

**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