



Implementasi *Cyber Public Relations* BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam Upaya Mengedukasi Masyarakat Mengenai P4GN

Faradilla Pusparini ¹, Kheyene Molekandella Boer ^{2*}

^{1,2*} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 11 November 2023

Received in revised form

12 December 2023

Accepted 20 December 2023

Available online December 2023

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jti.k.v7i4.2086>

Keywords:

Cyber Public Relations; Online Media; Education; P4GN.

Kata Kunci:

Cyber Public Relations; Media Online; Edukasi; P4GN.

abstract

In the digital era, the education process is not only through conventional media. BNN East Kalimantan Province can utilize online media as a means of public education because of its greater potential in disseminating information about P4GN. The aim of this research is to find out, analyze and describe the implementation, efforts and obstacles faced by East Kalimantan Province BNN public relations in implementing cyber public relations in public education regarding P4GN. This research uses a qualitative type of research, a case study approach with indicators of the five basic elements of cyber public relations, namely transparency, internet porosity, the internet as an agent, content richness, and reach. The data analysis technique used is the Miles and Huberman data analysis model. The research results show that East Kalimantan Province BNN Transparency has carried out information disclosure according to the needs of the community and agency interests, East Kalimantan Province BNN Internet Porosity has never experienced data leaks. The internet as an agent for the BNN of East Kalimantan Province carries out very little content collaboration with stakeholders, content collaboration occurs with BNNK work staff. The wealth of BNN East Kalimantan Province content has provided various forms and types of information regarding P4GN. Reach BNN East Kalimantan Province using the business account on the online media Instagram @infobnn_prov_kaltim to see the reach of the content.

abstract

Di era digital, proses edukasi tidak hanya melalui media konvensional. BNN Provinsi Kalimantan Timur dapat memanfaatkan media online sebagai sarana edukasi masyarakat karena potensinya yang lebih besar dalam penyebaran informasi mengenai P4GN. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan mengenai penerapan, upaya dan kendala yang dihadapi humas BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam menerapkan cyber public relations pada edukasi masyarakat mengenai P4GN. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan studi kasus dengan indikator lima elemen dasar cyber public relations yaitu transparency, internet porosity, the internet as an agent, richness in content dan reach. Teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis data Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transparency BNN Provinsi Kalimantan Timur telah melakukan keterbukaan informasi sesuai kebutuhan masyarakat dan kepentingan instansi, Internet porosity BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak pernah mengalami kebocoran data. The internet as an agent BNN Provinsi Kalimantan Timur minim sekali melakukan kolaborasi konten dengan para stakeholder, kolaborasi konten terjadi bersama jajaran kerja BNNK. Richness in content BNN Provinsi Kalimantan Timur telah memberikan berbagai macam bentuk dan jenis informasi mengenai P4GN. Reach BNN Provinsi Kalimantan Timur menggunakan akun bisnis pada media online Instagram @infobnn_prov_kaltim untuk melihat jangkauan konten.

* Author. Email: faradilla221001@gmail.com ¹, delux_boer@yahoo.com ^{2*}.

1. Latar Belakang

Dalam perjalanan waktu yang terjadi di Indonesia, masih terdapatnya masalah sosial yang belum tuntas ditanggulangi, seperti kesenjangan sosial, lingkungan hidup, kriminalitas, hingga penyalahgunaan narkotika [1]. Masalah sosial adalah sebuah kondisi yang terjadi di masyarakat akibat perbedaan yang signifikan antara nilai sosial dan kenyataan yang ada sehingga timbul lah sebuah permasalahan [2]. Narkotika menjadi salah satu permasalahan sosial yang masih terjadi hingga saat ini. Dirancang dan ditetapkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2009 yang mengatur tentang narkotika adalah sebuah kebijakan yang digunakan untuk meminimalisir dan melindungi negara Indonesia dari penyalahgunaan narkotika dengan mengatur tentang pengadaan, produksi, penyimpanan dan pelaporan, impor dan ekspor, peredaran dan aturan lainnya mengenai narkotika. Menurut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1, Narkotika merupakan zat ataupun obat-obatan terlarang yang berasal dari tanaman atau bukan dari tanaman, baik sintesis maupun semisintesis yang dapat memberikan dampak bagi penggunaanya seperti perubahan kesadaran hingga menimbulkan ketergantungan. Penyalahgunaan narkotika menjadi permasalahan sosial yang harus segera diatasi, karena masih banyaknya peredaran gelap loket-loket narkotika dan sasarannya pun berasal dari berbagai kalangan dan usia [3]. Dampak panjang dari penggunaan narkotika

dapat memberikan efek pada kualitas hidup dan kesehatan dari penggunaanya. Oleh sebab itu, narkotika menjadi musuh bersama bagi kita semua [2].

Berdasarkan informasi dari *Indonesia Drugs Report 2022* yang diterbitkan oleh Pusat Penelitian, Data dan Informasi BNN (Puslidan BNN) menjelaskan bahwa terdapat kenaikan angka prevalensi penyalahgunaan narkotika ditahun 2021 yang mencapai 1,95% atau 3,6 juta dibandingkan tahun 2019 yang mendapatkan 1,80% atau 3,42 juta. Risiko perempuan terpapar penggunaan narkotika mengalami peningkatan dari 0,20% pada tahun 2019 menjadi 1,21% pada tahun 2021 terutama pada wilayah perkotaan mengalami peningkatan yang cukup besar. Berdasarkan kelompok usia, terdapat peningkatan terkena paparan narkotika pada usia kisaran 15 hingga 24 tahun dan kisaran 50 hingga 64 tahun. Hal ini memperlihatkan bahwa permasalahan penyalahgunaan narkotika ini tidak memandang usia dan jenis kelamin. Terdapat berbagai faktor yang menjadi pengaruh adanya penyalahgunaan narkotika diantaranya: faktor lingkungan dan pergaulan yang tidak baik, faktor ekonomi, hingga faktor internal yang membuat masyarakat dapat terlibat dalam penyalahgunaan narkotika [3]. Pada *Indonesia Drugs Report* tahun 2020 hingga 2022 juga menyajikan data jumlah narapidana dan tahanan kasus narkotika di seluruh Indonesia (Per Provinsi) berdasarkan kelompok bandar/pengedar/penadah/produsen dan pengguna narkotika.

Tabel 1. Jumlah Kelompok Bandar/Pengedar/ Penadah/Produsen Dan Pengguna Narkotika Di Provinsi Kalimantan Timur

Kantor Wilayah (Tahun)	Bandar/Pengedar/Penadah/Produsen	Pengguna	Jumlah
Kalimantan Timur (2019)	5,736	1,560	7,296
Kalimantan Timur (2020)	8,424	1,981	10,405
Kalimantan Timur (2021)	5,622	2,147	7,769

(Sumber: Indonesia Drugs Report Tahun 2020 hingga 2022).

Provinsi Kalimantan Timur masih mengalami kenaikan angka pengguna narkotika. Berdasarkan *press realease* pemusnahan BNN Provinsi Kalimantan Timur pada 13 Oktober 2022 menjelaskan bahwa terdapat aktivitas transaksi jual beli narkotika melalui media komunikasi *online* dengan menggunakan aplikasi Telegram dan melakukan pengiriman paket narkotika melalui aplikasi belanja *online* yaitu Shopee. Perdagangan narkotika secara *online* seperti ini terjadi

akibat adanya transformasi digital. Dari sini dapat terlihat bahwa para bandar/ pengedar/ penadah/ produsen semakin lihai dalam penggunaan teknologi dan memanfaatkan kesempatan kemajuan teknologi ini demi keuntungan [4].

Oleh karena itu, sebelum angka pengguna narkotika terus meningkat, dibutuhkan sebuah cara penanggulangan dan pencegahan untuk mengurangi

angka penyalahgunaan narkoba. Pemberian edukasi mengenai pencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN) menjadi salah satu cara yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat sebagai sebuah proses pembelajaran dalam bentuk pencegahan dan penanggulangan penyalahgunaan narkoba [1]. Kegiatan edukasi mengenai pencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN) kepada masyarakat dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*.

BNN Provinsi Kalimantan Timur sebagai Lembaga Pemerintahan yang bertugas untuk menjalankan fungsi manajemen perihal pencegahan, pemberantasan, penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN) di Kawasan Kalimantan Timur memiliki peranan penting dalam menanggulangi dan meminimalisir penyalahgunaan narkoba. Dalam melaksanakan tugas ditingkat kota, BNN Provinsi Kalimantan Timur memiliki satuan jajaran kerja yang berada di Samarinda, Balikpapan dan Bontang. Progam P4GN adalah sebuah kebijakan yang dirancang sejak tahun 2012 yang ditujukan bagi seluruh kalangan masyarakat dengan memberikan sebuah pemahaman mengenai bahaya narkoba dan memperhatikan pola hidup sehari-hari, agar tidak terlibat dalam penyalahgunaan narkoba dan ikut serta dalam menggelorakan *War on Drugs*.

Dalam menjalankan tugasnya, BNN Provinsi Kalimantan Timur mengusung empat strategi yang dapat membantu dalam memerangi narkoba, diantaranya Strategi *Soft Power Approach* yang dilakukan oleh Bidang Pencegahan dan Pemberdayaan Masyarakat (P2M) dengan memberikan tindakan *preventif* agar membentuk ketahanan diri melalui kegiatan sosialisasi. Strategi *Hard Power Approach* yang dilakukan oleh Bidang Pemberantasan dengan melakukan tindakan *Represif* dalam penanganan jaringan sindikat narkoba. Strategi *Smart Power Approach* yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat (Humas) dengan melaksanakan pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal di era digital dalam rangka menyebarluaskan informasi, publikasi kegiatan, layanan publik sebagai bentuk dukungan dalam upaya pencegahan, pemberantasan, penyalahgunaan dan

peredaran gelap narkoba (P4GN). Strategi *Cooperation* adalah cara yang dilakukan untuk menjalin hubungan kerja sama dengan berbagai sektor seperti bidang pendidikan, lembaga pemerintahan, hingga swasta.

Peran humas pada setiap instansi menjadi sebuah jembatan antara lembaga dengan masyarakatnya untuk saling berinteraksi [5]. Dalam buku *Public Relations*, Cutlip, Center dan Broom (2015) [6], pengertian humas adalah fungsi manajemen yang membangun, mempertahankan hingga menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara instansi dan beraneka ragam publik. Karena hal ini yang akan menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah lembaga, dan terdapatnya humas pada setiap instansi menjadi sebuah keharusan fungsional dan operasional dalam menyebarluaskan informasi. Strategi *smart power approach* yang dijalankan oleh humas menjadi salah satu upaya pendekatan media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam mengedukasi masyarakat mengenai P4GN. Humas memiliki peranan penting dalam melaksanakan strategi *smart power approach*, karena salah satu tugas humas adalah untuk mempersuasi perilaku masyarakat mengenai penyalahgunaan narkoba melalui konten-konten yang ditampilkan. Aktivitas kehumasan dengan memanfaatkan media internet untuk melaksanakan publisitas dapat disebut sebagai *cyber public relations* atau E-PR [7]. Dengan menjalankan aktivitas kehumasan di media internet dapat berguna untuk memelihara kepercayaan dan membangun hubungan interaktif antara instansi dan publiknya.

Aktivitas *cyber public relations* mulai gencar dilaksanakan semenjak era kepemimpinan bapak Komisaris Jendral Polisi. Prof. Dr. Drs. Petrus Reinhard Golose, M.M sejak akhir Desember tahun 2020 hingga sekarang. Hal ini menjadi tugas bagi tim humas BNN di seluruh Indonesia untuk bisa membuat konten yang menarik perhatian masyarakat. Pada era kepemimpinan sebelumnya, dokumentasi yang dilakukan oleh humas hanya sekedar untuk pelaporan kegiatan, sedangkan sekarang tim humas BNN dituntut untuk lebih aktif dalam penggunaan media sosial dan penyebaran informasi melalui konten-konten yang variatif. Tak hanya itu, tantangan lainnya adalah konten yang disebarluaskan setidaknya menyampai target yang telah ditentukan yaitu 1,400 penonton untuk bisa

dilaporkan pada rapat pimpinan yang dilaksanakan setiap hari Senin.

Semakin majunya zaman, membuat humas harus bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi [8]. Tentu saja, ini akan membantu kinerja humas dalam proses edukasi masyarakat secara *online*. Keberadaan humas dan teknologi informasi, membuat lembaga pemerintah seperti BNN Provinsi Kalimantan Timur akan terbantu dalam melaksanakan strategi *smart power approach* dengan memberikan informasi yang dapat mengedukasi masyarakat dengan menyajikan konten-konten variatif seperti berita, edukasi, pesan persuasif ataupun konten yang menghibur pada setiap media sosial yang dimiliki. Namun sayangnya, keberadaan tim humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak memiliki struktur yang formal, tim humas menjadi bagian dari bidang umum dan berada dibawah naungan Kepala bagian umum (Kabag Umum). Keberadaan dan kegiatan kehumasan tim humas BNN Provinsi Kalimantan Timur berdasarkan surat perintah yang berisikan para anggota BNN Provinsi Kalimantan Timur dari seluruh bidang. Orang-orang terpilih tersebut dianggap memiliki kemampuan untuk terlibat dalam kegiatan kehumasan. Dalam setiap bidang ditugaskan dua orang personil bidang tersebut untuk terlibat dalam kegiatan kehumasan. Mereka yang bertugas untuk mengirimkan dokumentasi berupa video atau foto dari kegiatan yang terlaksana pada setiap bidang, serta membuat narasi singkat untuk diolah oleh personil pelaksana harian humas BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk dijadikan sebuah konten pada media sosial dan berita di *website*. Tentu saja hal ini menjadi tugas tambahan bagi personil yang terpilih pada surat perintah tersebut, sehingga membuat tidak adanya pembagian tugas yang pasti untuk menjalankan aktivitas kehumasan di BNN Provinsi Kalimantan Timur.

Tim humas BNN Provinsi Kalimantan Timur sebenarnya memiliki perencanaan konten dan konsep yang telah disusun. Namun, kendala yang di hadapi tim humas BNN Provinsi Kalimantan Timur adalah kegiatan Kepala dan bidang yang sering sekali mendadak, sehingga membuat konten yang disajikan berbeda dengan rencana awal yang telah dibuat. Aktivitas *cyber public relations* yang dilakukan oleh

BNN Provinsi Kalimantan Timur sejauh ini dilakukan dengan membuat dan mengunggah konten minimal tujuh konten di setiap minggunya, melakukan siaran langsung pada kegiatan pemusnahan barang bukti narkoba, hingga pembuatan berita pada laman *website* resmi BNN Provinsi Kalimantan Timur. Tetapi, sayangnya pada pemanfaatan media sosialnya BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih aktif menggunakan Instagram dibandingkan *platform* media sosial lainnya. Per tanggal 14 Juli hingga 04 Agustus 2023 pada akun Instagram resmi BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih banyak memperlihatkan konten yang berisikan publikasi mengenai kegiatan-kegiatan kantor seperti deteksi dini dan perayaan hari besar dibandingkan konten mengenai edukasi mengenai P4GN.

Oleh karena itu di perlukan upaya pendekatan media *online* mengenai edukasi P4GN yang lebih giat dibandingkan sebelumnya. Di era serba digital, media *online* menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, terutama generasi muda yang tidak bisa terlepas dari teknologi. Kebutuhan informasi seperti hiburan hingga edukasi pun dapat di akses melalui media *online*. Keberadaan media *online* memiliki potensi yang lebih besar dalam penyebarluasan edukasi mengenai P4GN. Dengan upaya edukasi yang disebarakan melalui media *online* diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan membuka mata masyarakat mengenai resiko penyalahgunaan narkoba sehingga dapat membekali diri sebagai upaya agar masyarakat memiliki pola pikir dan tingkah laku untuk bersama-sama dalam memerangi narkoba sehingga dapat mengurangi angka penyalahgunaan narkoba dan menyukkseskan progam pencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba (P4GN) untuk menjadikan Indonesia Bersinar (Indonesia Bersih Narkoba). Tujuan penelitian ini ialah mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan penerapan, upaya dan kendala yang dihadapi humas BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam menerapkan *cyber public relations* pada mengedukasi masyarakat mengenai P4GN.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan secara

langsung melalui wawancara bersama informan. Dalam penelitian ini akan melakukan wawancara dengan Kepala dan beberapa karyawan BNN Provinsi Kalimantan Timur. Data Sekunder adalah data yang sudah diolah baik terdahulu dan ditemukan oleh penulis yang berasal dari sumber lain yang dapat dimanfaatkan sebagai referensi tambahan. Untuk membatasi pembahasan dalam penelitian ini, fokus penelitian yang diangkat adalah lima elemen dasar *cyber public relations* yang dikemukakan oleh Phillips & Young (2009) yang terdiri dari *transparency*, *internet porosity*, *the internet as an agent*, *richness in content* dan *reach*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa *analisis data model Miles dan Huberman*.

3. Hasil dan Pembahasan

Penerapan Cyber Public Relations BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Upaya Menedukasi Masyarakat Mengenai P4GN

Dalam menerapkan *cyber public relations* humas BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam menyampaikan informasi mengenai P4GN lebih mengandalkan media sosial sebagai sarana informasi terutama media sosial Instagram. BNN Provinsi Kalimantan Timur memiliki beragam jenis media sosial diantaranya terdapat Instagram (@infobnn_prov_kaltim), Twitter/X (@infobnnp_kaltim), Facebook (@Bnn_prov Kaltim), Youtube (@infobnn_prov_kaltim) dan Tiktok (@infobnn_prov_kaltim). Intensitas pengunggahan konten di media sosial pun minimal 7 kali dalam seminggu dengan minimal kisaran konten sehari 1 konten yang di unggah. BNN Provinsi Kalimantan Timur memanfaatkan media sosial untuk mempublikasi berbagai kegiatan yang dilaksanakan. Dengan aktivitas yang terjadi di media sosial membuat lebih memudahkan BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam menyebarkan informasi mengenai P4GN. Berikut adalah media sosial yang dimiliki oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur:



Gambar 1. Instagram BNN Provinsi Kalimantan Timur
(Sumber Instagram resmi @infobnn_prov_kaltim)



Gambar 2. Facebook BNN Provinsi Kalimantan Timur
(Sumber Facebook resmi @Bnn_prov Kaltim)

Namun, pada *Website* resmi (kaltim.bnn.go.id) pembaruan yang terjadi tidak seintens yang di media sosial, dan konten yang disajikan pun perihail pemberitaan yang sifatnya formal seperti kegiatan-kegiatan besar, ulang tahun BNN RI, acara HANI (Hari Anti Narkotika Internasional). Berikut adalah *Website* resmi BNN Provinsi Kalimantan Timur:



Gambar 3. *Website* BNN Provinsi Kalimantan Timur
(Sumber *Website* resmi www.kaltim.bnn.go.id)

Dalam menjalankan aktivitas *cyber public relations* BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk upaya edukasi masyarakat mengenai P4GN dapat diukur melalui lima elemen dasar *cyber public relations* yang di kemukakan oleh Phillips & Young (2009) yang terdiri dari [9]:

Transparency

Transparansi adalah keterbukaan dalam menyampaikan informasi terkait aktivitas yang terjadi di sebuah instansi. BNN Provinsi Kalimantan Timur termasuk salah satu instansi pemerintahan yang memanfaatkan media *online* untuk menyajikan berbagai informasi. Pada zaman sekarang yang dilengkapi oleh kemajuan teknologi, membuat masyarakat pun melek teknologi. Oleh sebab itu, instansi pemerintah pun dituntut untuk bisa melek teknologi pula agar dapat menyajikan informasi yang benar dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Tak hanya itu, hukum Indonesia pun telah membuat perundang-undangan mengenai keterbukaan informasi publik yang tercantum dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2009. Hal ini memperlihatkan bahwa badan publik perlu melakukan keterbukaan publik untuk menjadi penyedia informasi. Tak hanya untuk keterbukaan informasi kepada masyarakat, aktivitas *cyber public relations* yang terjadi di BNN Provinsi Kalimantan Timur juga untuk bertujuan untuk kepentingan instansi. Selain menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, tetapi BNN Provinsi Kalimantan Timur menyajikan informasi untuk kepentingan instansi. Hal ini menjadi salah satu cara buat BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk mengedukasi masyarakat dengan menyajikan informasi mengenai “narkoba” dan memberikan kesempatan bagi masyarakat yang berminat untuk menempati posisi “pekerjaan” yang dibutuhkan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara berikut:

“Keterbukaan informasi yang utama, terus kepentingan instansi kita edukasi itu lewat sosial media pastinya kan buat edukasi bahaya narkoba salah strateginya lewat media sosial” (Ferdinand Suwandi, 20 September 2023).

Internet Porosity

Internet menjadi sarana bagi instansi untuk melakukan komunikasi, baik *email*, *Website* hingga

media sosial dan porosity memiliki arti ketidaksengajaan. Jadi dapat diartikan bahwa *internet porosity* adalah upaya transparansi yang tidak sengaja [10]. Jika suatu instansi memulai interaksi kepada *stakeholder* di media *online* membuat informasi mengenai instansi dapat tersebar secara informal dan lebih transparan. Hal ini menyebabkan beberapa informasi yang tidak seharusnya tersebar dapat lebih mudah bocor. Istilah *porosity* mengacu pada bagian informasi yang dibawa dari internal ke eksternal atau salah sasaran komunikasi baik disengaja maupun tidak disengaja. Se jauh ini, BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak pernah mengalami kebocoran data instansi. BNN Provinsi Kalimantan Timur memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam berkomunikasi dengan publik. Elemen *internet porosity* mengartikan bahwa internet adalah media komunikasi utama untuk kepentingan instansi karena kemudahan dalam mengakses berbagai hal melalui media internet, terutama Instagram [11]. Informasi yang disajikan melalui media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur adalah informasi mengenai hal-hal yang harus diketahui oleh masyarakat dan informasi yang harus sampai kepada masyarakat. Dengan hal ini di peruntukkan untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan informasi yang dimiliki instansi, dan aktivitas yang dilakukan di media *online* untuk *re-branding* BNN Provinsi Kalimantan Timur yang bertujuan untuk membangun citra dan kepercayaan dari masyarakat.

The Internet as an Agent

“Agency” merupakan proses transformasi pesan dimana pesan tersebut diberikan dari satu orang ke orang lain secara *online*, yang kemudian memberikan konteks dan pemahaman baru [12]. Dalam hal ini, BNN Provinsi Kalimantan Timur dapat memanfaatkan media *online* untuk berkomunikasi dengan agen lainnya yang dapat berdampak dan memberikan pengaruh dari konten yang disajikan. BNN Provinsi Kalimantan Timur mencoba untuk menjalin hubungan dengan para “*stakeholder*” seperti melakukan kegiatan *offline* (kegiatan deteksi dini atau penyuluhan), lalu dokumentasi dari kegiatan tersebut dibuatkan konten bahkan saling memposting ulang konten mengenai instansi terkait. Namun sayangnya, BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak ada berkolaborasi konten dengan “tokoh besar atau tokoh publik” dan minim sekali berkolaborasi konten

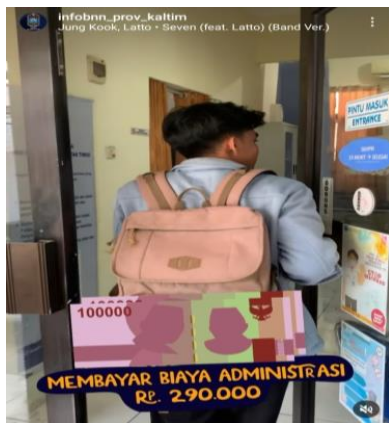
dengan “*stakeholder*” dalam pembuatan konten bersama. BNN Provinsi Kalimantan Timur pun tidak memiliki “Duta Anti Narkoba” yang dapat membantu dalam proses penyebaran informasi atau bahkan ikut serta didalamnya untuk pembuatan konten mengenai P4GN.

Richness in Content

Kekayaan konten yang disajikan di media *online* yang dimiliki oleh instansi menjadi salah satu daya tarik masyarakat. Dengan berbagai jenis bentuk konten yang disajikan seperti kata-kata, gambar, video dan berbagai macam lainnya [6]. Tentu saja, hal ini dilakukan agar tidak membuat masyarakat bosan akan konten yang disajikan, bahkan dengan hal ini menjadi salah satu cara masyarakat untuk berinteraksi dengan instansi yang terkait. Dalam penerapannya BNN Provinsi Kalimantan Timur memperhatikan hal ini dalam pembuatan kontennya terlihat dari tampilannya yang menarik dari segi warna, bentuk tulisan, pemilihan kata, lagu yang digunakan hingga elemen-elemen yang pendukung unggahan tersebut. Berikut hasil wawancara dipaparkan:

“Sajian bentuk konten pun sudah semua dari gambar, tulisan, audio, maupun audio visual” (Ferdinand Suwandi, 20 September 2023).

Berdasarkan hasil dokumentasi, berikut adalah beberapa bukti BNN Provinsi Kalimantan Timur telah membuat konten dengan berbagai macam bentuk melalui media *online* yang dimiliki:



Gambar 4. Bukti Sajian Konten dalam Bentuk Video

(Sumber Akun Instagram resmi @infobnn_prov_kaltim)



Gambar 5. Bukti Sajian Konten dalam Bentuk Gambar
(Sumber Twitter resmi @infobnn_prov_kaltim)



Gambar 6. Bukti Sajian Konten dalam Bentuk Tulisan
(Sumber Akun Instagram resmi @infobnn_prov_kaltim)

Pembaruan konten sudah seharusnya dilakukan di media *online*, agar masyarakat mengetahui mengenai kegiatan ataupun informasi terbaru yang terjadi di BNN Provinsi Kalimantan Timur. Informasi yang disajikan sejauh ini mengenai edukasi, kegiatan instansi, hingga ucapan hari nasional sesuai dengan pernyataan informan pada penelitian ini:

“Ada tentang kinerja atau informasi yang harus disampaikan tentang dampak narkoba, macam-macam ya tentang P4GN (Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkotika)” (Andi Paisah, 29 September 2023).

Berikut adalah tabel variasi konten yang terjadi pada media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur periode Mei hingga Oktober 2023.

Tabel 2. Variasi Konten Media Online BNN Provinsi Kalimantan Timur

Konten atau Informasi yang disajikan	Media Online BNN Provinsi Kalimantan Timur					
	Ig	Fb	Twitter(X)	YT	Tiktok	Total
Kegiatan Kepala	22	11	6	-	-	39
Kegiatan Bidang	40	13	10	1	-	64
Kegiatan Instansi	56	29	7	5	-	97
Ucapan	63	23	4	-	-	90
Kepentingan Instansi	26	17	3	-	-	46
Edukasi Masyarakat	18	5	1	-	1	25
Jumlah	225	98	31	6	1	361

(Sumber posting media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur periode Mei hingga Oktober 2023).

Dari tabel 1 memperlihatkan bahwa BNN Provinsi Kalimantan Timur minim sekali dalam penyajian konten edukasi mengenai P4GN, media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih banyak menyajikan mengenai konten kegiatan instansi. Hal ini bisa saja terjadi akibat humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak memiliki perencanaan konten yang spesifik. Sesuai dengan hasil wawancara:

“Kalo perencanaan konten ya apa yang sekilas aja ataupun kegiatan apa yang perlu di jadikan konten atau ada hal-hal perihal apa yang bisa dijadikan konten kek gitu aja. Kalo spesifik hari ini apa itu kayak ucapan aja, mungkin besok ada ucapan hari apa mungkin dari sekarang dari sebelum hari H sudah kita buat. Kalo seminggu kedepan gak ada, karena kita gak tau kegiatan ini bisa tiba-tiba ada atau kegiatan di luar bidang” (Ferdinand Suwandi, 20 September 2023).

Reach

Reach memiliki arti jangkauan publik terhadap konten yang diunggah melalui berbagai macam Upaya [8]. Instansi dapat melakukan upaya perluasan jangkauan dengan menggunakan *Hyperlink Exchange* ataupun *Search Engine Optimization* agar dapat dengan mudah ditemukan oleh masyarakat [13]. Dalam hal ini BNN Provinsi Kalimantan Timur tetap berupaya agar konten yang disajikan dapat menjangkau masyarakat luas dengan mudah mencari bahkan mengakses informasi pada media *online* instansi. Salah satu cara yang dilakukan BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk memperluas jangkauan konten adalah dengan menggunakan akun bisnis pada media sosial Instagramnya (@infobnn_prov_kaltim). Dalam upaya penyebaran informasi dengan jangkauan yang

lebih luas, terkadang pula melakukan “posting ulang” melalui Instastory mengenai hal-hal yang berkaitan tentang P4GN maupun mengenai BNN. Selain itu BNN Provinsi Kalimantan Timur juga memanfaatkan penggunaan *hashtag* untuk jangkauan konten yang lebih luas seperti #bnnpkaltim2023 #kaltimbersinar #warondrugs #speedupneverletup. Dengan penggunaan *hashtag* ini dapat sebagai penanda mengenai topik yang tertentu sehingga pada saat di buka terdapat berbagai konten sesuai dengan topik pada *hashtag* tersebut.

Dari upaya jangkauan konten yang di lakukan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur, kita dapat melihat sejauh mana interaksi yang dilakukan publik atas konten yang ditampilkan. Dimana disini publik berperan sebagai komunikan atau penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator yaitu BNN Provinsi Kalimantan Timur. Salah satu cara umpan balik atas konten yang disajikan adalah interaksi yang terjalin. Namun, sejauh ini umpan balik yang dilakukan oleh publik adalah hanya dengan menyukai atau *like* konten yang ditampilkan. Berikut adalah paparan hasil wawancara:

“Kalau dari saya pribadi interaksi saya hanya melihat lalu nge-like postingannya aja, belum pernah komen-komen atau bahkan DM untuk tanya-tanya” (Kinanthi Riandifa, 18 Desember 2023).

Implementasi *cyber public relations* BNN Provinsi Kalimantan Timur belum mencapai pada tahapan untuk melakukan kesadaran (*awareness*) dalam mengedukasi masyarakat. Tetapi implementasi *cyber public relations* yang dilakukan sejauh ini lebih kepada tahapan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan konten-konten mengenai kegiatan

instansi. Karena masyarakat telah membentuk citra dari aktivitas BNN Provinsi Kalimantan Timur di media *online* sebagai instansi dengan pelayanan terbuka dan transparan dalam memberikan informasi kegiatan sehingga citra dalam upaya edukasi P4GN di media *online* masih minim.

Upaya Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Menerapkan Cyber Public Relations Pada Edukasi Masyarakat Mengenai P4GN

Media *online* memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk berpartisipasi dan berinteraksi tanpa adanya batasan ruang dan waktu [14]. Hal ini bisa menjadi kesempatan bagi instansi pemerintah dalam menjalankan komunikasi publik dan komunikasi strategis. Dengan adanya media *online* berbagai jenis konten yang berisikan berbagai konteks dapat disajikan semenarik mungkin [15]. Bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi media *online* dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi. Melalui media *online* ini menjadi salah satu strategi BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya edukasi masyarakat, karena jangkauan yang cepat dan luas, masyarakat pun dapat mengetahui mengenai kegiatan BNN Provinsi Kalimantan Timur ataupun mencari informasi yang dibutuhkan dari konten yang disajikan. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan humas dalam mengedukasi masyarakat mengenai P4GN adalah dengan optimalisasi pembuatan dan pengunggahan konten di media sosial. Melihat BNN Provinsi Kalimantan Timur adalah salah satu lembaga pemerintah, hal ini menjadi *filter* instansi dalam pembuatan konten, karena ada aturan dan ketentuan yang harus dijalankan. Namun, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tetap beberapa kali berupaya untuk mengikuti hal-hal yang viral di masyarakat dari bentuk konten maupun *sound* yang sedang di nikmati kalangan masyarakat. Sehingga nantinya hal “viral” tersebut akan dikemas sebagai konten dan disesuaikan dengan visi misi BNN sebagai *leading* sektor P4GN. Hal ini menjadi salah satu cara agar masyarakat tertarik dengan konten yang disajikan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur. Berikut adalah bukti BNN Provinsi Kalimantan Timur mengikuti hal “viral” di masyarakat:



Gambar 7. Penyajian Konten “Viral” Dengan Lagu Jisoo “Flower”

(Sumber Akun Instagram resmi @infobnn_prov_kaltim)

Pada setiap aktivitas di media online, tolak ukur keberhasilan dan kegagalan dari unggahan konten BNN Provinsi Kalimantan Timur terlihat dari rapat evaluasi yang dinamakan “Rapim – Rapat Pimpinan” yang dilaksanakan hampir setiap minggu pada hari Senin. Kegiatan ini menjadi kegiatan koordinasi sekaligus kegiatan evaluasi.

Kendala Yang Dihadapi Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Menerapkan Cyber Public Relations Pada Edukasi Masyarakat Mengenai P4GN

Setiap pekerjaan yang dijalankan untuk mewujudkan cita-cita yang ingin dicapai oleh suatu instansi bukan suatu hal yang mudah, pastinya memiliki kendala yang terjadi dalam pelaksanaannya sehingga hal ini akan berdampak pada hasil yang dikerjakan. Berikut beberapa kendala yang dihadapi oleh humas BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya mengedukasi masyarakat mengenai P4GN di media *online*:

1) Pencarian ide

Pencarian ide merupakan tahapan awal dalam pembuatan konten yang ingin disajikan. Proses pencarian ini membutuhkan waktu agar sesuai dengan visi misi BNN sebagai *leading* sektor P4GN.

2) Kurangnya SDM

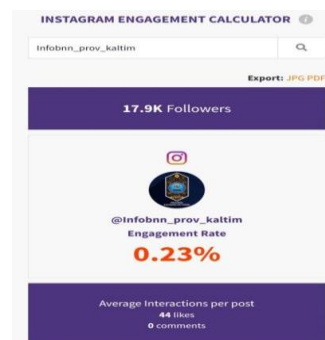
Keberadaan sumber daya manusia pada sebuah instansi memiliki peranan penting dalam melaksanakan sebuah tanggung jawab yang dapat menunjang instansi yang di naungi. Sejauh ini, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih fokus pada media sosial, sehingga intensitas pembaruan *Website* minim terlihat berita yang di sajikan hanya yang bersifat formal, kepentingan instansi dan minim sekali pembahasan untuk mengedukasi masyarakat mengenai P4GN. Tak hanya itu, pada daftar menu struktur organisasi pun masih menampilkan struktur organisasi yang lama sehingga belum mengalami pembaruan. Dari sini terlihat bahwa kurangnya tenaga kerja yang bisa fokus pada pengelolaan *Website*. Kekurangan sumber daya manusia ini pun berdampak pada sulitnya *talent* yang akan menjadi “tokoh utama” dalam konten yang akan disajikan. Pergantian *talent* pada setiap konten terkadang dibutuhkan sebagai upaya keberagaman konten. Hal inilah yang membuat humas harus mengandalkan karyawan yang ada sebagai *talent*. Mengingat setiap karyawan lain yang memiliki tugas dan berbagai kegiatan yang dikerjakan, hal ini dapat berdampak pada konten tersebut dan pekerjaan yang menjadi tugas utama sehingga terjadi tumpang tindih.

3) Kerusakan alat kantor dan cuaca yang tidak mendukung

Hambatan bisa terjadi dimanapun, kapanpun dan dalam bentuk apapun. Terkadang kendala yang terjadi bukan dari kehendak kita, sehingga mengharuskan kita untuk menyusun rencana yang lainnya agar dapat mengatasi masalah yang sedang terjadi. Hal ini membuat perencanaan yang sudah ditetapkan harus dirombak kembali agar sesuai dengan kondisi yang ada. Tentu saja akan berdampak pada alur cerita atau bahkan tidak maksimalnya konten yang dihasilkan. Berikut hasil wawancara di paparkan:

“Kadang *trouble* di alat sama moment biasanya. Kadang misalnya niat mau bikin konten kekgini-kekgini udah fix sama *talent* segala macam, besoknya hujan. *Trouble* kendala dan segala macam bentuk kayak gitu biasanya” (Mohammad Zaidan, 20 September 2023).

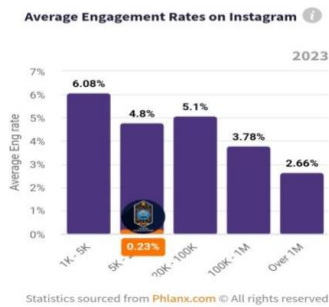
BNN Provinsi Kalimantan Timur memanfaatkan media *online* sebagai sarana menginformasikan, mendidik dan mengubah sikap masyarakat. BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih mengandalkan media sosial Instagram sebagai media utama dalam penyebarluasan informasi. Berdasarkan hasil wawancara memperlihatkan bahwa aktivitas yang di lakukan di media sosial adalah untuk mem-*branding* BNN Provinsi Kalimantan Timur. *Branding* yang dilakukan di media sosial BNN Provinsi Kalimantan Timur bertujuan untuk membentuk citra serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dengan mengunggah konten-konten yang berkaitan dengan instansi maupun P4GN. Namun, pada pelaksanaannya media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur lebih banyak mempublikasikan konten mengenai instansi saja. Tentu saja ini tidak cukup untuk mem-*branding* instansi, tetapi di butuhkan berbagai upaya untuk tetap menjalin interaksi dengan masyarakat sehingga nantinya masyarakat dapat membentuk persepsi bahwa BNN Provinsi Kalimantan Timur adalah sebuah kebutuhan. Dengan keberadaan media *online* sudah seharusnya di manfaatkan oleh instansi untuk melakukan interaksi dengan publiknya, hal ini juga disebut dengan *Engagement* dimana istilah ini digunakan untuk mengukur keaktifan interaksi para pengguna media sosial terhadap konten-konten yang diunggah. *Engagement* dapat diukur berdasarkan jumlah *likes*, *shares*, *comments* hingga *followers*. Dari jumlah pengikut yang cukup banyak terutama pada media sosial Instagram yang dimiliki oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur. Berikut adalah presentase *engagement rate* yang didapatkan pada media sosial Instagram BNN Provinsi Kalimantan Timur:



Gambar 8. Presentase *Engagement Rate* Instagram BNN Provinsi Kalimantan Timur

(Sumber: *Pblanx.com* – Instagram Engagement Calculator per 13 Desember 2023 pukul 14.44 WITA)

Dengan jumlah pengikut Instagram yang lebih dari 17 ribu akun pengikut, *engagement rate* yang didapatkan oleh Instagram @infobnn_prov_kaltim tidak mencapai 1% yaitu 0.23% dimana ini bertanda bahwa keterlibatan publik secara menyeluruh tidak terlalu terlibat dengan konten yang disajikan. Hal ini terlihat dari minimnya jumlah *likes* dan komentar dari masyarakat sebagai bentuk umpan balik. Berdasarkan hasil wawancara dengan para publik juga menyebutkan bahwa interaksi yang mereka lakukan hanya sekedar menyukai atau *like* postingan yang ditampilkan.



Gambar 9. Standar Rata-Rata *Engagement Rate* Instagram Berdasarkan Jumlah Followers

(Sumber: Phlanx.com – Instagram Engagement Calculator per 13 Desember 2023 pukul 14.44 WITA)

Berdasarkan jumlah pengikut BNN Provinsi Kalimantan Timur melalui Instagram (@infobnn_prov_kaltim) yang mencapai lebih dari 17 ribu pengikut, seharusnya rata-rata angka *engagement* yang didapatkan adalah 4.8% karena jumlah pengikutnya diatas 5 ribu hingga 20 ribu. Namun pada kenyataannya angka *engagement* yang didapatkan dibawah 1% yaitu 0,23%. Hal ini memperlihatkan bahwa angka *engagement* yang di dapatkan oleh akun Instagram BNN Provinsi Kalimantan Timur (@infobnn_prov_kaltim) masih berada di bawah rata-rata. Keterlibatan masyarakat dalam aktivitas di media *online* menjadi salah satu cara agar humas dapat membangun, menjalin hingga mempertahankan hubungan dengan khalayaknya. Peran humas sebagai komunikator dapat membuka jalan untuk terjadinya komunikasi dua arah dengan melibatkan masyarakat seraya mendengarkan pendapat maupun keluhan, berkomunikasi maupun berinteraksi, memperhatikan kebutuhan hingga melakukan kolaborasi dengan masyarakat (Ashari,2023). Dalam setiap jenis media *online*, khalayak yang menggunakan media tersebut memiliki

berbagai karakteristik yang berbeda-beda seperti kalangan usia pengguna, jenis kelamin pengguna, jenis pekerjaan pengguna hingga waktu penggunaan menggunakan media tersebut. Oleh karena itu, humas harus memperhatikan setiap konten yang diunggah sesuai dengan khalayak yang di tuju dan media *online* yang digunakan.

Setelah mendapatkan khalayak yang dituju, humas dapat melakukan perencanaan media konten digital dengan memikirkan pesan yang ingin disampaikan, media yang digunakan, hingga tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya perencanaan media konten digital dapat menghasilkan komunikasi yang efektif karena humas akan terbantu dalam mengatur tema yang akan dikerjakan sehingga tidak menghabiskan waktu setiap harinya dalam memikirkan ide konten, akan terbantu dalam penyusunan pesan konten sesuai media *online* yang digunakan, dan akan terbantu dalam perencanaan konten selanjutnya karena telah mengetahui performa yang baik dan bisa di sesuaikan dalam perencanaan yang selanjutnya. Namun dalam pelaksanaan kegiatan *cyber public relations*, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur belum maksimal dalam pembuatan konten. Se jauh ini, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak memiliki perencanaan konten yang *spesifik* untuk sajian konten di media *online*. Hal ini yang membuat humas BNN Provinsi Kalimantan Timur kesulitan dalam mencari ide-ide yang baru bagi konten media *online* BNN Provinsi Kalimantan Timur. Se jauh ini, pembuatan konten yang dilakukan oleh humas BNN Provinsi Kalimantan Timur berdasarkan bahan dokumentasi kegiatan atau hal-hal yang tersedia yang dapat disajikan sebagai konten instansi. Hal ini yang membuat konten yang disajikan lebih banyak mengenai kegiatan instansi seperti kegiatan kepala, kegiatan bidang, maupun kegiatan rutin instansi (J'umat sehat) dibandingkan edukasi masyarakat mengenai P4GN. Padahal dengan adanya perencanaan media konten digital akan membantu humas sendiri dalam pengekseskusan kontennya sehingga pesan yang ingin terkandung dalam konten tersebut dapat tersampaikan dengan tepat dan masyarakat pun dapat tertarik dengan konten yang disajikan. Berdasarkan hasil wawancara, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur pun ingin memperbaiki kualitas konten terutama jalan cerita dari konten tersebut.

Peran Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Sebagai Press Agency

Dalam buku *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Grunig & Hunt (1984:91) [16], peran *press agency* adalah kegiatan publisitas yang bersifat satu arah dalam menyebarkan informasi dari instansi kepada publik. Pada model ini komunikator tidak begitu peduli terhadap *feedback* dari pihak komunikan. Penggunaan *press agency* sendiri dimanfaatkan humas untuk mendapatkan perhatian dan liputan dari media karena tugas humas tidak terlepas dari *pers*. Dimana, kerja humas yang selalu berkaitan dengan masyarakat ataupun *stakeholder*, sehingga memiliki hubungan pula dengan media massa yang selalu menjadi konsumsi publik dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dalam buku *public relations*, Frank Jefkins (2000:69) [17] menuturkan bahwa hubungan media adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimal dari sebuah informasi, hal ini dilakukan dalam rangka menumbuhkan pengetahuan bagi masyarakat dari instansi yang bersangkutan.

Dari sini terlihat, bahwa humas harus menjalin hubungan baik dengan *pers*, dimana aktivitas kehumasan ini menjadi langkah-langkah dalam membangun hubungan yang selaras dan harmonis dengan media massa. Disini diperlukan sikap saling percaya dan hubungan timbal balik antara kedua belah pihak sehingga terjalin hubungan sinergi yang berdampak pada pemberitaan yang disebarkan oleh *pers* dengan memberikan informasi yang sebenar-benarnya bagi masyarakat. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan citra positif dari instansi yang menaungi. Pada model ini digunakan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk mendapatkan atensi dan pemberitaan dari *pers*. Sejauh ini, model publisitas yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi kepada wartawan untuk meliput setiap kegiatan pemusnahan barang bukti narkotika ataupun untuk meliput kegiatan *press release* BNN Provinsi Kalimantan Timur. Hal ini bertujuan agar BNN Provinsi Kalimantan Timur mendapatkan pemberitaan yang luas dari media mengenai kegiatan yang terlaksana. Dengan cara ini, akan membantu BNN Provinsi Kalimantan Timur untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Banyak yang Cari, Ali Nekat Jualan Sabu Dekat Kantor BNNP Kaltim

7 November 2023

Bagikan:



Tersangka Ali membuang air bercampur sabu dari dalam ember ke toilet dengan tujuan pemusnahan barang bukti di kantor BNNP Kaltim, Jalan Rapak Indah, Samarinda, Selasa 7 November 2023 (niaga.asia/Saud Rosadi)

Gambar 10. Keterlibatan *Pers* Pada Pemusnahan Barang Bukti Narkotika BNN Provinsi Kalimantan Timur
(Sumber Website Samarinda.niaga.asia)

Peran Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Sebagai Public Information

Dalam buku *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Grunig & Hunt (1984:94) [18] peran *public information* adalah kegiatan komunikasi yang bersifat satu arah yaitu "Telling" bukan "Listening", sama seperti *press-agentry*. Perbedaannya pada peran *public information* untuk memenuhi kebutuhan informasi dari publiknya bukan untuk melakukan promosi atau publisitas. Namun, informasi yang akan disajikan akan diseleksi dan bersifat menguntungkan bagi instansi. Berdasarkan hasil wawancara, BNN Provinsi Kalimantan Timur telah memberikan berbagai jenis informasi yang sudah seharusnya masyarakat ketahui seperti konten kegiatan instansi, konten pelayanan, konten himbauan, hingga konten edukasi masyarakat. Penyajian konten pun diunggah minimal satu kali sehari melalui media *online* yang dimiliki. Hal ini memperlihatkan bahwa keterbukaan informasi yang disajikan mengalami pembaruan setiap harinya, dan informasi yang disajikan pun benar. BNN Provinsi Kalimantan Timur pun telah melaksanakan model ini sebagai upaya penyedia informasi yang akurat.

Dalam menjalankan tugas sebagai *public information*, humas harus menjadi teknisi komunikasi. Dimana peran ini humas menyediakan layanan teknis yang dibutuhkan oleh instansi, oleh karena itu humas membutuhkan kemampuan dasar dalam menjalankan tugasnya. Dengan kemampuan dasar yang dimiliki

dapat terlihat keberhasilan humas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Disini, humas dituntut untuk inovatif dan kreatif dalam penyajian konten. Dengan cara ini dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat yang melihat konten tersebut. Dari segi menjalankan peran sebagai teknisi komunikasi, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur telah menjalankannya dengan baik. Hasil observasi menunjukkan humas BNN Provinsi Kalimantan Timur setidaknya memiliki kemampuan dasar dalam pengambilan foto atau video, kemampuan *editing* serta memiliki kemampuan menulis berita minimal 1 paragraf. Dari sini terlihat dari konten-konten yang disajikan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur melalui media *online* sudah dalam berbagai bentuk dari gambar, tulisan, audio, maupun audio visual.

Peran Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Two-Way Asymmetric

Dalam buku *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Grunig & Hunt (1984:95) [7] bahwa peran humas ialah komunikasi yang menerapkan dua arah (*feedback*). Namun, model ini lebih mengarah pada strategi komunikasi instansi untuk mempengaruhi publik agar dapat beradaptasi dengan instansi. Model ini memiliki pendapat bahwa praktisi humas dapat membantu instansi mempersuasi publik agar memiliki pola pikir dan perilaku seperti yang dikehendaki oleh instansi. Tetapi, sifat dari *feedback* tersebut tertunda dan tidak bisa ditanggapi secara langsung (Ashari, 2023) [19]. Dari sini terlihat dari interaksi yang terjadi antara BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam membalas komentar dan membalas pesan yang diterima. Sejauh ini, intensitas interaksi membalas komentar minim sekali dilakukan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur, tetapi beberapa kali interaksi membalas komentar terjadi pada media *online* Tiktok, terkhususnya pada konten yang ramai (*fyp*). Dalam penerimaan pesan, BNN Provinsi Kalimantan Timur pun menerima pesan melalui *direct message* pada media *online*. Peran humas disini menjadi perantara, jika pesan tersebut mengenai pelaporan penindaklanjutan narkoba maka humas akan membantu dengan memberikan *call center* divisi pemberantas untuk kelanjutannya.

Pada model ini mengarah pada strategi komunikasi instansi untuk mempengaruhi publik beradaptasi

dengan instansi bukan sebaliknya. Model ini memiliki pendapat bahwa praktisi humas dapat membantu instansi mempersuasi publik agar memiliki pola pikir dan perilaku seperti yang dikehendaki oleh instansi. Namun, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak memiliki program kerja khusus yang dijalankan. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya mempengaruhi publik adalah dengan beberapa kali melakukan siaran langsung atau *live* melalui Instagram dalam kegiatan pemusnahan barang bukti narkoba yang bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui hasil kerja yang dilakukan oleh instansi dalam memberantas narkoba.

Peran Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Two-Way Symmetric

Dalam buku *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Fawkes (2004), Grunig & Hunt (1984), Horisson (2009) dan Wehmeier (2009)[20] mengatakan bahwa model *two-way symmetric* ini merupakan model yang paling ideal, karena mementingkan komunikasi secara penuh dengan publiknya dan berfokus pada upaya untuk membangun hubungan dan kesamaan pemahaman. Bukan melakukan berbagai cara untuk mempersuasi masyarakat. Dengan kata lain, model ini sangat memerhatikan umpan balik dari publiknya dan memandang publiknya lebih, bukan hanya semata-mata sebagai publik. Sudah semestinya humas menjalankan komunikasi dua arah, melihat tugasnya yang menjadi penghubung antara instansi dan masyarakat. Namun, pada kenyataannya humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak memiliki program kerja yang dijalankan. Terutama pada aktivitas kehumasan untuk melakukan komunikasi secara penuh bersama masyarakat melalui media *online*, bahkan humas BNN Provinsi Kalimantan Timur pun tidak memanfaatkan fitur “QNA” pada Instagram sebagai sarana diskusi dengan masyarakat untuk membangun hubungan dengan para *stakeholder*. Berdasarkan hasil wawancara, humas BNN Provinsi Kalimantan Timur sebenarnya memiliki rencana untuk membuat *podcast* sebagai upaya edukasi masyarakat. Namun, kegiatan *podcast* ini masih dalam tahap perencanaan, dan masih adanya hambatan yang terjadi sehingga kegiatan ini belum dapat direalisasikan. Berdasarkan model ini, BNN Provinsi Kalimantan Timur seharusnya bisa melihat

kesempatan, akibat interaksi yang terjadi secara kompeherensif antara humas dan publiknya, karena dengan model ini menyelaraskan kepentingan pribadi dan kepentingan publik dalam proses memberi dan menerima sehingga dapat membangun hubungan saling percaya antara kedua belah pihak. Untuk melengkapi faktor dalam model ini, BNN Provinsi Kalimantan Timur telah terlaksana yaitu melalui aktivitas layanan pengaduan masyarakat berupa *call center* atau melalui *direct message* media *online* yang dimiliki oleh BNN Provinsi Kalimantan Timur atau melalui laman BNN sebagai sarana komunikasi antara instansi dan publik. Melalui cara ini, masyarakat pun dapat menyampaikan saran atau kritik kepada instansi. Dari sini, BNN Provinsi Kalimantan Timur mengetahui hal-hal atau opini dari masyarakat. Segala kritikan yang di sampaikan masyarakat di terima dan menjadi bahan evaluasi bagi instansi.

Peran Humas BNN Provinsi Kalimantan Timur Dalam Tataran Manajerial

Dalam teori *excellence public relations*, keberadaan humas bukan hanya sebagai alat persuasif atau teknisi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi (*in house reporter*). Tetapi humas juga dianggap sebagai profesional yang melaksanakan peran sebagai manajer yang menggunakan penelitian dan dialog untuk membangun hubungan yang selaras dengan publiknya. Dengan kata lain, humas adalah fungsi manajemen yang membantu instansi untuk berinteraksi dengan komponen sosial dan politik di lingkungannya [13]. Dalam peran manajer, BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak sepenuhnya mengikutsertakan humas dalam sebuah keputusan atau kebijakan. Karena sejauh ini humas BNN Provinsi Kalimantan Timur hanya berfokus pada media *online* dengan menyajikan konten-konten untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara memperlihatkan humas BNN Provinsi Kalimantan Timur merangkap menjadi humpro (humas dan protokol) dimana protokol bertugas untuk mewadahi dan membantu tentang prosedur kegiatan Pak Kepala dan humas memiliki kewajiban untuk membuat konten, mengedit, dokumentasi dan terkadang mengelola *Website*. Keikutsertaan humas dalam penyelesaian masalah pun tergantung dari jenis masalah, jika permasalahan bersifat rahasia humas tidak ikut andil namun jika permasalahan yang harus dihadapi

bersama, maka seluruh anggota instansi dapat ikut andil dalam penyelesaian masalah. Tentu saja ini belum sesuai dengan teori *excellence public relations* yang menyatakan bahwa humas juga dituntut melaksanakan peran manajer untuk ikutserta dalam menjalankan fungsi manajemen strategis.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis keseluruhan data yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Sejauh ini, dalam penerapan elemen *transparency* BNN Provinsi Kalimantan Timur telah melakukan keterbukaan informasi mengenai hal-hal yang menjadi kebutuhan masyarakat maupun kepentingan instansi.
- 2) Sejauh ini, dalam penerapan elemen *internet porosity* BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak pernah mengalami kebocoran data, sebagai langkah antisipasi para petinggi utama pun telah memiliki bekal ilmu kehumasan.
- 3) Sejauh ini, dalam penerapan elemen *the internet as an agent* BNN Provinsi Kalimantan Timur minim sekali melakukan kolaborasi konten dengan para *stakeholder* bahkan tidak pernah melakukan kolaborasi dengan tokoh besar maupun tokoh publik.
- 4) Sejauh ini, dalam penerapan elemen *richness in content* BNN Provinsi Kalimantan Timur telah memberikan berbagai macam bentuk dan jenis informasi mengenai P4GN. Namun, konten yang disajikan banyak mengenai kegiatan instansi dibandingkan konten edukasi, hal ini terjadi karena tidak adanya perencanaan konten yang spesifik.
- 5) Sejauh ini, dalam penerapan elemen *reach* BNN Provinsi Kalimantan Timur menggunakan akun bisnis pada media *online* Instagram @infobnn_prov_kaltim untuk melihat sejauh mana jangkauan atas konten yang disajikan.
- 6) Melalui aktivitas *cyber public relations*, upaya humas BNN Provinsi Kalimantan Timur dalam mengedukasi masyarakat adalah optimalisasi pembuatan dan pengunggahan konten di media sosial, dan kendala yang dialami adalah pencarian ide, kurangnya SDM, kerusakan alat kantor

hingga cuaca yang tidak mendukung.

- 7) Sejauh ini, dalam penerapan teori *excellence public relations*, BNN Provinsi Kalimantan Timur telah menjalankan peran *press agency* dan *public information* dengan baik. Namun, pada proses komunikasi dua arah, interaksi yang terjadi hanya melalui *live* Instagram, kolom komentar dan *direct message*. Hal ini terjadi karena humas tidak memiliki program kerja khusus yang dijalankan.
- 8) Sejauh ini, dalam tataran manajerial humas BNN Provinsi Kalimantan Timur tidak sepenuhnya ikutserta dalam sebuah keputusan atau kebijakan. Hal ini terjadi karena humas BNN Provinsi Kalimantan Timur hanya berfokus pada media *online*.

5. Daftar Pustaka

- [1] Riska, N. and Sugandi, K.D., 2019. Peran Humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Kalimantan Timur Dalam Menjalankan Program P4GN. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 7(2), pp. 191–203.
- [2] Sembiring, N.K., 2022. Peran Humas Badan Narkotika Nasional Tanah Karo dalam Memberikan Informasi tentang Penyalahgunaan Narkoba kepada Masyarakat Tanah Karo. Universitas Medan Area, Medan Available at: <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/17555>.
- [3] Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia, 2022. Pengertian Narkoba dan Bahaya Narkoba Bagi Kesehatan. Available at: www.bnn.go.id.
- [4] Badan Narkotika Provinsi Kalimantan Timur, 2022. Press Release BNN Provinsi Kaltim 2022, www.kaltim.bnn.go.id.
- [5] Kriyantono, R., 2019. Public relations activities of state universities based on excellence theory. *Avant Garde*, 7(2), pp.154-170.
- [6] Soetantri, I., 2020. Praktik Kegiatan Humas Bnn Dalam Pemanfaatan Media Sosial. *PREcious: Public Relations Journal*, 1(1), pp.89-117. DOI: <https://doi.org/10.24246/precious.v1i1.4192>.
- [7] E. Ardianto, L. Komala, and S. Karlinah, 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [8] Fadila, R.I., 2022. *Penerapan Cyber Public Relations Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- [9] Suryanto and S. S. Gassing, 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [10] N. K. Khotimah, 2021 *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Praktisi Humas Pemerintah Di Indonesia*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- [11] Pamungkas, D.S., 2021. *Aktivitas cyber public relations pt. Mandom indonesia dalam meningkatkan loyalitas pelanggan produk gatsby melalui akun instagram@ gatsbycode* (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- [12] Sari, G.G. and Hardianti, G., 2021. Implementasi Excellence Public Relations dalam Pengelolaan Konflik oleh Energi Mega Persada Bentu Limited. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), pp.67-78.
- [13] Atikah, R., 2019. *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan Pt Pln (Persero) Aceh* (Skripsi, UIN Ar-Raniry).
- [14] Andipate, A.A., 2016. Paradigma Baru Public Relations: Teori, Strategi dan Riset. *Jakarta: Pustaka Indonesia*.
- [15] S. El Adawiyah, 2020. *Pengantar Public Relations*. Yogyakarta: Litera.

- [16] Kriyantono, R., 2017. *Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: Aplikasi penelitian & praktik*. Kencana.
- [17] Ramadani, T., Kom, S.I. and AP, M.T., 2022. *The Government Public Relations Handbook: Panduan Praktis Humas Pemerintah*. CV. Bintang Semesta Media.
- [18] Hairunnisa, 2015. *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [19] Ashari, S. and Arsyad, A.W., 2023. Implementasi Cyber Public Relations Dalam Pembentukan Citra Kepolisian Resor Kota (Polresta) Samarinda. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), pp.1770-1787. DOI: <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.411>.
- [20] Syahputra, I., 2019. *Media Relations: Teori, Strategi, dan intelijen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [21] Sujanto, Raditia Yudistira. 2022. *Pengantar Public Relations Di Era 4.0 Teori, Konsep, dan Praktik Kasus Terkini*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [22] Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- [23] Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [24] GreatNusa. 2023. Social Media Engagement Adalah: Arti, Cara dan Fungsinya. Available at: <https://greatnusa.com/artikel/social-media-engagement-adalah/#:~:text=Pengertian%20Social%20Media%20Engagement,atau%20akun%20media%20sosial%20tertentu>. Diakses Tanggal 13 Desember 2023.
- [25] Niaga Asia. 2023. Banyak Yang Cari, Ali Nekat Jualan Sabu Dekat Kantor BNNP Kaltim. Dari <https://www.niaga.asia/banyak-yang-cari-ali-nekat-jualan-sabu-dekat-kantor-bnnp-kaltim/?fbclid=PAAaabOMY8IHf8d4zLE90WNGmlTtvEP-TcMEYJpeJ435o1ZbiPEv5dNY7vuk>. Diakses Tanggal 17 November 2023.
- [26] Ukmindonesia.id. 8 Tips Menyusun Rencana Konten Digital Tahunan. Dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/8-tips-menyusun-rencana-konten-digital-tahunan->. Diakses Tanggal 7 November 2023.
- [27] Masrizal. 2015. *Pengendalian Masalah Sosial Melalui Kearifan Lokal*. Banda Aceh: Percetakan & Penerbitan Syiah Kuala University Press Darussalam.
- [28] *Indonesia Drugs Report* Tahun 2020, 2021, dan 2022 dari Pusat Penelitian, Data dan Informasi Badan Narkotika Nasional (PUSLITDATIN BNN).
- [29] *Press Realease* Pemusnahan BNN Provinsi Kalimantan Timur (Kamis, 13 Oktober 2022).
- [30] Peraturan Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Narkotika Nasional Provinsi dan Badan Narkotika Nasional Kabupaten/Kota.
- [31] Undang-undang Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- [32] Undang-undang Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika.