



**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN LOGO KAMPANYE 'STOP
NARKOBA' BNN TERHADAP SIKAP MASYARAKAT
UNTUK MENJAUHI NARKOBA
(Survei Dilakukan pada Pengguna Halte Busway TransJakarta di
Kp.Rambutan)**

SKRIPSI

DIAJENG PUTRI

1310411155

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2017



**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN LOGO KAMPANYE ‘STOP
NARKOBA’ BNN TERHADAP SIKAP MASYARAKAT
UNTUK MENJAUHI NARKOBA
(Survei Dilakukan pada Pengguna Halte Busway TransJakarta di
Kp.Rambutan)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

DIAJENG PUTRI

1310411155

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Diajeng Putri
NRP : 1310411155
Tanggal : 26 Januari 2017

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Januari 2017

Yang Menyatakan.



(Diajeng Putri)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diajeng Putri
NRP : 1310411155
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Efektivitas Penggunaan Logo Kampanye ‘Stop Narkoba’ BNN terhadap Sikap Masyarakat untuk Menjauhi Narkoba (Survei Dilakukan pada Pengguna Halte Busway TransJakarta di Kp.Rambutan)

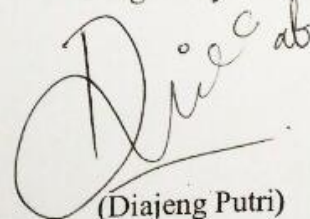
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Januari 2017

Yang Menyatakan,



(Diajeng Putri)

PENGESAHAN

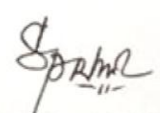
Skripsi diajukan oleh :

Nama : Diajeng Putri
NRP : 1310411155
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan Logo Kampanye 'Stop Narkoba'
BNN Terhadap Sikap Masyarakat Untuk Menjauhi
Narkoba (Survei Dilakukan pada Pengguna Halte Busway
TransJakarta di Kp.Rambutan)

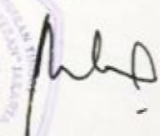
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.


Dra. Masayu S Hanim, M.Si.

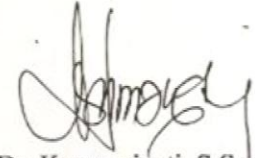
Ketua Penguji


Drs. Supratman, M.Si.

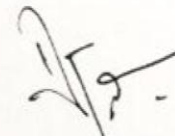
Penguji I


Dr. Fredy B.L. Tobing

Dekan


Dr. Kusumajanti, S.Sos

Penguji II (Pembimbing)


Damayanti, S.Sos, M.Si.

Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Januari 2017

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN LOGO KAMPANYE ‘STOP
NARKOBA’ BNN TERHADAP SIKAP MASYARAKAT
UNTUK MENJAUHI NARKOBA**
(Survei dilakukan pada pengguna Halte Busway TransJakarta di
Kp.Rambutan)

Diajeng Putri

Abstrak

Latar Belakang Penelitian Humas BNN menciptakan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ sebagai sarana komunikasi non verbal. Pesan dalam logo tersebut dapat diingat oleh masyarakat yang melihat logo tersebut. **Tujuan Penelitian** adalah untuk mengukur Seberapa Besar Efektivitas Penggunaan Logo Kampanye ‘Stop Narkoba’ BNN terhadap Sikap Masyarakat untuk Menjauhi Narkoba. **Kajian Teoritis** yang digunakan adalah Efektivitas Logo, Jenis Logo, Sikap, Masyarakat, Kampanye dan Narkoba. **Jenis Penelitian** yang digunakan pendekatan *Mix-method*, yaitu penelitian dengan metode yang memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam hal metodologi (seperti dalam tahap pengumpulan data), jenis penelitian eksplanatif dan deskriptif dan metode penelitian survei dan wawancara. **Teknik Sampling** menggunakan Purposive Sampling dan Populasi penelitian ini adalah pengguna Bus TransJakarta di Halte Kp. Rambutan selama 1 bulan dengan sampel penelitian 100 hasil dari rumus Yamane. **Hasil Penelitian** Hasil uji Koefisien Diterminasi menunjukkan bahwa 51,84 % Sikap Masyarakat di tentukan oleh faktor variabel Efektivitas Logo, sedangkan sisanya 48,16 % ditentukan oleh sebab-sebab lain dan hasil uji Hipotesis bahwa variabel Efektivitas Logo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Sikap Masyarakat. **Saran** pihak BNN dapat melakukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh masukan dari masyarakat mengenai logo kampanye ‘Stop Narkoba’.

Kata Kunci : Efektivitas Logo Kampanye, Logo ‘Stop Narkoba’, Sikap Masyarakat

**THE EFFECTIVENESS OF SLOGAN CAMPAIGN 'STOP
DRUGS' BNN AGAINST THE ATTITUDE OF SOCIETY TO
STAY AWAY FROM DRUGS**
**(The survey was conducted on users shelter The Bus TransJakarta
in Kp.Rambutan)**

Diajeng Putri

Abstract

The Research Background for Public Relations from BNN create a slogan for 'Stop Drugs' campaign as a non-verbal communication tool. Message in that slogan to be remembered by every communicant who sees the 'Stop Drugs' slogan. **The purpose of this research** is to measure How Effective is The Using of Slogan for 'Stop Drugs' Campaign from BNN to The Citizen's attitude to stay away from Drugs. **The theoretical research** used for this research are The Effectiveness of Slogan, Slogan Type, Attitude, Citizens, Campaign and Drugs. **The Type of Research** used for this research is Mix-Method approach, which is a research with a method of mixing the qualitative and quantitative approaches in term of methodology (as in the data collection stage), the type of research are explanative and descriptive, and the method of research are through survey and interview. **Sampling Technique** is using Purposive Sampling and The Population of this research is The Bus TransJakarta users in Kp. Rambutan shelter for one month with about 26.956 people with research sample 100 from Yamane Formula. **The result of research** The test results the coefficient determined showed that 51,84% Public Attitudes determined by factors variable Effectiveness Logo 'Stop Drugs', while the remaining 48.16% is determined by other causes and test results hypothesis that the variable effectiveness of Logo have a significant effect on the variable Public Attitudes. **The advice** on this research is the BNN conduct further research to obtain feedback from the public about the campaign logo 'Stop Drugs'.

Keywords: The Effectiveness of Slogan Campaign, 'Stop Drugs' Slogan, The attitude of the citizens

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi tepat waktu. Penulisan Skripsi ini merupakan syarat untuk mengikuti sidang skripsi, yang nantinya menjadi salah satu syarat kelulusan.

Penulis melakukan penelitian mengenai Efektivitas Penggunaan Logo Kampanye BNN ‘Stop Narkoba’ terhadap Sikap Mahasiswa untuk Menjauhi Narkoba. Dan penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu izinkan penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Drs. Fredy Buhama Lumban Tobing, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Damayanti, S.Sos.M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatanskripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
4. Bapak Kombes. Pol. Slamet Pribadi SH, MH., selaku Kabag Humas Badan Narkotika Nasional RI beserta jajarannya yang telah membantu penulis untuk bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini sehingga mempermudah penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada PT. Transportasi Jakarta yang telah mengizinkan penulis melakukakn penelitian dengan menyebarkan kuesioner di halte busway TransJakarta Kp. Rambutan.
6. Keluargapenulis yang selalumemberikandukunganbaikmaterilmaupun non-materil, doandanmotivasikepadapenulissehinggadapat

menyelesaikan proposal skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.

7. Teman-teman Affiz Kurniawan, Rizki Annisa Zen, Desy Kurnia Fadilla, dan Neo Ahmad, *thanks for being so nice and helpful*.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan, penulis sadar dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi penulis maupun para pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 24 Januari 2017

Diajeng Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK INDONESIA.....	v
ABSTRAK INGGRIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Akademis.....	7
I.4 Manfaat Praktis.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	10
II.1 Teori Dasar.....	10

II.1.1 Teori Public Relations.....	10
II.1.2 Produksi Media Pubic Relations.....	11
II.1.3 Teori Psikologi Warna.....	12
II.1.4 Model Linier Komunikasi.....	12
II.2 Definisi Konsep.....	12
II.2.1 Efektivitas logo.....	12
II.2.2 Logo.....	14
II.2.3 Sikap.....	15
II.2.4 Masyarakat.....	16
II.2.5 Narkoba.....	17
II.2.6 Kampanye.....	18
II.3 Kerangka Berpikir.....	18
II.4 Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
III.1 Pendekatan Penelitian.....	20
III.2 Jenis Penelitian.....	20
III.3 Metode Penelitian.....	21
III.4 Populasi dan Sampel.....	21
III.4.1 Populasi.....	21
III.4.2 Sampel.....	21
III.5 Teknik Penarikan Sampel.....	22
III.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
III.6.1 Data Primer.....	23

III.6.1 Data Sekunder.....	23
III.7 Operasional Variabel.....	23
III.8 Teknik Analisis Data.....	24
III.8.1 Uji Validitas.....	25
III.8.2 Uji Realibilitas.....	27
III.8.3 Uji Korelasi.....	28
III.8.4 Uji Regresi.....	29
III.8.5 Uji Hipotesis.....	30
III.9 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	32
IV.1.1 Profil dan Sejarah Singkat BNN.....	32
IV.1.2 Struktur Lembaga BNN.....	35
IV.1.3 Tugas Humas di BNN.....	38
IV.2 Gambaran Umum Logo Kampanye ‘Stop Narkoba’ BNN.....	42
IV.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
IV.3.1 Karakteristik Responden.....	44
IV.3.2 Hasil Jawaban Responden.....	47
IV.3.2.1 Efektivitas Logo.....	47
IV.3.2.2 Sikap Masyarakat.....	64
IV.3.3 Analisis Hasil Penelitian.....	74
IV.4 Analisis Data Inferensial.....	80
IV.4.1 Analisis Korelasi (R).....	80
IV.4.2 Koefisien Diterminasi (R <i>Square</i>).....	82

IV.4.3 Uji Hipotesis.....	82
IV.5 Pembahasan.....	83
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	91
V.1 Kesimpulan.....	91
V.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
RIWAYAT HIDUP.....	95
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir.....	19
Tabel 2.Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.Uji Validitas Variabel X Item – Total Statistics.....	25
Tabel 4.Uji Validitas Variabel Y Item – Total Statistics.....	26
Tabel 5.Uji Reabilitas Variabel X Item – Reability Statistics.....	27
Tabel 6.Uji Reabilitas Variabel Y Item – Reability Statistics.....	28
Tabel 7. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai.....	28
Tabel 8. Tahapan & Waktu Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 9. Karakteristik Responden Dilihat Dari Umur.....	44
Tabel 10.Karakteristik Responden Dilihat Dari Jenis Kelamin.....	45
Tabel 11. Karakteristik Responden Dilihat Dari Pekerjaan.....	46
Tabel 12.Tanggapan Responden Logo Berisi Informasi Tentang Cara Menjauhi Narkoba.....	48
Tabel 13.Tanggapan Responden Logo Berisi Informasi Tentang Upaya Pencegahan.....	49
Tabel 14.Tanggapan Responden Logo Berisi Informasi Tentang Gambaran Fungsi Utama BNN Sesuai Filosofi Logo.....	50
Tabel 15.Tanggapan Responden Logo Berisi Informasi TentangPemutusan Peredaran Gelap Narkotika.....	51
Tabel 16.Tanggapan Responden Logo Berisi Informasi Tentang Kekuatan Masyarakat Indonesia Dalam Upaya Program P4GN.....	52
Tabel 17.Tanggapan Responden Logo Mendidik Masyarakat untuk Memiliki Mental yang Kuat untuk Menjauhi Narkoba.....	53
Tabel 18.Tanggapan Responden Logo Mendidik Masyarakat untuk Menolak Tawaran Narkoba yang Datang Ke Diri Anda.....	54

Tabel 19. Tanggapan Responden Logo Mendidik Masyarakat untuk Merubah Kepribadian dari Pasif Menjadi Aktif dalam Memerangi Peredaran Narkoba.....	55
Tabel 20. Tanggapan Responden Logo Mendidik Masyarakat untuk Memiliki Kepedulian yang Tinggi untuk Melawan Bahaya Narkoba.....	55
Tabel 21. Tanggapan Responden Logo Memberikan Pengetahuan tentang P4GN.....	56
Tabel 22. Tanggapan Responden Logo Menambah Pengetahuan Masyarakat untuk Lebih <i>Aware</i> Lagi Terhadap Bahaya Narkoba.....	57
Tabel 23. Tanggapan Responden Logo Mempengaruhi Sikap Masyarakat dalam Menghadapi Narkoba.....	58
Tabel 24. Tanggapan Responden Logo ‘Stop Narkoba’ Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Seseorang yang Berkaitan dengan Narkoba...58	
Tabel 25. Tanggapan Responden Logo ‘Stop Narkoba’ Mempengaruhi Perasaan (senang/sedih/kecewa/marah) Setiap Anda Melihatnya.....	59
Tabel 26. Tanggapan responden indikator menginformasikan untuk menjauhi narkoba.....	60
Tabel 27. Tanggapan responden indikator menginformasikan upaya pemutusan peredaran gelap narkoba	61
Tabel 28. Tanggapan responden indikator mental yang kuat.....	61
Tabel 29. Pernyataan indikator menyebarkan pesan logo pada orang lain.....	62
Tabel 30. Tanggapan responden indikator menambah pengetahuan.....	63
Tabel 31. Tanggapan responden indikator mempengaruhi sikap.....	63
Tabel 32. Tanggapan responden indikator mempengaruhi emosi.....	64
Tabel 33. Pernyataan anda dapat memahami pesan yang disampaikan dalam logo.....	65
Tabel 34. Pernyataan anda dapat menerima pesan yang disampaikan dalam logo ‘Stop Narkoba’	66
Tabel 35. Pernyataan anda dapat menerima pesan yang disampaikan dalam logo dan berusaha untuk mengkritiknya atau mencari kekurangan dari logo ‘Stop Narkoba’	67
Tabel 36. Pernyataan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ membuka peluang untuk dikritik.....	67

Tabel 37. Pernyataan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ membuat anda menjauhi narkoba.....	68
Tabel 38. Pernyataan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ membuat anda sadar akan bahaya narkoba.....	69
Tabel 39. Pernyataan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ membuat anda merasa penting mensosialisasikan bahaya narkoba ke lingkungan sekitar anda.....	70
Tabel 40. Tanggapan responden pernyataan logo kampanye ‘Stop Narkoba’ membuat anda tergerak untuk menyampaikan bahaya narkoba.....	70
Tabel 41. Tanggapan responden indikator memahami isi dalam logo.....	71
Tabel 42. Tanggapan responden indikator menerima isi pesan dan mengkritik... ..	72
Tabel 43. Tanggapan responden indikator menjauhi narkoba.....	73
Tabel 44. Tanggapan responden indikator menyebarkan pesan logo pada oranglain.....	73
Tabel 45. Kategorisasi Dimensi Menginformasikan.....	75
Tabel 46. Kategorisasi Dimensi Mendidik.....	76
Tabel 47. Kategorisasi Dimensi Mempengaruhi.....	77
Tabel 48. Kategorisasi Dimensi Menerima pesan logo (receiving).....	78
Tabel 49. Kategorisasi Dimensi Merespon (responding).....	80
Tabel 50. Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 51. Nilai Koefisien Korelasi (R) dari Variabel Efektivitas Logo (X) dengan Variabel Sikap Masyarakat (Y).....	81
Tabel 52. Nilai t hitung.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kampanye ‘Anti Narkotika’ BNN.....	3
Gambar 2 Logo Kampanye ‘Stop Narkoba’.....	4
Gambar 3 Proses Produksi Media Public Relations.....	11
Gambar 4 Contoh Jenis Logogram.....	15
Gambar 5 Contoh Jenis Logotype.....	15
Gambar 6 Logo BNN.....	32
Gambar 7 Logo Kampanye BNN ‘Stop Narkoba’.....	42
Gambar 8 Diagram Grafik Umur Responden.....	45
Gambar 9 Diagram Grafik Jenis Kelamin Responden.....	46
Gambar 10 Diagram Grafik Pekerjaan Responden.....	47
Gambar 11 Logo Kampanye ‘Anti Narkotika’ BNN.....	85
Gambar 12 Logo Kampanye ‘Stop Narkoba’ beserta Filosofinya.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengesahan A.2.2.....	96
Lampiran 2. Lembar Pengesahan A.5.....	97
Lampiran 3. Surat Permohonan Riset ke BNN RI.....	98
Lampiran 4. Surat Balasan Riset dari BNN RI.....	99
Lampiran 5. Surat Permohonan Riset ke PT. Transportasi Jakarta.....	100
Lampiran 6. Surat Balasan Riset dari PT. Transportasi Jakarta.....	101
Lampiran 7. Kartu Hasil Studi.....	102
Lampiran 8. Sertifikat Toefl.....	103
Lampiran 9. Sertifikat Mabim.....	104
Lampiran 10. Surat Keterangan Bebas Buku Perpustakaan FISIP.....	105
Lampiran 11. <i>Print Out</i> Pembayaran.....	106
Lampiran 12. Ijazah SMA.....	107
Lampiran 13. Contoh Kuesioner.....	108
Lampiran 14. Dokumentasi Responden.....	110
Lampiran 15. Skrip Hasil Wawancara.....	111
Lampiran 16. Dokumentasi Wawancara dengan Kabag Humas BNN.....	114
Lampiran 17. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel X Efektivitas Logo.....	115
Lampiran 18. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Y Sikap Masyarakat.....	117
Lampiran 19. Hasil Jawaban Kuesioner.....	119
Lampiran 20. Tabel Koefisien Korelasi (r) <i>Product Moment</i>	123
Lampiran 21. t Tabel.....	124