narkoba di kalangan SLTA mengalami penurunan. Pada tahun 2008 jumlah tersangka sebanyak 28.479, tahun 2009 sebanyak 24.326, tahun 2010 sebanyak 20.217, tahun 2011 sebanyak 20.398 dan tahun 2012 jumlah tersangka narkoba sebanyak 19.633.<sup>1</sup>

Berdasarkan hal tersebut, dilakukan penelitian untuk menguji teori ELM (*elaboration likelihood model*) terhadap fenomena mengenai kasus narkoba yang terjadi dikalangan pelajar tingkat SLTA. Bagaimana hubungan yang terjadi antara upaya yang telah dilakukan Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat melalui penyuluhan dengan perubahan sikap siswa SMK.

## B. Landasan Teori

Menurut Frank Jefkins *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian” (Jefkins, 2002: 10). Kampanye merupakan upaya terencana untuk mempengaruhi opini, perilaku, sikap, dan pengetahuan publik atas beberapa tujuan, orang, lembaga, atau topik tertentu dengan menggunakan media yang berbeda selama jangka waktu yang spesifik. Jenis kampanye yang utama adalah iklan, politik, informasi publik, dan penggalangan dana. Kampanye publik biasanya diarahkan pada tujuan yang disetujui secara sosial. Mereka acap kali didasarkan pada penelitian dan tunduk pada evaluasi kesuksesan. (Sobur, 2014 : 336)

**Teori Elaboration Likelihood Model (ELM).** Griffin, 2003 dalam bukunya *A First Look At Communication Theory Fifth Edition* menjelaskan Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk pertama kalinya dikembangkan oleh Richard E Petty dan John T. Cacioppo, pakar komunikasi persuasif dari Ohio State University AS, pada tahun 1980. Asumsi yang mendasari teori ini ialah bahwa orang dapat memroses pesan persuasif dengan cara yang berbeda. Pada satu situasi kita menilai sebuah pesan secara mendalam atau melalui isi pesan, dan pada situasi lain kita menilai pesan sambil lalu saja tanpa mempertimbangkan argumen yang mendasari isi pesan tersebut atau melalui kredibilitas komunikator. (Venus, 2012 : 121)

**Isi pesan sebagai indikator variabel X<sub>1</sub>.** Applbaum dan Anatol (1974) menekankan pentingnya menyadari bahwa kegiatan kampanye mengandalkan pesan-pesan simbolis. Bettinghaus (1973); Applbaum & Anatol (1976); Shimp & Delozier (1986) serta Johnston (1994), setidaknya ada dua aspek penting yang harus diperhatikan yakni isi pesan dan struktur pesan.” (Venus, 20012 : 71)

**Kredibilitas sebagai indikator variabel X<sub>2</sub>.** Hovland, Jnis & Kelly (Windahl, Signitizer & Olso, 1983) menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas komunikator, yaitu keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik fisik. (Venus, 2012 : 57)

**Sikap sebagai indikator Variabel Y.** Kothandapani (dalam Middlebrook, 1974) merumuskan ketiga komponen sikap sebagai komponen kognitif (kepercayaan), emosional (perasaan), dan perilaku (tindakan). (Azwar, 1995 : 24)

---

<sup>1</sup>Jurnal Data Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN) Tahun 2012 Tahun 2013.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji hipotesis dan analisis data menggunakan perhitungan statistik dengan software SPSS 17. Pada penelitian, uji hipotesis menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana.

#### $X_1 - Y_1$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$  : Tidak Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_1$  dan  $Y_1$

Korelasi $X_1 - Y_1$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	3.213	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$3.213 > 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan df = N-2 = 80 - 2 = 78)

#### $X_1 - Y_2$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$ : Tidak Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_1$  dan  $Y_2$

Korelasi $X_1 - Y_2$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	2.532	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$2.532 > 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan df = N-2 = 80 - 2 = 78)

#### $X_1 - Y_3$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$ : Tidak Terdapat hubungan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_1$  dan  $Y_3$ 

Korelasi $X_1 - Y_3$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	1.085	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$1.085 < 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan  $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$ )

### $X_2 - Y_1$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi padasiswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$ : Tidak Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_2$  dan  $Y_1$ 

Korelasi $X_2 - Y_1$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	6.553	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$6.553 > 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan  $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$ )

### $X_2 - Y_2$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi padasiswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$ : Tidak Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_2$  dan  $Y_2$ 

Korelasi $X_2 - Y_2$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	3.483	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$3.483 > 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan df = N-2 = 80 - 2 = 78)

$X_2 - Y_3$

$H_1$  : Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik padasiswa SMK Negeri 4 Bandung

$H_0$ : Tidak Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Hubungan  $X_2$  dan  $Y_3$

Korelasi $X_1 - Y_2$		Hasil	Kesimpulan
$t_{hitung}^*$	2.484	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam <i>ideologically or cause oriented campaign</i> dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung
$t_{tabel}^{**}$	1.665	$2.484 > 1.665$	

\* Hasil perhitungan *software* SPSS versi 17.0 S

\*\*Harga t tabel untuk taraf kesalahan 5% dengan N = 80 diperoleh 1.665 (lihat t tabel, dengan df = N-2 = 80 - 2 = 78)

#### D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai hubungan antara *ideologically or cause oriented campaign* dengan sikap siswa SMK Negeri 4 Bandung, diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan. Artinya, *ideologically or cause oriented campaign* yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat dapat memberikan kesadaran kepada siswa SMK Negeri 4 Bandung tentang bahaya dan dampak narkoba. *Ideologically or cause oriented campaign* ini merupakan kampanye yang bersifat non komersil dan berorientasi kepada perubahan sikap.

Terbukti dari hasil analisis statistik, bahwa penyuluhan yang dilakukan BNN Provinsi Jawa Barat dapat menumbuhkan kesadaran siswa SMK Negeri 4 Bandung melalui isi pesan dan kredibilitas komunikator.

Hubungan yang terjadi adalah hubungan positif, yang artinya jika variabel X mengalami kenaikan 1%, maka variabel Y mengalami penambahan nilai sebesar 0.350 sesuai dengan hasil analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana. Melihat hasil bahwa kesadaran siswa SMK Negeri 4 Bandung terhadap bahaya dan dampak narkoba berada pada kategori baik/positif, maka penyuluhan yang dilakukan BNN Provinsi Jawa Barat cukup berhasil dalam mempengaruhi perubahan sikap siswa. Keberhasilan tersebut menandakan bahwa teori *elaboration likelihood model* telah berhasil, karena pesan yang disampaikan melalui penyuluhan oleh BNN Provinsi Jawa Barat mampu diterapkan oleh siswa sehingga menghasilkan perubahan untuk tidak terjerumus narkoba. Dalam hasil statistik uji regresi sederhana terdapat t hitung lebih kecil dari t tabel yang artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dengan psikomotorik siswa. Hasil tersebut berarti menunjukkan bahwa tingkat kualitas argumen pesan belum cukup kuat untuk memberikan perubahan sikap pada siswa untuk masuk pada tahap pengaplikasian menjauhi narkoba.

Kesadaran siswa yang timbul untuk melakukan perubahan sikap dalam menjauhkan diri dari narkoba melalui 2 (dua) jalur pada teori *elaboration likelihood model* yaitu jalur sentral dan periferal. Dimana suatu pesan diterima melalui kemampuan mengolah informasi yang tinggi sehingga pesan tersebut yang mempengaruhi sikap siswa SMK Negeri 4 Bandung. Sedangkan jalur periferal, dimana suatu pesan diterima karena kemampuan mengolah pesan yang rendah sehingga kredibilitas komunikator yang mempengaruhi perubahan sikap pada siswa. Tidak menutup kemungkinan sulitnya mengolah pesan karena adanya faktor lain yang kurang relevan, Menurut Brehm & Kassin (1990), konsep Petty & Cacioppo tampak pula bahwa sekalipun pilihan jalur sentral dan periferal yang dilakukan individu dipengaruhi oleh makna dan kebagusan pesan akan tetapi dapat juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kurang relevansinya. (Azwar, 1995 : 69)

### E. Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian mengenai hubungan antara *ideologically or cause oriented campaign* Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Barat dengan Sikap Siswa SMK Bandung dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.
3. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan kognisi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.
5. Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan afeksi pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.
6. Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator dalam *ideologically or cause oriented campaign* dengan psikomotorik pada siswa SMK Negeri 4 Bandung.

### Daftar Pustaka

- \_\_\_\_\_. Agung Edy Wibowo. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta ; Gava Media.
- \_\_\_\_\_. Azwar, Saifuddin. 1995. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar Offset
- \_\_\_\_\_. Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations* (edisi kelima). Jakarta ; Erlangga.
- \_\_\_\_\_. Sobur, Alex. 2014. *Ensiklopedi Komunikasi*. Bandung ; Simbiosis Rekatama Media
- \_\_\_\_\_. Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Edisi Ke-4*. Bandung; Simbiosis Rekatama Media.