



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi muda menjadi tolak ukur pembangunan suatu bangsa. Bangsa yang maju ialah bangsa yang memiliki pemuda- pemudi berkualitas, yang akan memimpin bangsa di masa mendatang. Pembangunan generasi muda harus dimulai sejak dini. Di Indonesia, pembangunan generasi muda sedang digalakan. Menurut Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Puan Maharani, generasi muda harus menyiapkan diri untuk masa mendatang, salah satunya dengan cara mengubah mental (Okezone, 2015, para 5).

Di zaman sekarang ini, kita telah melihat bahwa generasi muda, baik di negara maju dan berkembang, bangkit dan mulai menunjukkan diri mereka. Dimulai dari sektor pendidikan. Adanya ilmuwan muda, mahasiswa muda berprestasi, penemuan- penemuan baru, hingga inovasi baru. Begitu juga hal yang sama terjadi di sektor- sektor lainnya, seperti ekonomi, kesehatan, dan budaya.

Di Indonesia, pemerintah sendiri telah sadar akan pentingnya pembangunan generasi muda. Tidak hanya pemerintah, organisasi- organisasi lain yang ada di Indonesia juga telah sadar akan hal tersebut. Namun, pembangunan generasi muda belum merata. Masih banyak generasi muda Indonesia yang tinggal di daerah terpencil, yang sama sekali belum 'tersentuh' oleh pemerintah. Di ibu kota, DKI

Jakarta, hal serupa juga terjadi. Untuk pemuda-pemudi yang lahir dengan kondisi finansial yang cukup, mereka mendapatkan pendidikan yang layak. Namun, bagi generasi muda yang hidup dalam kemiskinan, pendidikan menjadi hal yang mustahil untuk mereka raih.

Menurut Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Anies Baswedan, kondisi pendidikan sekolah di Indonesia menunjukkan hasil buruk dalam beberapa tahun terakhir. Sejumlah data yang dimiliki oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menunjukkan kondisi pendidikan Indonesia yang gawat darurat, yakni 75 persen sekolah tidak memenuhi standar layanan minimal pendidikan di Indonesia, nilai rata-rata kompetensi guru yang jauh dari nilai standar kompetensi, yakni 75 dan hanya 44,5 di Indonesia, hingga banyaknya aksi suap- menyuap dan pungutan liar yang mewarnai dunia pendidikan di Indonesia (Kompas, 2014, para 3).

Pendidikan di sekolah yang memprihatinkan ini tentunya berdampak besar ke berbagai aspek kehidupan. Pendidikan yang kurang menyebabkan anak-anak dan remaja memiliki pengetahuan yang kurang tentang hal-hal di sekitar mereka, salah satunya ialah narkoba dan HIV/AIDS. Sekolah memiliki peranan penting terhadap pendidikan narkoba dan HIV/AIDS. Menurut Indonesia Bergegas, tersangka penyalahgunaan narkoba yang coba pakai yakni remaja atau golongan pelajar pada tahun 2014 mencapai 1.624.026 (Indonesia Bergegas, 2015, para.4). Anak-anak maupun remaja memiliki pengetahuan yang sedikit terkait narkoba dan bahaya narkoba bagi tubuh. Sedangkan narkoba sudah menjadi hal yang mudah untuk didapat dan ironisnya narkoba sudah menyerbu lingkungan sekolah.

Hal yang sama juga terjadi pada HIV/AIDS. Minimnya pengetahuan akan penyebab dan penyebaran virus tersebut mengakibatkan remaja begitu rentan terhadap penyakit HIV/AIDS.

Menurut Badan Narkotika Nasional, di tahun 2014, perkiraan jumlah penyalahguna narkoba mencapai 4 juta orang. Jika dilihat dari estimasi angka penyalahguna menurut tingkat ketergantungan, 700.000 pelajar mencoba narkoba, dan 400.000 pelajar menggunakan narkoba secara teratur (Laporan Akhir Survei Nasional Perkembangan Penyalahguna Narkoba Tahun Anggaran 2014, 2014, h. 18). Jumlah kasus narkoba terus meningkat selama kurun waktu 5 tahun, dari tahun 2008 hingga 2012 dan Jakarta menjadi provinsi ke-4 yang memiliki jumlah kasus narkoba terbesar.

BNN menyatakan bahwa sebanyak 22 persen pengguna narkoba di Indonesia ialah berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Dari penelitian yang dilakukan BNN di 16 provinsi di Indonesia, ditemukan 2,6 persen pelajar SLTP pernah menggunakan narkoba, 4,7 pelajar SMA pernah memakai narkoba, dan 7,7 persen mahasiswa yang pernah mencoba narkoba (Harian Terbit, 2014, para 8).

Fenomena tersebut tentunya menjadi hal yang miris bagi bangsa Indonesia. Penggunaan narkoba hingga peredaran narkoba di Indonesia sudah mencapai tahap yang mengkhawatirkan. Momok yang menakutkan ini tentunya berkaitan erat dengan penyakit AIDS. Di Indonesia, kasus AIDS yang disebabkan oleh narkoba meningkat drastis. Penyalahgunaan narkoba menggunakan jarum suntik telah menjadi tren penularan HIV/AIDS atau yang kita kenal dengan IDU

(*Injecting Drug User*). Hingga September 2014, jumlah kasus AIDS yang disebabkan oleh IDU mencapai 8.462 kasus di Indonesia (Spiritia, 2014).

Fakta- fakta tersebut sangat memprihatinkan bagi bangsa Indonesia. Pemerintah bekerjasama dengan Badan Narkotika Nasional dan POLRI berusaha untuk memerangi narkoba di Indonesia.

Tidak hanya pemerintah yang prihatin terhadap hal tersebut, beberapa organisasi non-profit yang bergerak di bidang pembangunan generasi muda juga sadar akan hal tersebut dan bekerjasama dengan pemerintah untuk turut membantu pembangunan generasi muda. Yayasan Cinta Anak Bangsa atau yang sering dikenal dengan YCAB merupakan salah satu organisasi non-profit di Indonesia yang juga turut membantu memajukan generasi muda Indonesia.

YCAB merupakan organisasi non-profit yang didirikan khusus untuk membangun generasi muda. Fokus dari YCAB ialah pembangunan generasi muda, diawali dengan melakukan berbagai kampanye terkait pencegahan dari penyalahgunaan narkoba dan penyakit HIV/AIDS. Kini, YCAB juga merambah bidang pendidikan dan pemberdayaan ekonomi, yakni memberikan pendidikan kepada generasi muda untuk memilih gaya hidup sehat dan juga melatih *lifeskill* remaja melalui Rumah Belajar dan Rumah Keterampilan.

Didirikan di tahun 1999, YCAB bertujuan untuk memberikan kesempatan dan harapan kepada generasi muda. YCAB percaya dengan pembangunan yang dilakukan kepada generasi muda merupakan salah satu kunci untuk memutuskan lingkaran kemiskinan. YCAB berinvestasi dalam tiga sektor, yakni kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi.

YCAB memperbesar jangkauannya dari lokal menjadi internasional dengan didirikannya YCAB International Inc. di tahun 2007. Hingga saat ini, proyek dari YCAB telah direalisasikan di tiga negara berkembang, Pakistan, Myanmar, dan Afghanistan. Di awal tahun 2013, YCAB juga menempati peringkat ke-74 dari 100 organisasi non-profit di dunia.

Jika dibandingkan dengan lembaga- lembaga lain sejenis, YCAB merupakan salah satu lembaga non profit yang telah berdiri lama dibanding lembaga lainnya, seperti Yayasan Lembaga Terpadu Masyarakat Anti Narkoba (LETUPAN) Indonesia, yang berdiri di tahun 2003 dan Syair Untuk Sahabat yang berdiri di tahun 2009. Selain itu, YCAB merupakan salah satu lembaga non profit yang transparan dibanding lembaga lain. Hal tersebut dapat kita lihat dari *financial reports* yang dapat kita unduh langsung di *official website* YCAB dan informasi yang sangat lengkap di *website*. Selanjutnya, YCAB merupakan lembaga dengan manajemen berstandar internasional yang dibuktikan dengan pencapaian ISO 9001: 2008. YCAB juga meraih penghargaan-penghargaan bergengsi seperti Global Social Innovator Award di Singapura pada tahun 2008, Ernst & Young Social Entrepreneur Of The Year di tahun 2011, Schawb Foundation 2012 Social Entrepreneurship Award, World Economic Forum, serta National Service Award in Education dari Kementerian Pendidikan Indonesia di tahun 2013.

Yayasan Cinta Anak Bangsa memiliki tiga pilar besar : HeLP, HoLD, dan HOPE. Masing- masing program memiliki sub-program tersendiri. HeLP atau *Healthy Lifestyle Promotion* merupakan kampanye yang digalakan oleh YCAB

untuk mempromosikan gaya hidup yang sehat kepada remaja Indonesia, terutama di sekolah. Kampanye ini dimulai dengan kampanye anti narkoba dan HIV/AIDS, yang selanjutnya berkembang menjadi *youth development*. Dari kampanye HeLP ini juga terbentuk program baru yaitu *Dosomething* yang digalakan untuk penggiatan remaja.

Pilar kedua yaitu HoLD atau *House of Learning and Development*. HoLD ialah program rumah belajar dari YCAB yang didirikan pada tahun 2003. Rumah belajar ini didirikan YCAB untuk para remaja yang putus sekolah. Rumah belajar ini dilengkapi oleh lab komputer dan lab bahasa Inggris yang dapat digunakan oleh seluruh siswa dan masyarakat. Hingga kini, terdapat 47 rumah belajar yang telah beroperasi di lebih dari 30 kota di Indonesia. Dengan adanya program, rumah belajar ini, YCAB memberikan kesempatan kepada 5.000 remaja Indonesia yang ingin melanjutkan sekolah.

Pilar ketiga ialah HOpE atau *Hands-On Operation for Entrepreneurship*. Program ini bertujuan untuk pemberdayaan ekonomi dan pendidikan vokasi yang direalisasikan dengan pembangunan rumah keterampilan yang ada di lima lokasi di wilayah Jabodetabek. Pemberdayaan ekonomi yang diberikan berupa kredit mikro kepada lulusan rumah belajar dan ibu dari murid rumah belajar. Rumah keterampilan vokasi yakni menjahit, salon, montir, reparasi elektronik, dan *hospitality*.

Kampanye merupakan rangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu (Ruslan,

2013, h.23). Kampanye ditujukan kepada khalayak tertentu dengan tujuan tertentu, yakni untuk mempersuasi, mengubah sikap, kebiasaan, maupun perilaku. Kampanye dapat diaplikasikan hampir di semua bidang, baik bidang politik, sosial, budaya, maupun komunikasi. Kampanye merupakan salah satu alat dari komunikasi yang dijadikan sarana untuk menyampaikan pesan tertentu terhadap target sasaran.

Kampanye sendiri memiliki tujuan bermacam-macam, yang dikenal dengan teori AISAS , yakni *awareness*, *interest*, *search*, *action*, hingga *sharing*. Di Indonesia, telah banyak kampanye yang dilakukan. Pada umumnya, kampanye dilakukan oleh kelompok tertentu dengan tujuan tertentu. Di Indonesia, terdapat kampanye politik yang dilakukan oleh para kandidat untuk menyampaikan pesan serta mengubah sikap khalayak. Ada juga kampanye dari suatu organisasi atau perusahaan untuk menyampaikan pesan tertentu terhadap target sasaran.

Pada penelitian ini, peneliti memilih salah satu kampanye yang diselenggarakan oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa yakni kampanye HeLP (*Healthy Lifestyle Promotion*). Kampanye yang dilaksanakan melalui berbagai program, seperti program *Ripple* dan *Do Something* ini telah menarik banyak simpati dari generasi muda. Peneliti memilih kampanye HeLP karena kampanye ini sesuai dengan *concern* utama YCAB yaitu meningkatnya keterlibatan remaja pada perilaku beresiko, salah satunya ialah penyalahgunaan narkoba.

Kampanye HeLP ini telah dilakukan secara konsisten dari tahun 1999 hingga sekarang. Program dari kampanye ini berupa seminar ke sekolah- sekolah, *training* dan *workshop*, dan program *Ripple* dan *Do Something*. Setiap tahun, Kampanye HeLP menjangkau 120.000 remaja dengan program *Ripple*.

Peneliti memilih kampanye HeLP untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan strategi tersebut dalam pembentukan sikap target sasaran (remaja) terhadap pencegahan narkoba dan HIV/AIDS serta gaya hidup sehat. Peneliti juga memilih kampanye ini karena Yayasan Cinta Anak Bangsa merupakan salah satu organisasi non-profit ternama dengan reputasi yang sangat baik di Indonesia.

Atas ketertarikan peneliti atas kampanye HeLP yang diselenggarakan oleh Yayasan Cinta Anak Bangsa, maka peneliti mengambil judul : Strategi *Public Relations* Kampanye HeLP dalam Pembentukan Sikap Remaja Indonesia.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah bagaimana kampanye *Public Relations* dalam menciptakan *self awareness* terhadap bahaya narkoba dan HIV/AIDS dengan studi kasus kampanye HeLP YCAB?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dan kegunaan penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana kampanye *public relations* dalam menciptakan *self awareness* terhadap bahaya narkoba dan HIV/AIDS dengan studi kasus kampanye HeLP YCAB.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I Kom) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan diharapkan dapat digunakan sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya, terutama di bidang *Public Relations*.

1.3.2.1 Kegunaan Teoretis

Kegunaan teoretis yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah agar penelitian dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan *public relations* pada khususnya dalam konsep kampanye.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah agar penelitian dapat dijadikan kajian bagi praktisi PR dalam membuat strategi kampanye *Public Relations*. Hasil penelitian ini juga dapat

memberikan masukan kepada perusahaan mengenai strategi kampanye *Public Relations* yang dijalankan terkait kampanye di masa mendatang.

