

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Rima Fitria Fadilla

20140530057

Strategi Kampanye Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Kampanye Anti Narkoba Melalui Pagelaran Seni dan Budaya Periode 2015-2017)

Tahun Skripsi: 2018 + 208 hal + 9 Tabel + 1 Bagan + 2 Grafik + 19 Gambar

Daftar Pustaka: 16 buku (Tahun 1992-2015) + 1 Jurnal+ 2 Skripsi + 9 Internet

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis tentang strategi kampanye anti narkoba yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (BNNP DIY), melalui pendekatan seni dan budaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi kampanye anti narkoba melalui pagelaran seni dan budaya yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta periode 2015-2017.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini berlokasi di Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (BNNP DIY). Sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan informan, dokumen, dan foto dokumentasi. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye anti narkoba melalui pagelaran seni dan budaya yang dilakukan oleh BNNP DIY pada Tahun 2015-2017 merupakan salah satu strategi kampanye yang unik, sehingga berbeda dengan kegiatan-kegiatan kampanye anti narkoba lainnya. BNNP DIY melibatkan pelaku seni sebagai komunikator kampanye anti narkoba, dan menjadi ciri khas dari kegiatan kampanye anti narkoba melalui pagelaran seni dan budaya. Namun kelemahan dari kegiatan kampanye anti narkoba melalui pagelaran seni dan budaya periode 2015-2017 yaitu terletak pada publikasi kegiatan yang perlu di evaluasi lebih lanjut, dan belum memiliki indikator keberhasilan yang jelas.

Kata Kunci: Strategi, Kampanye *Public Relations*, Seni Budaya

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Sciences Department

Public Relations Concentration

Rima Fitria Fadilla

20140530057

Anti Drugs Campaign Strategy by National Narcotics Agency of Yogyakarta Special Region Province (Case Study of Anti Drugs Campaign through Art and Culture on Period 2015-2017)

Year of Thesis:2018+ 208 pages + 9 Tables + 1 Chart + 2 Graphics + 19 Pictures

References:16 books (Year 1992-2015)+1 Journal+2 Thesis+9 Internet sources

This research is a study that analyzes the strategy of anti-drug campaign conducted by National Narcotics Agency of Yogyakarta Special Region Province (BNNP DIY), through arts and cultural approach. The purpose of this study is to describe the strategy of anti-drug campaign through art and cultural performances conducted by the National Narcotics Agency of the Province of Yogyakarta Special Region Province on period 2015-2017.

The research method and type used in this study are qualitative research method and case study type. This research is located in the National Narcotics Agency of Yogyakarta Special Region Province (BNNP DIY) office. The sources of research data are derived from interviews with informants, documents, and photos documentation. The data validity test used triangulation sources, which are comparing and checking back the degree of confidence on information obtained through different times and tools in the qualitative methods.

The results of this research shows that the anti-drug campaign strategy through art performance and culture held by BNNP DIY in 2015-2017 are one of the unique campaign strategy, contrary/ different to the anti-campaign activities other drugs. BNNP DIY involving perpetrators of art as the anti drug campaign communicators, and became the hallmark of the anti drug campaign activities through arts and cultural performances. But the weakness of the anti drug campaign activities through cultural and artistic performances of the period 2015-2017 are the publication activities that need further evaluation, and does not have a clear success indicators yet.

Keyword: Strategies, Public Relations Champaign, Art and Cultural Performance