

**Strategi Pemasaran Sosial Badan Narkotika Nasional Propinsi Daerah Istimewa  
Yogyakarta Terkait Pencegahan Narkoba di Kalangan Mahasiswa Tahun 2016**

*Social Marketing Strategy Of The National Narcotics Agency Of The Special  
Region Of Yogyakarta Related To The Prevention Of Narcotics in Students in 2016*

**Skripsi**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar  
Kesarjanaan Strata 1 (S-1)**



**Disusun Oleh :**

**ABDUL AZIZ**

**20120530066**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

**i**

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdul Aziz

NIM : 20120530066

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Kosentrasi : Public Relations

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang diktip maupun dirujuk telah saya yatakan dengan benar. Apabila dikemuaia hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak dari karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Penulis

Abdul Aziz

## **MOTTO**

**“Hai Orang-Orang Yang Beriman, Mintalah Pertolongan Dengan Sabar Dan  
Salat, Sesungguhnya Alah Beserta Orang-Orang Yang Sabar”**

**( QS. AL-Baqarah:153 )**

**“Jangan Cuma Karena Tidak Berjalan Sesuai Dengan Apa Yang Anda  
Rencanakan, Sesuatu Dianggap Tidak Berguna”**

**( Thomas A. Edison )**

**“Kesalahan Terbesar Yang Pernah Dibuat Seseorang Adalah Takut Membuat  
Kesalahan”**

**( Elbert Hubbard )**

**“Janganlah Bandingkan Proses Mu Dengan Orang Lain, Karena Tidak Semua  
Bunga Tumbuh Bersama Dan Mekar”**

**( kata mutiara )**

## **KATA PENGANTAR**

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang pencipta alam semesta atas rahmat dan hidayah-NYA, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik setelah melalui masa-masa yang cukup menguji kesabaran, ketahanan mental dan fisik penulis sebagai manusia biasa. Selain atas izin Allah Yang Maha Kuasa, penulis juga dibimbing, didukung serta dibantu oleh seluruh komunitas UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibuk Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah sudi meluangkan waktu untuk membimbing dengan suasana yang sangat nyaman, memberikan arahan, bimbingan, kesabaran, jalan keluar, nasehat, serta masukan sehingga dapat mencapai kualitas isi yang baik.
2. Ibuk Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM., Ph.D., sebagai dosen penguji yang juga telah memberikan kritik, saran, masukan dan bantuan dalam merevisi kembali tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si., juga sebagai Dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik, saran serta masukan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya dan tpat pada waktunya.
4. Terimakasih kepada pak Jono dan pak Mur, Mbak Siti dan seluruh staf Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak berjasa dalam membantu di bagian administrasi kemahasiswaan.
5. Segenap keluarga besar UMY terutama seluruh keluarga besar IK B dan teman-teman yang selalu mendukung dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis dengan berbesar hati sangat menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu penulis dengan kerendahatan hati menerima segala kritik dan saran untuk menjadi bahan pertimbangan dalam penyempurnaan Skripsi ini sehingga dapat menjadi masukan dalam penulisan berikutnya.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dalam dunia Ilmu Pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi khususnya Public Relations.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 07 Desember 2018

Penyusun

Abdul Aziz

## **KATA PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada ALLAH SWT atas segala Karunia, Rahmat dan Hidayah\_Mu sehingga saya diberi kekuatan dan kesabaran, sehingga terselesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini saya dibantu oleh berbagai pihak yang berandil besar dalam kehidupan saya, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih untuk semua yang telah mendukung dan membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik, pihak-pihak tersebut diantaranya:

1. Terimakasih Bapak Syafruddin Ehsan (oba) dan Ibu Masyitah (omak) tercinta, kedua orangtua yang telah menjaga, merawat dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang dan perjuangan yang luar biasa, hingga saat ini saya bisa mendapatkan gelar Sarjana. Ini adalah kado untuk Bapak dan Ibuku tecinta. Semoga bisa sedikit mengobati lelah tubuh mereka yang mulai tua, menjelaskan sedikit pandangan mereka yang mulai agak rabun, dan memberikan sedikit senyuman dibibir mereka yang lama tak tersenyum olehku. Terimakasih untuk tak pernah lelah menesehati saya, terimakasih untuk semua kepercayaan yang kalian berikan, terimakasih atas doa yang selalu kalian panjatkan setiap waktu sehingga tetesan air mata pun ikut mengalir untuk anakmu ini, dan maaf terlalu banyak air mata yang jatuh karena proses perjuangan ini, semoga allah akan membalas semua kebaikan yang pernah kalian ciptakan.
2. Terimakasih untuk kakak dan adikku tersayang Nurfadilah dan Nurul Jannah yang selalu memberikan dukungan dan semangat melalui rasa rindu yang kalian ciptakan selama proses perjuangan ini.
3. Terimakasih untuk Reni Evita istri tercinta yang selalu ada untuk membantu 24 jam, terimakasih atas semangatnya, dukungannya, sarapannya, makan siangya, makan malamnya, dan baju-baju rapinya sehingga calon ayah dari anak-anakmu ini bisa mendapatkan gelar S1.

4. Terimakasih kepada HIPMAKER Yogyakarta dan ABSRAK melayu petalangan yang telah banyak mengajarkan ilmu organisasi dan telah menganggap saya sebagai anggota keluarga selama diperantauan yang mungkin tak bisa saya sebut satu persatu nama anggotanya.
5. Terimakasih kepada teman kecil beserta sahabat-sahabat saya suprizal, muhamad nurzen, jezi firnanda, bagus setiadi, arifki, rudi sadewa, mundri gunawan, dan artis ario saputra yang selalu memecahkan kebuntuan dalam kehidupan dan memotifasi untuk tetap bermimpi setinggi-tinginya.

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi *Public Relations***  
**Abdul Aziz ( 20120530066 )**

**Dengan Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Sosial Badan Narkotika Nasional  
Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Terkait Pencegahan Narkoba di  
Kalangan Mahasiswa Tahun 2016**

Tahun Skripsi : 2018 + 111 Hal + 9 Table + 3 Gambar

Daftar Pustaka : 13 Buku + 3 Skripsi + 2 Sumber Internet + 1 Dokumen Instansi + 3 Wawancara

Tahun 2016 terdapat data pernah pakai penyalahgunaan narkoba pada pelajar dan mahasiswa di Provinsi DIY menduduki peringkat tertinggi dengan prevalensi 6,6%, angka prevalensi setahun pakai penyalahgunaan narkoba pada pelajar dan mahasiswa di Provinsi DIY tahun 2016 menduduki peringkat kedua setelah DKI Jakarta dengan prevalensi 2,8%. (Puslitdatin BNN RI). Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BNNP menggunakan strategi pemasaran sosial dengan konsep 4P yang dikenal dengan *marketing mix*, diantaranya *product* (Stop narkoba), *price* (anggaran biaya) , *place* (Tempat pelaksanaan program) , dan *promotion* (promosi program menggunakan berbagai media)” penambahan 2P yaitu *parthnership* (mitra kerja) dan *policy* (kebijakan pelaksanaan program). Strategi dalam pengimplementasian program kegiatan dilakukan dengan 2 cara, secara deseminasi informasi P4GN melalui karya seni, melaksanakan sosialisasi, kampanye, penyuluhan terhadap mahasiswa, sedangkan advokasi P4GN melaksanakan pembentukan kader, satgas anti narkoba, jambore penguat kerjasama terhadap kader mahasiswa. Menggunakan media langsung (*face to face*) seperti pentas seni, pameran, sosialisasi peserta dari 20 kampus, pembentukan kader, satgas anti narkoba, jambore. Media elektronik melalui TV lokal (Reksa Birama TV, Jogja TV), Radio Lokal (Yasika FM, Sasando FM, Global FM). Media Massa (Koran Bernas Jogja). Media Sosial (facebook, Tweeter, Instagram) dibantu dengan atribut seperti baliho, pamphlet, stiker stop narkoba. Peneliti menyimpulkan hasil penelitian bahwa strategi pemasaran sosial dilihat dari media sosial kurang efektif dan efisien karena informasi yang di share ke facebook maupun instagram hanya mebagikan foto pelaksanaan kegiatan sehingga kurang mendapat perhatian dari khalayak.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Sosial, Pencegahan Narkoba



## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**  
**Faculty of Social Science and Political Science**  
**Department of Communication**  
**Public Relations Concentration**  
**Abdul Aziz (20120530066)**

**With Thesis Title : Social Marketing Strategy of the National Narcotics Agency of the Special Region of Yogyakarta Related to the Prevention of Narcotics in Students in 2016**

Thesis Year: 2018 + 111 Pages + 9 Tables + 3 Pictures

Bibliography: 13 Books + 3 Thesis + 2 Internet Resources + 1 Institution Document + 3 Interviews

According to the head of the National Narcotics Board of the Republic of Indonesia, in 2016, drug abuse among students in DIY Province ranked highest with a prevalence of 6.6%. prevalence in a year for drug abuse in students in DIY Province in 2016 was ranked second after DKI Jakarta with a prevalence of 2.8%. This research uses descriptive qualitative method by collecting data through interviews, observation, documentation. The results of this study indicate that BNNP uses social marketing strategies with the 4P concept known as the marketing mix, including product (Stop drugs), price (budget), place (place of program implementation), and promotion (program promotion using various media) "additions 2P namely parthnership (work partner) and policy (program implementation policy). The strategies in implementing the program are carried out in two ways, through the dissemination of P4GN information through works of art, conducting socialization, campaigns, counseling to students, while the P4GN advocacy implements the formation of cadres, anti-drug task force, jamboree to strengthen cooperation with student cadres. Direct media used are (face to face) such as art performances, exhibitions, socialization of participants from 20 campuses, formation of cadres, satgas anti-narkoba and jamboree. while the electronic media used is local TV (Mutual Birama TV, Jogja TV), Local Radio (Yasika FM, Sasando FM, Global FM). Mass Media (Jogja Bernas Newspaper). The use of Social Media (Facebook, Tweeter, Instagram) is assisted with attributes such as billboards, pamphlets, stop drug stickers. The researcher concludes the results of the study that social marketing strategies seen from social media are less effective and efficient because the information shared with Facebook and Instagram only distributes photos of the implementation of activities so that they receive less attention from the public.

Keywords: Social Marketing Strategy, Prevention of Drugs

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
MOTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
KATA PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
1. Definisi Pemasaran Sosial .....	7
2. Tahap-Tahap Pemasaran Sosial .....	8
3. Elemen-Element Pemasaran Sosial .....	13
F. Penelitian Terdahulu .....	26
G. Metode Penelitian .....	27

1. Jenis Penelitian .....	27
2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3. Obyek Penelitian .....	29
4. Teknik Pengumpulan Data .....	29
5. Teknik Analisa Data .....	32
H. Sistematika Penulisan .....	36
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Sejarah BNNP DIY .....	37
B. Visi BNNP DIY .....	41
C. Misi BNNP DIY .....	42
D. Tugas BNNP DIY .....	42
E. Fungsi BNNP DIY .....	43
F. Struktur Organisasi BNNP DIY .....	44
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Penyajian Data .....	48
1. Strategi Pemasaran Sosial .....	50
2. Perencanaan Pemasaran Sosial .....	54
3. Implementasi Program Kegiatan Terkait Pencegahan Narkoba di Kalangan Mahasiswa.....	77
B. Pembahasan .....	90
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	110

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengguna Narkoba di Indonesia Berdasarkan Provinsi .....	3
Tabel 1.2. Trend Penyalahgunaan Narkoba (Umur 10-59 Tahun) Provinsi DIY Tahun 2011-2015 .....	4
Tabel 3.1. Deseminasi Informasi P4GN Melalui Karya Seni Budaya .....	77
Tabel 3.2. Deseminasi Informasi P4GN Melalui Media Elektronik .....	78
Tabel 3.3. Deseminasi P4GN Melalui Media Massa .....	79
Tabel 3.4. Deseminasi P4GN Melalui Pameran .....	80
Tabel 3.5. FGD Dalam Rangka Sosialisasi P4GN Kepada Mahasiswa Dilaksanakan Di 7 Kampus .....	81
Tabel 3.6. Pemberdayaan Kader Penyuluh Anti Narkoba di Lingkungan Mahasiswa .....	82
Tabel 3.7. Peran Kampus dalam Pembentukan Satgas Anti Narkoba di Lingkungan Kampus .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kecenderungan Angka Prevalensi Pernah dan Setahun Pakai Penyalahgunaan Narkoba Pada Pelajar dan Mahasiswa di Provinsi DIY Tahun 2016 .....	5
Gambar 2.1. Struktur Organisasi BNN Provinsi DI Yogyakarta .....	45
Gambar 3.1. Pemetaan Daerah Rawan Narkoba .....	55