

PENGARUH SOSIALISASI PENCEGAHAN NARKOBA
TERHADAP PERSEPSI ORANG TUA TENTANG NARKOBA
DI KELURAHAN DUREN SAWIT, JAKARTA TIMUR



NUR AMALIA SYIFA

5545133578

Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

ABSTRAK

NUR AMALIA SYIFA. PENGARUH SOSIALISASI PENCEGAHAN NARKOBA TERHADAP PERSEPSI ORANG TUA TENTANG NARKOBA. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi orang tua tentang narkoba. Sosialisasi tersebut dilakukan untuk membentuk persepsi negatif para orang tua terhadap narkoba agar memiliki sikap dan perilaku dalam mencegah keluarga dari penyalahgunaan narkoba. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 30 responden yaitu orang tua yang telah menerima sosialisasi pencegahan narkoba melalui buku *Pencegahan Bahaya Narkoba* di Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur. Pengukuran menggunakan skala sosialisasi yang berjumlah 26 item soal dan skala persepsi yang berjumlah 30 item soal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, korelasi product moment. Hasil analisis korelasi product moment diperoleh (r) sebesar 0,363 ; $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba, yang artinya semakin positif sosialisasi yang dilakukan, semakin positif pula persepsi yang dihasilkan pada orang tua, sebaliknya semakin negatif sosialisasi yang dilakukan, semakin negatif persepsi orang tua.

Kata Kunci : *Persepsi, Narkoba, Sosialisasi*

ABSTRACT

NUR AMALIA SYIFA. THE INFLUENCE OF SOCIALIZATION OF DRUGS PREVENTION TO PARENTS 'PERCEPTIONS ON DRUGS.
Thesis. Jakarta: Family Welfare Education, Faculty of Engineering Jakarta State University.

This study aims to determine the effect of drug prevention socialization on parents' perceptions about drugs. Socialization is done to form a negative perception of parents to drugs in order to have the attitude and behavior in preventing families from drug abuse. The research method used a quantitative approach with 30 respondents ie parents who have received the socialization of drug prevention through the book of Prevention of Drug Danger in Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur. Measurements using the scale of socialization amounted to 26 items of problems and the scale of perception that amounted to 30 items about. Data analysis technique used is descriptive analysis, product moment correlation. The result of product moment correlation analysis obtained (r) equal to 0,363; $P = 0.000$ ($p < 0,05$) which means there is positive influence between socialization of drug prevention to perception about drugs, which means more positive socialization done, the more positive also perception that resulted in parent, the more negative the socialization done, the more Negative perceptions of parents.

Keywords : *Perceptions, Drugs, Socialization*

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah hasil asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya Tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan

Nur Amalia Syifa

5545133578

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat dengan baik menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Sosialisasi Pencegahan Narkoba Terhadap Persepsi Orang Tua Tentang Narkoba”**.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan, Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada ;

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik
2. Dr. Agus Dudung, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
3. Dra. Metty Muhariati, MM selaku Kepala Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga.
4. Dosen pembimbing, Dra. Hamiyati, M.Si dan Dr.Shinta Doriza, M.Pd, M.S.E yang membimbing dengan penuh kesabaran dan pertolongan yang luar biasa, semoga Allah SWT memberikan kesuksesan dan kebahagiaan dalam setiap langkah Ibu.
5. Dosen ahli Mulyati, S.Pd, M.Si dan Kenty Martiastuti, M.Si, yang ikut serta membimbing dan memberikan arahan sekaligus masukan dalam validasi instrument skripsi.

6. Orang tua peneliti, Ibunda tercinta yang tiada henti mendukung serta mendoakan dalam untaian nafasnya.
7. Orang tua peneliti, ayahanda tercinta yang telah lebih dulu menikmati taman surga, semoga kebahagiaan senantiasa menyertai beliau.
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Teman-teman PKK 2013, dan para senior PKK yang telah menjadi alumni.

Dalam penulisan skripsi ini, disadari bahwa banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Untuk itu, kritik dan saran diharapkan untuk skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini memberikan manfaat baik bagi penulis ataupun para pembaca.

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstract	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	10
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 Hakikat Persepsi	10
2.1.2 Sosialisasi Pencegahan Narkoba	21
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	43
2.3 Kerangka Teoritik	44
2.4 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Tujuan Penelitian.....	48
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	48
3.3 Metode Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.1 Instrumen Persepsi Tentang Narkoba	50

3.1.1.1 Definisi Konseptual	51
3.1.1.2 Definisi Operasional	51
3.1.1.3 Kisi-kisi Instrumen	51
3.2.1 Instrumen Sosialisasi Pencegahan Narkoba.....	52
3.1.2.1 Definisi Konseptual	52
3.1.2.2 Definisi Operasional	52
3.1.2.3 Kisi-kisi Instrumen	53
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.5 Hipotesis Statistika	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Data	63
4.2 Uji Prasyarat Analisis	76
4.3 Uji Hipotesis.....	79
4.4 Pembahasan.....	82
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Implikasi.....	90
5.3 Saran.....	91
Daftar Pustaka	93
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert	49
Tabel 3.2. Kisi-kisi Instrumen Variabel Y	50
Tabel 3.3. Kisi-kisi Instrumen Variabel X	51
Tabel 3.4. Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas.....	55
Tabel 3.5. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba	67
Tabel 4.2. Rata-rata Hitung Skor Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba	70
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Tentang Narkoba	72
Tabel 4.4. Rata-rata Hitung Skor Variabel Persepsi Tentang Narkoba	75
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas Data.....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Terjadinya Persepsi	46
Gambar 2.2. Kerangka Teoritik	47
Gambar 4.1. Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 4.2. Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3. Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Gambar 4.4. Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar 4.5. Grafik Dimensi Variabel Sosialisasi	71
Gambar 4.6. Grafik Dimensi Variabel Persepsi Tentang Narkoba.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Masa remaja merupakan masa transisi dalam rentang kehidupan manusia dan terjadi perubahan-perubahan pada dirinya baik secara fisik, psikis, maupun sosial (Santrock, 2003:40). Dalam masa peralihan yang demikian, seorang remaja telah seperti orang dewasa, hanya saja belum matang perkembangan jiwanya, segi emosi dan sosialnya masih memerlukan waktu untuk berkembang menjadi dewasa. Pada masa transisi tersebut akan muncul kecenderungan perilaku menyimpang (Ekowarni, 1993:31).

Hal ini sependapat juga dengan Hall (dalam Santrock, 2011:52) yang mengajukan pandangan "storm-and-stress" untuk menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa bergolak yang diwarnai oleh konflik dan perubahan suasana hati. Kondisi tersebut akan memicu timbulnya berbagai perbuatan-perbuatan negatif dan penyimpangan perilaku yang melanggar aturan dan norma yang ada di masyarakat yang biasanya disebut dengan kenakalan remaja. Hal tersebut bisa timbul karena sifat kepribadian yang kurang baik dan lingkungan yang kurang kondusif .

Salah satu faktor penyebab timbulnya kenakalan remaja adalah tidak berfungsinya orang tua sebagai figur tauladan bagi anak (Hawari, 1999:25). Lingkungan dan suasana keluarga yang kurang baik juga dapat menimbulkan bahaya psikologis terutama pada masa remaja. Menurut Hischi (dalam Mussen, 2002:37) orang tua dari remaja nakal cenderung memiliki aspirasi yang minim

mengenai anak-anaknya, sehingga kurangnya bimbingan orang tua terhadap remaja.

Salah satu kenakalan remaja yang sedang marak saat ini adalah penggunaan narkotika dan obat-obatan berbahaya (narkoba). Penyalahgunaan narkoba di Indonesia beberapa tahun terakhir ini menjadi masalah serius dan telah mencapai keadaan yang memperihatinkan. Kasus penyalahgunaan narkoba sudah meluas sedemikian rupa sehingga melampaui batas-batas jenis kelamin, umur, dan strata sosial. Hal tersebut tidak hanya merambah perkotaan tetapi juga sampai pedesaan yang akibatnya sangat merugikan individu, masyarakat, dan negara. Bahkan dapat menimbulkan bahaya lebih besar lagi bagi kehidupan dan nilai-nilai budaya bangsa yang pada akhirnya dapat melemahkan ketahanan nasional.

Laporan UNODC (*United Nation Office on Drugs and Crime*) tahun 2016 menunjukkan bahwa pada tahun 2014 sekitar 183-300 juta orang dari seluruh negara dengan rentang usia 15-64 tahun, pernah mengkonsumsi narkoba selama hidupnya dan memakai zat psikoaktif, dimana 12% yaitu sekitar 29 juta diantaranya mengalami gangguan penggunaan narkoba. Saat ini, masalah penyalahgunaan narkoba merupakan penyebab besar timbulnya penyakit dan kematian di dunia.

Merujuk pada hasil penelitian Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia bekerjasama dengan Badan Narkotika Nasional (BNN) tahun 2015 tentang Survei Nasional Prevalensi Penyalahgunaan Narkoba pada diperkirakan jumlah penyalahguna narkoba mencapai 4.089.029 orang atau sekitar 2,20% dari total seluruh penduduk Indonesia berusia 10-59 tahun yang berisiko terpapar narkoba dalam setahun terakhir.

Menurut data BNN bahwa dari tahun 2011-2015, tersangka paling banyak menggunakan narkoba golongan narkotika, yaitu sebanyak 146.327 orang dengan persentase 70%. Sedangkan golongan bahan adiktif lainnya sebesar 26% dan psikotropika sebesar 4% dari total keseluruhan tersangka.

Berdasarkan penggolongan tersangka kasus narkoba tahun 2015 oleh BNN, terjadi peningkatan tersangka kasus narkoba secara keseluruhan, jumlah tersangka narkoba tertinggi terjadi pada kasus narkotika dengan total 37.012 orang. Mengalami peningkatan 17% jika dibandingkan dengan tahun 2014 sebanyak 30.496 orang. Sedangkan berdasarkan kelompok umur, untuk usia dibawah 16 tahun sebanyak 69 tersangka, untuk usia 16-19 tahun mencapai 2.117 tersangka, dan untuk usia 20-24 tahun sebanyak 69.978 tersangka. Data tersebut menunjukkan bahwa dalam jangka waktu satu tahun, sudah banyak remaja awal yang terlibat kasus narkoba.

Melihat data di atas, kekhawatiran terhadap nasib anak-anak dan remaja yang pada akhirnya akan berimbas pada masa depan bangsa sebenarnya cukup beralasan, mengingat beberapa jenis narkoba memiliki efek bahaya yang akan dialami remaja ketika sudah merasakan dan menikmati narkoba itu, diantaranya akan menimbulkan pelambatan dan kekacauan pada saat berbicara, mengalami kerusakan pada *liver* dan ginjal, peningkatan resiko terkena HIV dan penyakit infeksi lainnya serta yang lebih parah adalah kematian. Berdasarkan fenomena tersebut apabila keadaan tersebut dibiarkan secara terus menerus bukan tidak mungkin akan terjadi hilangnya satu generasi yang disebabkan oleh penyalahgunaan narkoba (Kartono : 2006).

Selama ini berbagai upaya preventif dilaksanakan untuk menekan angka prevalensi penyalahgunaan narkoba. Pencegahan penyalahgunaan narkoba merupakan strategi penting dalam rangka meningkatkan kesehatan seseorang secara signifikan dan mendukung perkembangan anak-anak yang sehat dan aman sejak mereka lahir hingga dewasa

Berbagai praktik pencegahan penyalahgunaan narkoba yang diselenggarakan berbagai pihak mencerminkan 3 (tiga) bentuk pencegahan yaitu pencegahan primer, pencegahan sekunder, dan pencegahan. Sasaran program pencegahan primer adalah untuk melindungi seseorang yang belum atau tidak pernah menggunakan narkoba supaya tidak sekali-kali mencoba mengkonsumsi narkoba. Pencegahan ini untuk mengurangi dan mencegah timbulnya pengguna narkoba baru. Pada program pencegahan primer, keluarga adalah sasaran utama.

Pada era modernisasi sekarang ini, peran keluarga sangat penting dan dibutuhkan. Peran keluarga sebagai lingkungan yang pertama kali ditemui anak sangat menentukan kualitas individu dalam menjalankan kehidupannya, maka tumbuh kembang anak menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan. Dalam hal ini tentu saja orang tua memegang peran yang sangat vital, melalui pola asuh yang mereka terapkan. Ketika dikorelasikan dengan pencegahan penyalahgunaan narkoba berbasis keluarga, maka hal ini dinilai sangat efektif dan potensial dalam mencegah tindakan penyalahgunaan narkoba. Miller dan Plant (2010) juga berpendapat bahwa orang tua berperan penting dalam mencegah remaja untuk menyalahgunakan obat-obatan terlarang.

Penelitian oleh Kumpfer (dalam Watters, 2004:14) menunjukkan bahwa di dalam keluarga terdapat faktor resiko spesifik dan non-spesifik tentang bagaimana

keluarga dalam hal ini dapat memberikan ruang atau celah terhadap resiko masalah narkoba. Faktor resiko spesifik tersebut mencakup: (1) penjelasan tentang bahaya narkoba pada anak, (2) pemberian contoh perilaku positif maupun negatif terhadap narkoba, (3) sikap orang tua terhadap narkoba. Pencegahan terhadap resiko penggunaan narkoba terhadap anak dapat dilakukan oleh orang tua melalui faktor-faktor tersebut. Kemudian faktor non-spesifik terhadap masalah narkoba meliputi: (1) masalah perekonomian keluarga, (2) penelantaran dan kekerasan pada anak, (3) terjadinya disfungsi dalam keluarga dan konflik dalam keluarga (4) penyakit psikologis keluarga, (5) konflik antar orang tua. Faktor-faktor non-spesifik tersebut dapat menjadi alasan atau penyebab remaja menggunakan narkoba.

Salah satu hal yang penting dalam pencegahan narkoba berbasis keluarga adalah adanya pendidikan tentang narkoba di dalam lingkungan keluarga. Pendidikan narkoba dalam keluarga dalam hal ini adalah para orang tua yang diharuskan mempunyai pengetahuan dan informasi yang luas mengenai narkoba, jenis-jenis narkoba, cara pencegahannya, dan dampak buruk yang ditimbulkan. Notoatmodjo (1997) mengutip pernyataan L. Green menjelaskan akan pengaruh pengetahuan kesehatan kepada perilaku tindakan/praktik. Pengetahuan keluarga, lingkungan, dan pengalaman dapat membentuk sebuah persepsi. Persepsi merupakan tanggapan (penerimaan) langsung terhadap beberapa hal melalui panca indera.

Setelah dilakukan penelitian pendahuluan yang dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 30 keluarga di tiga kelurahan yang ditunjuk oleh BNN yaitu Kramat Jati, Condet, dan Duren Sawit, diketahui bahwa sebagian besar

para orang tua masih memiliki informasi dan pengetahuan yang minim tentang jenis-jenis narkoba, dampak negatif dari narkoba, dan bagaimana peran mereka sebagai orang tua dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba. Hal itu disebabkan karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga yang menangani masalah narkoba. Para orang tua tersebut berpendapat bahwa sosialisasi yang dilakukan selama ini kurang efektif. Sosialisasi melalui media massa seperti iklan, poster dianggap kurang detail dalam memberikan informasi ataupun solusi dalam upaya pencegahan narkoba dalam keluarga.

Dalam upaya mencegah dan memberantas peredaran narkoba, BNN (Badan Narkotika Nasional) Bidang Pencegahan melakukan sosialisasi kepada keluarga yaitu melalui buku Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga yang mereka terbitkan. Buku tersebut digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN).

Sosialisasi pencegahan narkoba itu dilakukan pada bulan Desember 2016 di tiga Kelurahan di Jakarta Timur yaitu Kramat Jati, Condet, dan Duren Sawit dengan melibatkan mahasiswa sebagai agen sosialisasi tersebut. Sosialisasi tersebut diharapkan dapat merubah perilaku keluarga dalam upaya pencegahan narkoba di lingkungan keluarga. Setelah dilakukan sosialisasi BNN melakukan penelitian efektivitas buku tersebut terhadap pengetahuan orang tua tentang pencegahan narkoba.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lanjutan mengenai sosialisasi tersebut dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Pencegahan Narkoba Terhadap Persepsi Orang Tua Tentang Narkoba”.

Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui adakah pengaruh sosialisasi yang dilakukan Badan Narkotika Nasional terhadap persepsi orang tua tentang narkoba dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba pada anak.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi yang dimiliki oleh orang tua terkait bagaimana cara mencegah penyalahgunaan narkoba di lingkungan keluarga.
2. Sosialisasi pencegahan narkoba yang dilakukan selama ini dinilai masih kurang efektif oleh masyarakat.
3. Media sosialisasi bahaya narkoba yang masih belum tepat dalam memberikan pengetahuan secara langsung kepada masyarakat.
4. Rendahnya frekuensi kegiatan sosialisasi pencegahan bahaya narkoba bagi orang tua

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sosialisasi pencegahan narkoba yang dilakukan Badan Narkotika Nasional melalui media buku Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba di Lingkungan Keluarga di kelurahan Duren Sawit, lalu pembatasan masalah pada persepsi orang tua tentang narkoba dalam penelitian ini adalah pandangan atau pendapat orang tua mengenai bahaya narkoba dan peran keluarga dalam pencegahannya.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan pembatasan masalah rumusan masalah bagi penelitian ini yaitu sebagai berikut :

“Apakah sosialisasi pencegahan narkoba berpengaruh terhadap persepsi orang tua tentang narkoba?”

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan tersebut antara lain :

1.5.1. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan keilmuan dan wawasan mengenai pencegahan narkoba dalam keluarga, dan untuk kebermanfaatan teori Mochammad (2004: 20) yang menyatakan bahwa persepsi timbul karena adanya proses belajar, dan mendapatkan pengetahuan. Proses belajar tersebut diperoleh dari mengikuti sosialisasi.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengalaman dalam meneliti tentang sumber belajar efektif yang dapat digunakan masyarakat dalam mempelajari bahaya narkoba.
2. Bagi masyarakat, dapat menambah informasi dan wawasan tentang peran, tugas, dan tanggung jawab dalam upaya mewujudkan keluarga sehat tanpa narkoba.
3. Bagi Perguruan Tinggi, penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan dan masukan mengenai penggunaan media pembelajaran

tentang bahaya narkoba di lingkungan keluarga sebagai bentuk sosialisasi bahaya narkoba.

4. Bagi Badan Narkotika Nasional, terlaksananya salah satu program kegiatan pencegahan penyalahgunaan narkoba di lingkungan keluarga.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

2.1. Deskripsi Konseptual

2.1.1. Hakikat Persepsi

2.1.1.1. Definisi Persepsi

Persepsi sering disebut sebagai gambaran, tanggapan atau pandangan seseorang mengenai satu hal atau objek. Walgito (2004:87) menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses diterimanya stimulus yang dilakukan melalui proses penginderaan atau bisa disebut sebagai proses sensoris. Persepsi merupakan proses masuknya informasi atau pesan ke dalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus menerus berhubungan dengan lingkungannya yang dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium (Slameto, 2010: 102).

Menurut Sarwono dalam Mochamad (2004:12) persepsi merupakan proses kategorisasi. Seorang individu berespon terhadap suatu masukan tertentu (objek-objek di luar, peristiwa dan lain-lain) dan menghubungkan hal tersebut dengan suatu peristiwa. Melalui proses menghubungkan ini, individu secara aktif mencari kategorisasi yang tepat sehingga dapat mengenali atau memberi arti terhadap masukan tersebut. Dengan demikian persepsi juga bersifat *inferensial* (mengambil kesimpulan).

Persepsi yang ditafsirkan oleh individu akan berbeda satu sama lain karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga persepsi mempunyai sifat subjektif. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah respon seseorang yang ditunjukkan dengan pemberian arti, pandangan, tanggapan terhadap sesuatu yang dirasakan oleh inderanya baik peristiwa maupun objek yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

2.1.1.2 Komponen Persepsi

Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya terbentuk karena didasari pada stimulasi atau situasi yang sedang dihadapinya, terkait pada kondisi masyarakat persepsi adalah proses masuknya informasi atau pesan melalui indra manusia secara terus menerus yang mengadakan hubungan dengan lingkungannya terhadap suatu objek, peristiwa ini melibatkan pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konasi untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989: 79).

Selanjutnya Rakhmat (2004:37) mengklasifikasinya kedalam tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif. Komponen yang pertama, kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen afektif merupakan aspek

emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

1. Komponen *Cognitive* (pengertian atau nalar) komponen kognitif ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.
2. Komponen *Affective* (perasaan atau emosi) komponen ini berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, takut, benci, sedih dan kebanggaan hingga muak atau bosan terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen afektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian, yaitu: “baik atau buruk.”
3. Komponen *Conative* (tingkah laku) komponen ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menerima, menolak dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

Penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indra-indra yang dimilikinya.

2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Walgito (1997) dalam Hartoyo (2010:37) menjelaskan bahwa persepsi bersifat subyektif, yaitu melibatkan tafsiran pribadi pada masing-masing individu, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berasal dari individu yang mempengaruhi persepsi individu. Faktor tersebut diantaranya yaitu:

1. Motivasi

Semakin besar motivasi individu terhadap obyek tertentu maka semakin besar pula perhatiannya terhadap obyek tersebut. Hal ini menjadikan obyek tersebut akan semakin jelas dan mudah dipahami atau dipersepsikan oleh individu.

2. Perasaan

Setiap individu memiliki tanggapan perasaan yang berbeda dalam menerima rangsangan suatu obyek, ada yang merasa senang tetapi ada juga yang merasa terganggu, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu obyek.

3. Berpikir

Cara berpikir setiap individu dalam memecahkan masalah berbeda-beda, ada yang berdasarkan logika dan pengertian, ada juga yang hanya coba-coba atau berdasarkan prediksi semata. Cara berpikir yang berbedaa tersebut akan mempengaruhi pemahaman seseorang dalam mempersepsikan suatu obyek.

4. Ingatan

Kemampuan ingatan setiap individu terhadap apa yang pernah dipelajari atau dipersepsikannya akan berbeda, ada yang cepat dan juga ada yang lambat.

Sedangkan menurut Toha (2003: 154), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
2. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Walgito (2004:70) menjelaskan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

1. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi

dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Dari uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak faktor yang mampu mempengaruhi persepsi seseorang yaitu motivasi, ingatan, berpikir, dan perasaan. Juga ada faktor internal yang berasal dari diri sendiri dan faktor eksternal yang berasal dari objek yang diperhatikan. Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

2.1.1.4 Proses Pembentukan Persepsi

Walgito (1997) dalam Hartoyo (2010:45) juga menjelaskan beberapa syarat yang harus dipenuhi agar individu dapat membuat persepsi, yaitu:

1. Adanya obyek yang dipersepsikan.
2. Alat indera atau reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus (fisiologis).
3. Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama dalam melakukan persepsi (psikologis).

Sedangkan Toha (2003:145) menjelaskan bahwa proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

1. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

2. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

3. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Diknasari (2009:1) menyatakan salah satu pembentuk persepsi yaitu perhatian, pemusatan atau kekuatan jiwa atau psikis yang tertuju pada suatu objek. Perhatian adalah banyaknya kesadaran yang menyertai suatu aktifitas yang dilakukan. Apabila ditinjau dari segi timbulnya perhatian, perhatian dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Perhatian spontan

Perhatian spontan adalah perhatian yang timbul dengan sendirinya, timbul secara spontan. Perhatian ini erat hubungannya dengan minat individu, bila individu telah mempunyai minat terhadap objek, maka terhadap objek biasanya timbul perhatian yang spontan, secara otomatis perhatian itu akan timbul.

2. Perhatian tidak spontan

Perhatian tidak spontan adalah perhatian yang ditimbulkan dengan sengaja, karena itu harus ada kemauan untuk menimbulkannya.

2.1.1.5 Wujud Persepsi

Wujud persepsi yang dimaksud menggambarkan karakteristik yang dimiliki persepsi. Mengingat persepsi erat kaitannya dengan sikap seseorang, maka karakteristik sikap juga mewarnai karakteristik persepsi. Azwar (2000:98) mengutip Sax (1980:55) mengemukakan beberapa karakteristik sikap tersebut, meliputi: arah, intensitas, keluasan, konsistensi, dan spontanitas.

1. Arah

Dalam konteks arah, persepsi seseorang akan terpilah pada dua kubu ekstrim. Pertama persepsi yang mengarah pada aspek positif dan kedua persepsi yang cenderung menolak atau negative. Wujud dari arah persepsi yang positif ditunjukkan oleh pernyataan persetujuan dan persepsi negatif ditunjukkan oleh pernyataan tidak setuju.

2. Intensitas

Terkait dengan intensitas, ditunjukkan oleh kedalaman atau kekuatan persepsi yang ditunjukkan seseorang. Meskipun ada dua orang yang sama menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan, belum tentu memiliki intensitas persetujuan atau ketidaksetujuan yang sama. Bisa saja orang pertama sangat setuju sekali tetapi orang kedua hanya sekedar setuju saja. Demikian halnya dalam konteks yang tidak setuju, yang satu menyatakan tidak setuju lainnya bisa sangat tidak setuju. Itulah yang dikategorikan intensitas atau kedalaman persepsi.

3. Keluasan

Persepsi juga memiliki dimensi keluasan. Pernyataan setuju atau sangat setuju terhadap suatu kegiatan atau obyek dapat mengenai komponen atau aspek yang sedikit dan sangat spesifik. Tetapi dapat juga pernyataan setuju pada keseluruhan aspek. Jadi dalam hal ini, aspek keluasan persepsi ditunjukkan oleh seberapa baik dan atau dipersiapkan tidak baik.

4. Konsistensi

Mengenai dimensi konsistensi yang menjadi karakteristik persepsi maksudnya dihubungkan dengan kesesuaian antara pernyataan sikap dengan responnya terhadap obyek sikap. Konsistensi persepsi diperlihatkan oleh kesesuaian persepsi antar waktu. Untuk dikategorikan konsisten, maka persepsi harus bertahan dalam diri individu untuk waktu yang relatif panjang. Ia tidak terpengaruh oleh dinamika lingkungan yang berubah.

5. Spontanitas

Spontanitas merupakan karakteristik persepsi yang menunjukkan sejauh mana kesiapan individu untuk menyatakan sikapnya secara spontan terhadap obyek sikap.

2.1.1.6 Persepsi Positif dan Negatif

Menurut Robbins (2002: 14) bahwa persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Sedangkan, persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada.

Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan individu serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan dan sebaliknya, penyebab munculnya persepsi positif seseorang karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan individu, serta adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan.

2.1.2. Sosialisasi Pencegahan Narkoba

2.1.2.1 Definisi Sosialisasi

Brim (dalam Brice, 1994:50) mendefinisikan sosialisasi sebagai proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, kemampuan dan dasar yang membuat mereka mampu atau tidak mampu menjadi anggota dari suatu kelompok. Pengertian ini memandang sosialisasi sebagai suatu proses belajar dimana individu belajar dan mendapatkan nilai dari kelompok-kelompok yang dimasukinya.

Pengertian tersebut juga sejalan dengan pengertian dari Zigler dan Child (dalam Brice, 1994:55) yang menyatakan bahwa sosialisasi adalah keseluruhan proses dimana individu mengembangkan, melalui proses transaksi dengan orang lain, bentuk-bentuk khusus dari perilaku dan pengalaman yang berhubungan dengan sosialnya.

Sosialisasi adalah suatu proses pembentukan standar individu tentang keterampilan, dorongan sikap dan perilaku agar dapat berjalan sesuai dengan tuntutan dan harapan masyarakat (Hetherington dan Parke, 1999:90). Pembentukan standar individu tersebut didapatkan dari orangtua sejak dari lahir

sampai dewasa. Sosialisasi merupakan suatu proses sepanjang hidup sejak dari lahir sampai akhir hidup.

Papalia (2003:29) menyatakan bahwa sosialisasi adalah proses mengembangkan kebiasaan, nilai-nilai, perilaku dan motif untuk dapat menjadi anggota masyarakat. Proses tersebut bermula dari keluarga sebagai tempat anak melakukan kontak pertama dan berkembang terus selama kehidupan anak. Pengertian ini juga mencakup mengenai proses transaksi dengan orang lain dalam lingkungan sekolah, maupun dengan teman sebayanya. Sosialisasi bergantung pada proses internalisasi standar-standar sosial yang berlaku dalam kelompok. Anak-anak menerima standar sosial tersebut atau tidak tergantung pada rasa aman yang dirasakan oleh anak tersebut di dalam kelompoknya

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, dan kemampuan dasar untuk mengembangkan keterampilan, sikap dan perilaku sebagai suatu standar tuntutan untuk dapat berhubungan dengan lingkungan sosial.

Kegiatan sosialisasi yang merupakan proses komunikasi sangat erat kaitannya dengan ilmu komunikasi. Komunikasi pada dasarnya merupakan gambaran seseorang tentang stimulasi dalam pikiran orang lain atas kesadaran, pemahaman, dan perasaan akan pentingnya peristiwa, perasaan, fakta, opini, atau situasi (Oliver dalam Santoso, 2010:53). Selain itu komunikasi diantara manusia adalah seni mentransmisi informasi, ide, dan sikap dari satu orang ke orang yang lain (Emery dalam Santoso, 2010:55).

Komunikasi efektif harus direncanakan dengan memperhatikan situasi, waktu, tempat, dan pendengarnya. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif ada beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh khalayak yaitu bertanya, melihat dan mendengar (Arredondo, 2007:19). Untuk membantu komunikasi dapat efektif, ada beberapa ketentuan untuk memudahkannya. Hal-hal yang merupakan persyaratan dasar dalam berkomunikasi efektif (Rumanti, 2005:26), yaitu:

- a. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan,
- b. Kemampuan menarik perhatian,
- c. Kemampuan mempengaruhi pendapat,
- d. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling mempercayai.

Effendy (2008 : 6) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yaitu komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek:

- a. Komunikator

Tugas komunikator adalah merumuskan pesan sedemikian rupa sehingga mampu menyentuh faktor psikologis khalayak yang memungkinkan khalayak bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh sumber. Ditinjau dari komponen komunikator, untuk melaksanakan komunikasi efektif, terdapat dua faktor penting pada diri komunikator, yakni kepercayaan pada komunikator (*source credibility*) dan daya tarik komunikator (*source attractiveness*).

- b. Komunikan

Beberapa yang penting diketahui dalam menciptakan komunikasi efektif yaitu: keterampilan berkomunikasi, kebutuhan, tujuan yang diinginkan, sikap,

nilai, kepercayaan dan kebiasaan-kebiasaan, kemampuan untuk menerima (*capability of the audience*) kegunaan pesan, timing yang tepat untuk suatu pesan, bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti, sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif, dan jenis kelompok dimana komunikasi akan dilaksanakan.

c. Pesan

Pesan akan menghubungkan antara sumber dan penerima, oleh sebab itu pesan merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi.

d. Media

Media merupakan saluran penyampaian pesan. Media komunikasi dapat dikategorikan dalam dua bagian, yaitu media umum dan media massa. Media umum adalah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi. Media massa merupakan media yang digunakan untuk komunikasi massa karena sifatnya yang massal.

e. Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai maka itu berarti komunikasi berhasil, demikian pula sebaliknya. Efek ini dapat dilihat dari opini pribadi, opini publik, dan opini mayoritas.

2.1.2.2 Media Sosialisasi

Manusia tidak mungkin mengadakan sosialisasi tanpa melibatkan pihak atau unsur dari luar. Unsur dari luar itulah yang disebut media sosialisasi. Media

sosialisasi adalah pihak-pihak yang menjadi perantara terjadinya sosialisasi. Berikut ini beberapa media sosialisasi menurut Suhardi dan Sunarti (2009:15) yaitu:

1. Keluarga

Pertama kali manusia mengalami proses sosialisasi adalah di dalam keluarga tempat dia dilahirkan. Keluarga sebagai kesatuan yang terdiri atas ayah, ibu, dan anak merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat. Namun, peran yang dimilikinya sangat penting dalam proses sosialisasi. Sebagai kelompok sosial, keluarga memiliki nilai-nilai dan norma-norma tertentu. Keluarga sebagai media pertama dalam proses sosialisasi mempunyai banyak peran, antara lain melatih penguasaan diri, pemahaman nilai-nilai dan norma-norma sosial, serta melatih anak dalam mempelajari peranan sosial. Agar sosialisasi dalam keluarga berlangsung secara baik, maka diperlukan kondisi yang mendukung. Kondisi demikian ditentukan oleh keharmonisan keluarga, cara mendidik, komunikasi antaranggota keluarga, dan perhatian yang cukup.

2. Teman Sebaya

Media sosialisasi pada tahap berikutnya adalah kelompok teman sebaya atau teman sepermainan. Teman sebaya terdiri atas beberapa orang anak yang usianya hampir sama. Mereka sering berinteraksi satu dengan lainnya melalui kegiatan bermain bersama. Interaksi di antara teman sepermainan bertujuan untuk memperoleh kesenangan (rekreatif).

Para remaja melakukan sosialisasi melalui kelompok teman sebaya, dan di antara mereka mempunyai rasa saling memiliki dan senang melakukan kegiatan bersama-sama. Dalam kelompok teman sebaya itulah seorang anak mulai

menerapkan prinsip hidup bersama di luar lingkungan keluarganya. Mereka dapat bekerja sama dengan teman-teman sebaya dalam berbagai hal. Jalinan antarindividu dalam kelompok teman sebaya sangat kuat, sehingga lahir nilai dan norma tertentu yang dijunjung tinggi dalam pergaulan mereka. Tidak jarang mereka menggunakan simbol-simbol tertentu sebagai identitas kelompok. Semua nilai, norma, dan simbol itu berbeda dengan yang mereka hadapi di dalam keluarga masing-masing. Di dalam kelompok ini mereka saling menyesuaikan diri karena menyadari keberadaan orang lain dan rasa saling membutuhkan. Fungsi utama kelompok teman sebaya dalam proses sosialisasi ialah sebagai berikut:

- a. Terjadinya proses akulturasi dan asimilasi budaya, karena dalam satu kelompok teman sebaya terdiri dari beberapa orang yang memiliki latar belakang budaya pribadi dan budaya daerah asal yang berbeda-beda.
- b. Kelompok teman sebaya mengajarkan mobilitas sosial, yaitu pergerakan posisi seseorang secara dinamis baik vertikal maupun horisontal dalam struktur organisasi kelompok.
- c. Kelompok teman sebaya memicu kesempatan seorang anak dalam memperoleh peran dan status baru. Hal ini dapat terjadi sehubungan dengan adanya perubahan posisi yang menyebabkan terjadinya perubahan peran. Misalnya, seorang anak dipercaya oleh teman-temannya menjadi ketua di antara mereka, maka dia berperan sebagai pemimpin dalam kelompoknya.

Di dalam masyarakat, kelompok teman sebaya dapat berbentuk *chums*, *cliques*, *crowds*, dan kelompok terorganisasi.

- a. *Chums* adalah kelompok yang terdiri atas dua atau tiga orang sahabat karib. Pada umumnya, anggota kelompok ini mempunyai kesamaan dalam hal jenis kelamin, bakat, minat, dan kemampuan.
- b. *Cliques* adalah kelompok yang terdiri atas empat sampai lima orang sahabat karib, dan mempunyai kesamaan dalam hal jenis kelamin, minat, kemauan, dan kemampuan yang sama. *Cliques* juga merupakan kelompok gabungan dari beberapa sahabat karib. 3. *Crowds* adalah kelompok teman sebaya yang terdiri atas banyak remaja yang memiliki minat sama. Pada umumnya, mereka juga anggota *chums* *chums* dan *cliques*. Karena jumlah anggotanya banyak, maka sering terjadi ketegangan emosional di antara mereka.
- c. Kelompok terorganisir adalah kelompok yang sengaja dibentuk dan direncanakan oleh orang dewasa. Kelompok tersebut dikelola melalui lembaga formal dengan aturan-aturan sistematis dan dipatuhi anggotanya

3. Sekolah

Sekolah merupakan lembaga penting dalam proses sosialisasi. Sebagai media sosialisasi, sekolah memiliki fungsi dan peran sebagai berikut:

- a. Sekolah menjadi media transmisi kebudayaan. Kebudayaan yang diteruskan dapat berupa ilmu pengetahuan, kecakapan, maupun nilai dan sikap.
- b. Sekolah mengajarkan peranan sosial. Dalam berbagai kegiatan di sekolah, seseorang diajari berbagai kecakapan. Mereka juga berkesempatan memegang peran dalam berbagai organisasi

- c. Sekolah menciptakan integrasi sosial. Sekolah mengajarkan nilai-nilai hidup bersama dan tolerans. Nilai-nilai tersebut diterapkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Bentuknya dapat berupa pemberian perlakuan, kesempatan, dan pelayanan yang sama kepada setiap orang.
- d. Sekolah melahirkan terobosan-terobosan baru. Proses belajar mengajar di sekolah memungkinkan terciptanya hal-hal baru yang positif. Hal itu dapat diterapkan di masyarakat luas.
- e. Sekolah membentuk kepribadian. Seseorang dibiasakan tertib, berpikir logis dan maju, hidup terencana, bekerja sama, berpacu dalam prestasi, saling menghargai dan tenggang rasa. Akhirnya, terbentuklah kepribadian seseorang sehingga menjadi warga masyarakat yang baik dan berguna.

Proses sosialisasi pengetahuan dan keterampilan merupakan program yang bersifat nyata (*real curricullum*). Artinya, proses pembelajaran yang terprogram dalam kurikulum sekolah, sedangkan sosialisasi nilai dan sikap merupakan kurikulum tersembunyi (*hidden curriculum*). Pelaksanaannya tidak terprogram secara eksplisit, tetapi terintegrasi dalam semua proses dan kegiatan di sekolah.

4. Lingkungan Kerja

Setelah menyelesaikan sekolah, seseorang kemudian memasuki lingkungan kerja. Ada berbagai macam lapangan pekerjaan di masyarakat. Di dalam lingkungan kerja manapun, seseorang akan selalu berinteraksi dengan orang lain. Interaksi sosial itu membuat orang saling menerima dan memberi pengaruh. Terjadilah penyesuaian tingkah laku, baik penyesuaian antarpribadi maupun penyesuaian dengan lingkungan kerja secara umum. Penyesuaian itulah yang membentuk kepribadian seseorang, karena dalam interaksi tersebut terjadi

sosialisasi nilai dan norma sosial. Walaupun lingkungan kerja bukan lagi sebuah keluarga atau sekolah, namun di sana seseorang juga masih belajar.

5. Media Massa

Media massa merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang (massa). Ada dua macam media massa, yaitu:

- a. Media cetak, meliputi buku, majalah, surat kabar, tabloid, dan buletin.
- b. Media elektronik, meliputi semua peralatan yang menggunakan daya listrik untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai, misalnya radio, televisi, dan internet.

Semua jenis media massa tidak secara langsung bertujuan untuk mengajari masyarakat. Akan tetapi, siaran berita, film, iklan, pertunjukan seni budaya, sampai dengan informasi ilmiah, berdampak sangat besar bagi perilaku warga masyarakat.

2.1.2.3 Proses Sosialisasi

Menurut Mead (dalam Horton&Hunt, 1999:109) menyatakan bahwa sosialisasi dapat dibedakan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Tahap persiapan (*preparatory stage*). Tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan
2. Tahap meniru (*play stage*). Tahap ini ditandai seorang anak menirukan peran-peran yang dilakukan oleh orang dewasa.
3. Tahap siap bertindak (*game stage*). Pada tahap peniruan yang dilakukan mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesabaran.

4. Tahap penerimaan norma kolektif (*generalized stage*). Pada tahap ini seseorang telah dianggap dewasa dan telah menjadi warga masyarakat sepenuhnya.

2.1.2.4 Tipe dan Jenis Sosialisasi

Menurut Berger dan Luckman (1990:201) agar sosialisasi dapat berjalan lancar, tertib dan berlangsung terus menerus maka terdapat dua tipe sosialisasi yaitu formal dan informal.

1. Formal, sosialisasi ini terbentuk melalui lembaga yang dibentuk oleh pemerintah dan masyarakat yang memiliki tugas khusus dalam mensosialisasikan nilai, norma dan peranan-peranan yang harus dipelajari oleh masyarakat.
2. Informal, sosialisasi ini terdapat dalam pergaulan sehari-hari yang bersifat kekeluargaan.

Berger dan Luckman (dalam Sari, 2009:90) juga membagi jenis sosialisasi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer adalah sosialisasi pertama yang dialami individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi primer berlangsung saat anak berusia 1-5 tahun atau saat anak belum masuk sekolah. Anak mulai mengenal anggota keluarga dan lingkungan keluarga. Secara bertahap dia mulai mampu membedakan dirinya dengan orang lain di sekitar keluarganya. Dalam tahap ini, peran orang-orang terdekat dengan anak menjadi sangat penting sebab seorang anak melakukan pola interaksi secara terbatas di dalamnya. Warna kepribadian anak akan sangat ditentukan oleh warna kepribadian dan interaksi

yang terjadi antara anak dengan anggota keluarga terdekatnya.

2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses resosialisasi, seorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam desosialisasi, seseorang akan mengalami 'pencabutan' identitas diri yang lama.

2.1.2.5 Tujuan Sosialisasi

Pada dasarnya tujuan sosialisasi adalah membangun hubungan kerja sama dengan berbagai komponen masyarakat dan lembaga yang ada. Kemudian, Melalui kerja sama yang erat diharapkan masyarakat merasa memiliki sehingga masyarakat tidak hanya menerima manfaat saja. Kemudian, diharapkan masyarakat difasilitasi untuk terlibat secara lebih berarti. Namun pada umumnya suatu aktivitas sosialisasi mempunyai tujuan, menurut Mead (dalam Horton & Hunt, 1999:110) sosialisasi mempunyai tujuan sebagai berikut sebagai berikut:

1. Memperkenalkan apa yang akan di sampaikan

Sosialisasi diharapkan dapat menyampaikan pesan pada masyarakat yang dituju atau ditargetkan itu. Kemudian, dengan demikian perlu dipilih cara yang sesuai dengan masyarakat yang ditargetkan itu.

2. Untuk menarik perhatian

Aktivitas sosialisasi harus dikemas dalam bentuk yang menarik perhatian agar masyarakat tertarik dan menyimpan pesan yang disampaikan dalam memori pikiran mereka itu. Kemudian, cara yang dilakukan pada umumnya memberikan

sponsor pada suatu acara tertentu menggunakan tokoh masyarakat setempat menonjolkan keunggulan dari program-program yang diperkenalkan itu.

3. Tercapainya pemahaman

Sosialisasi yang direncanakan dengan baik akan memudahkan masyarakat memahami pesan yang disampaikan kepadanya itu. Kemudian, pesan yang jelas dan penggunaan media yang tepat dan kemasan cerita yang menarik mampu menyampaikan pesan kepada pengguna secara cepat dan tepat.

4. Perubahan sikap

Setelah sosialisasi dapat dipahami, masyarakat dapat membentuk sebuah pendapat atau persepsi yang akan mengubah pandangan terhadap suatu hal dari sosialisasi tersebut.

5. Tindakan

Tujuan akhir sosialisasi adalah membentuk suatu perilaku yang diharapkan. mempertahankan keberadaan organisasi melalui peningkatan hasil yang dicapai akibat meningkatkan pengguna yang memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan organisasinya itu. Kemudian, Oleh karena itu tujuan akhir sosialisasi adalah menimbulkan tindakan calon pengguna yang dituju untuk memanfaatkan barang dan jasa yang di sosialisasikan.

2.1.2.6 Pencegahan Narkoba

Pengertian pencegahan menurut Badan Narkotika Nasional (2007:5) adalah semua tindakan atau kegiatan yang dilakukan untuk menghindari terjadinya sesuatu yang tidak diharapkan (antisipatif). Pencegahan memungkinkan seseorang mempunyai ketahanan diri untuk menciptakan dan memperkuat lingkungannya guna mengurangi atau menghilangkan semua resiko terjadinya

sesuatu yang membahayakan dirinya atau orang lain. Pencegahan penyalahgunaan narkoba adalah segala upaya dan tindakan untuk menghindari orang memulai penggunaan narkoba.

Menurut Badan Narkotika Nasional (2007:7) pencegahan meliputi:

- a. Peningkatan kesehatan dan budaya hidup sehat baik fisik maupun mental yang berlandaskan keimanan dan ketaqwaan
- b. Pendewasaan dan kepribadian
- c. Peningkatan kemampuan mengatasi masalah
- d. Peningkatan harga diri dan rasa percaya diri
- e. Peningkatan hubungan interpersonal dan kemampuan sosial
- f. Memperkuat sektor-sektor lingkungan keluarga, sekolah, masyarakat, dan pengembangan kepribadian generasi muda.

Jadi kesimpulannya, pencegahan narkoba adalah segala usaha untuk melindungi seseorang serta mengurangi potensi terjadinya penyalahgunaan narkoba terutama pada generasi muda.

Dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba tidak dikenal metode tunggal. Tidak ada metode pencegahan penyalahgunaan narkoba yang sempurna untuk dapat diterapkan pada seluruh populasi. Populasi yang berbeda memerlukan tindakan atau metode intervensi pencegahan yang berbeda pula. Badan Narkotika Nasional (2007:10) membagi tipe pencegahan penyalahgunaan menjadi tiga bentuk, yaitu:

1. Pencegahan Primer, dilakukan melalui berbagai upaya pencegahan sejak dini supaya seseorang tidak menyalahgunakan narkoba.

2. Pencegahan Sekunder, dilakukan melalui berbagai upaya menyadarkan kalangan penyalahguna narkoba kategori baru atau yang telah memulai, menginisiasi penyalahgunaan narkoba supaya tidak berkembang menjadi adiksi, bersedia menjalani terapi dan rehabilitasi, serta diarahkan agar melaksanakan pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari (*health-lifestyle*)
3. Pencegahan Tersier, dilakukan untuk merehabilitasi dan memulihkan para pecandu narkoba dari ketergantungan supaya mampu kembali menjadi pribadi produktif, mampu bersosialisasi dengan keluarga dan masyarakat

Sedangkan tipe pencegahan berdasarkan sasarannya, Badan Narkotika Nasional (2007:14) membagi menjadi dua yaitu:

1. Pencegahan universal yang ditujukan untuk populasi umum baik kalangan keluarga maupun anak-anak.
2. Pencegahan selektif yang ditujukan kepada keluarga dan anak dengan yang berisiko tinggi (*high risk*). Risiko tersebut dapat berupa risiko demografis, lingkungan psiko- sosial dan biologis.
3. Pencegahan terindikasi yang ditujukan terhadap kasus yang mengalami berbagai faktor resiko dalam suatu keluarga yang disfungsi.

Istilah Narkoba menurut Badan Narkotika Nasional merupakan akronim dari Narkotika, Psikotropika, dan Bahan Adiktif lainnya. Narkoba yaitu zat-zat alami maupun kimiawi yang jika dimasukkan ke dalam tubuh dapat mengubah pikiran, suasana hati, perasaan, dan perilaku seseorang.

Terdapat 3 jenis narkoba menurut Badan Narkotika Nasional (2007:5) yaitu:

1. Narkotika

Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintetis maupun semi sintesis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri dan dapat menimbulkan ketergantungan. Berdasarkan undang-undang No. 22 tahun 1997, jenis narkotika dibagi ke dalam 3 kelompok, yaitu narkotika golongan I, golongan II, dan golongan III.

1) Golongan I

- a) Tanaman *Papaver Somniferum L.*
- b) *Opium*
- c) Tanaman Koka, Daun Koka, Kokain Mentah, Kokaina.
- d) *Heroin, Morphine*
- e) Ganja

2) Golongan II

- a) *Alfasetilmetadol*
- b) *Benzetidin*
- c) *Betametadol*

3) Golongan III

- a) *Asetihidroteina*
- b) *Dokstroposifem*
- c) *Dihidrokodeina*

Berdasarkan cara pembuatannya, narkotika dibedakan kedalam tiga golongan, yaitu narkotika alami, narkotika semisintetis, dan narkotika sintetis.

a. Narkotika Alami

Narkotika alami adalah narkotika yang zat adiktifnya diambil dari tumbuh-tumbuhan (alam). Contohnya: ganja, hasis, koka, opium.

b. Narkotika semisintetis

Narkotika semisintetis adalah narkotika alami yang diolah dan diambil zat aktifnya (intisarinya) agar memiliki khasiat yang lebih kuat sehingga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan kedokteran. Contohnya: *Morfin, Kodein, Heroin, Kokain*.

c. Narkotika sintetis

Narkotika sintetis adalah narkotika palsu yang dibuat dari bahan kimia. narkotika ini digunakan untuk pembiusan dan pengobatan bagi orang yang menderita ketergantungan narkoba (substitusi). Contohnya: *Petidin, methadon, naltrexone*.

2. Psikotropika

Psikotropika adalah zat atau obat baik alamiah maupun sintesis bukan narkotika yang berkhasiat psikotropika melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktivitas mental dan perilaku. Berdasarkan Undang-undang No.5 tahun 1997, psikotropika dapat dikelompokkan ke dalam 4 golongan, sebagai berikut:

- a. Golongan I adalah psikotropika dengan daya adiktif yang sangat kuat, belum diketahui manfaatnya untuk pengobatan, dan sedang diteliti khasiatnya. Contohnya adalah MDMA, Ekstasi, LSD, STP.
- b. Golongan II adalah psikotropika dengan daya adiktif kuat serta berguna untuk pengobatan dan penelitian. Contohnya adalah *amfetamin, metamfetamin, metakualon*, dan sebagainya.

- c. Golongan III adalah psikotropika dengan daya adiktif sedang serta berguna untuk pengobatan dan penelitian. Contohnya adalah *lumibal*, *buprenorsina*, *fleenitrazepam*, dan sebagainya.
- d. Golongan IV adalah psikotropika yang memiliki daya adiktif ringan serta berguna untuk pengobatan dan penelitian. Contohnya adalah *nitrazepam*, *diazepam*, dan lain-lain.

Berdasarkan ilmu farmakologi, psikotropika dikelompokkan ke dalam 3 golongan: depresan, stimulan, dan halusinogen.

- a. Kelompok depresan/penekan saraf/penenang/obat tidur

Contohnya adalah *valium*, *rohipnol*, *mogadon*, dan lain-lain. Jika diminum, obat ini memberikan rasa tenang, mengantuk, tentram, damai. Obat ini juga menghilangkan rasa takut dan gelisah.

- b. Kelompok stimulan/perangsang saraf pusat/anti tidur

Contohnya adalah *amfetamin*, *ekstasi*, dan *shabu*.

- c. Kelompok halusinogen

Halusinogen adalah obat, zat, tanaman, makanan, atau minuman yang dapat menimbulkan khayalan.

3. Bahan Adiktif Lainnya

Golongan Adiktif Lainnya adalah zat-zat selain narkotika dan psikotropika yang dapat menimbulkan ketergantungan. Contohnya: rokok, kelompok alkohol dan minuman lainnya yang memabukkan dan menimbulkan ketagihan, thinner dan zat-zat lain, seperti lem kayu, penghapus cair, *aseton*, cat, bensin, yang bila dihisap, dihirup, dan dicium dapat memabukkan.

Selain berbahaya, narkoba juga dapat menimbulkan efek-efek yang tidak baik bagi tubuh. Efek-efek yang ditimbulkan akibat pemakaian narkoba yaitu:

- 1) Efek samping, ditimbulkan akibat pemakaian yang berlebihan
 - a. Muntah dan mual
 - b. Gelisah
 - c. Sakit kepala
 - d. Nafsu makan berkurang
 - e. Denyut jantung meningkat
 - f. Timbul khayalan yang menakutkan
 - g. Kejang-kejang
- 2) Efek lain, Setelah efek ekstasi habis beberapa jam atau beberapa hari (tergantung dosis pemakaiannya)
 - a. Tidur berlama-lama dan lelap
 - b. Depresi
 - c. Apatis
 - d. Berkibat kematian
- 3) Efek terhadap organ tubuh

Efek atas penggunaan ekstasi terhadap organ tubuh manusia yaitu dapat menimbulkan gangguan pada otak, jantung, ginjal, hati, kulit dan kemaluan.

2.1.2.7 Upaya Sosialisasi Pencegahan Narkoba oleh Badan Narkotika Nasional

Di bidang pencegahan, BNN telah melakukan berbagai langkah preventif untuk meminimalisir jumlah pecandu atau penyalah guna Narkotika, sehingga dapat membentuk masyarakat yang memiliki ketahanan dan kekebalan (imun) terhadap bahaya penyalahgunaan Narkotika agar senantiasa menolak penyalahgunaan Narkotika dengan tujuan menahan laju angka coba pakai. BNN membagi kegiatan pencegahan dalam dua bidang, yaitu Advokasi dan Diseminasi Informasi. Pada kegiatan advokasi, BNN memberikan sosialisasi bahaya penyalahgunaan Narkotika di lingkungan pelajar, mahasiswa, instansi pemerintah dan swasta, serta masyarakat yang bertujuan untuk mendorong lingkungan tersebut agar membuat kebijakan yang mendukung aksi P4GN dan nantinya dapat secara mandiri dapat melaksanakan aksi P4GN di lingkungannya masing-masing.

Pada tahun 2015, BNN telah melakukan upaya pencegahan melalui sosialisasi bahaya penyalahgunaan Narkotika kepada 490 pelajar, 7.400 mahasiswa, 1.750 pekerja swasta, 2.110 pegawai pemerintah, dan 1.750 masyarakat yang berada di wilayah pusat. Sedangkan pada kegiatan Diseminasi Informasi, BNN memfokuskan kegiatan pada penyebarluasan informasi tentang bahaya penyalahgunaan Narkotika dan kebijakan-kebijakan BNN di bidang P4GN melalui media komunikasi dan melalui kampanye massif yang dikemas dalam berbagai aktivitas. Beberapa contoh aktivitas tersebut yaitu:

A. Diseminasi Informasi Melalui Media Komunikasi

BNN bekerja sama dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menayangkan *Public Service Announcement* (PSA) yang berisikan tentang bahaya penyalahgunaan Narkotika, melalui videotron di 4 (empat) titik wilayah DKI Jakarta, yaitu Matraman - Jakarta Timur, Taman Ayodya – Jakarta Selatan, Puri

Kembangan – Jakarta Barat, dan Dukuh Atas – Jakarta Pusat). Selain itu, BNN juga memuat konten P4GN di majalah Media Jaya dan *website* beritajakarta.com.

Pada media massa khususnya media elektronik, BNN memberikan sosialisasi dan kampanye P4GN dalam bentuk Talkshow P4GN di LPP – TVRI sebanyak 36 kali penayangan. Adlips di berbagai radio swasta nasional seperti radio Delta FM sebanyak 54 kali siaran, Prambors sebanyak 46 kali siaran, KBR 68 H sebanyak 200 kali siaran, Elshinta sebanyak 180 kali siaran, Trijaya FM sebanyak 100 kali siaran, serta penayangan PSA di TV swasta nasional, yaitu : Net TV, Metro TV, TV One, dan radio swasta berjaringan seperti RDI sebanyak 50 kali siaran, dan I-Radio sebanyak 50 kali siaran, serta Sandiwara Radio di RRI sebanyak 330 kali siaran.

Untuk menjangkau seluruh masyarakat, BNN juga menyebarkan informasi bahaya penyalahgunaan Narkotika melalui Pesan Layanan Masyarakat yang dimuat setiap hari di berbagai media cetak skala nasional, seperti Media Indonesia, Jawa Pos, Indo Pos, Pos Kota, Rakyat Merdeka, dan Republika. Kampanye juga dilakukan melalui media luar ruang, seperti spanduk, billboard, umbul-umbul, balon udara, banner, videotron, dan outdoor running text) di beberapa titik strategis yang tersebar di lima wilayah DKI Jakarta.

BNN juga menjadikan buku komik, majalah, leaflet, brosur, kaos, dan topi sebagai media kampanye pencegahan Narkotika yang selanjutnya didistribusikan kepada masyarakat luas.

B. Diseminasi Informasi Melalui Pergelaran Seni Budaya dan Kampanye

BNN bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata, Kementerian Sosial, dan Dharma Wanita Pusat, menampilkan pertunjukan seni budaya Anti Narkotika dengan berbagai tema berbeda yang bertujuan sebagai sarana kampanye bahaya penyalahgunaan Narkotika.

Selain itu, BNN juga melakukan sosialisasi bahaya penyalahgunaan Narkotika melalui tatap muka bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Desa dan PDT&T, Kementerian Kesehatan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KP3A), Kementerian Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah, BNP2TKI, Jasa Marga, PT. Kereta Api Indonesia, TVRI, dan RRI. Gonggonya, pada Hari Anti Narkotika Internasional (HANI), yang jatuh pada tanggal 26 Juni, telah dilaksanakan puncak acara HANI di Istana Negara yang dipimpin langsung oleh Presiden RI. Dalam rangkaian dengan HANI, BNN menggelar Konser Sore-Sore Anti Narkotika bersama Slank, di lapangan D, Senayan, Jakarta, yang dihadiri oleh 1000 orang. Dengan menggandeng Slank, diharapkan pesan yang ingin disampaikan, yaitu mencegah lebih baik daripada mengobati dan mendorong pecandu Narkotika yang sudah terlanjur pakai agar melapor dan direhabilitasi dapat tersampaikan secara nasional dan menyeluruh serta berdampak positif dalam upaya menekan angka prevalensi penyalahgunaan Narkotika.

Beberapa waktu lalu, BNN bekerja sama dengan APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) menggelar Pekan Indonesia Sehat Tanpa Narkotika pada saat *Car Free Day* di Bundaran Hotel Indonesia, Jakarta, melalui kampanye bahaya Narkotika dengan melakukan penempelan stiker logo STOP NARKOBA di

gerai-gerai seperti 7 Eleven, Indomaret, dan sejumlah toko serta pusat perbelanjaan di kawasan DKI Jakarta.

2.1.2.8 Buku Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga Sebagai Media Sosialisasi

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang secara harafiah berarti tengah, perantara atau pengantar. Menurut Fleming dalam Arsyad (2006:3) media yang juga sering disebut sebagai mediator adalah penyebab atau alat yang turut campur tangan dalam dua pihak dan mendamaikannya.

Secara umum media merupakan kata jamak dari “medium”, yang berarti perantara atau pengantar. Kata media berlaku untuk berbagai kegiatan atau usaha, seperti media dalam penyampaian pesan, media pengantar magnet atau panas dalam bidang teknik (Sanjaya: 2006). Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran (Djamarah dan Zain: 2006).

Berdasarkan beberapa pengertian media diatas maka dapat disimpulkan media adalah alat perantara yang digunakan secara efektif dalam proses pembelajaran guna mencapai tujuan pembelajaran yang ditetapkan. Dalam hal ini, keluarga adalah "siswa yang belajar" untuk mendapat pengetahuan tentang narkoba. Penggunaan media dalam penelitian ini meliputi penyajian materi dengan menggunakan media cetak yaitu buku.

Buku adalah lembaran kertas yg berjilid, berisi tulisan atau kosong; kitab; (KBBI 2008:230). Buku merupakan kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman.

Buku merupakan jenis media berbentuk visual yang berisi gambar, tulisan, yang mengaandung pesan atau sebuah makna. Levie & Lentsz (1982) yang dikutip Sanaky (2009:6), mengemukakan empat fungsi media pembelajaran, khususnya media visual, yaitu:

1. Fungsi atensi yaitu menarik dan mengarahkan perhatian siswa untuk berkonsentrasi kepada isi pelajaran yang berkaitan dengan makna visual yang ditampilkan atau menyertai teks materi pelajaran. Seringkali pada awal pelajaran peserta didik tidak tertarik dengan materi pelajaran atau mata kuliah yang tidak disenangi oleh mereka sehingga mereka tidak memperhatikan. Media visual yang diproyeksikan dapat menenangkan dan mengarahkan perhatian mereka kepada mata kuliah yang akan mereka terima. Dengan demikian, kemungkinan untuk memperoleh dan mengingat isi materi perkuliahan semakin besar.
2. Fungsi afektif media visual dapat terlihat dari tingkat kenikmatan peserta didik ketika belajar atau membaca teks yang bergambar. Gambar atau lambang visual dapat menggugah emosi dan sikap siswa. Misalnya informasi yang menyangkut masalah sosial atau ras.
3. Fungsi kognitif media visual terlihat dari lambang visual atau gambar memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam gambar.
4. Fungsi kompensatoris media pembelajaran terlihat dari hasil penelitian bahwa media visual yang memberikan konteks untuk memahami teks membantu siswa yang lemah dalam membaca untuk mengorganisasikan informasi dalam teks dan mengingatnya kembali. Dengan kata lain, media pembelajaran

berfungsi untuk mengakomodasikan siswa yang lemah dan lambat menerima dan memahami isi pelajaran yang disajikan dengan teks atau disajikan secara verbal.

Seiring perkembangan zaman, buku akan terus mengalami perkembangan sehingga para pembaca buku berminat untuk membaca buku, karena mereka menganggap semakin banyak seseorang membaca sebuah buku maka akan bertambah juga ilmu seseorang. Buku harus komunikatif agar para pembaca mendapatkan informasi yang jelas. Buku yang baik adalah yang menarik untuk dibaca, karena buku yang menarik dapat menarik seseorang untuk membaca dan dapat mempermudah proses penyampaian informasi. Sedangkan buku yang cenderung monoton terkesan membosankan sehingga orang-orang malas membacanya dan akhirnya dapat menghambat penyampaian informasi. Itulah mengapa kita harus dapat menyajikan buku yang menarik, komunikatif, dan tidak membosankan.

Dalam upaya mencegah dan memberantas peredaran narkoba, BNN (Badan Narkotika Nasional) bidang pencegahan menyusun buku Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan Program Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). Buku tersebut merupakan upaya sosialisasi terbaru yang dilakukan oleh BNN yang dikeluarkan pada tahun 2016.

Kesimpulannya, media buku ini merupakan media sosialisasi terbaru yang digunakan oleh Badan Narkotika Nasional untuk memberikan pengetahuan kepada keluarga tentang bahaya narkoba dan cara pencegahannya.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

1. Terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Puryanto tahun 2015 dengan skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Kesehatan Tentang Penyalahgunaan Narkoba dengan Metode Bermain Peran Terhadap Pengetahuan dan Sikap Siswa Kelas X Disma Negeri 1 Sukoharjo”. Hasil uji perbedaan skor pre-test dan pos-test pengetahuan pada kelompok/eksperimen dengan menggunakan uji *Marginal Homogeniti* diperoleh nilai *p-Value* sebesar 0,02. Karena harga signifikansi yaitu 0,05, maka dapat dilihat bahwa harga signifikansi $<0,05$ ($0,02 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan pada kelompok perlakuan/eksperimen terdapat perbedaan, artinya ada pengaruh pendidikan kesehatan dengan metode bermain peran terhadap tingkat pengetahuan siswa kelas X di SMA Negeri 1 Sukoharjo.
2. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Enda Sri Wulan pada tahun 2016 dengan skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Kesehatan Universitas Sumatera Utara Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Narkoba di SMP Persatuan Amal Bakti (PAB) 4 Pagar Merbau Tahun 2015” menunjukkan hasil analisa data dengan menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*Asymp. Sig*) yaitu 0.001 ($p < 0.05$) berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat perbedaan yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh pendidikan kesehatan terhadap tingkat pengetahuan remaja tentang narkoba.
3. Terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Mukhroji Shidqi tahun 2014 dengan skripsinya yang berjudul “Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba Terhadap Sikap Remaja Pada NAPZA” diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0.05$) yang menunjukkan bahwa korelasi antara tayangan video anti

narkoba terhadap sikap remaja pada NAPZA sangat signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi jika pada sejumlah remaja diberikan tayangan video anti NAPZA, maka sikap terhadap kecenderungan penyalahgunaan NAPZA akan negatif, artinya hipotesis ini diterima.

4. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiandi tahun 2011 dengan judul “Komunikasi Penyuluhan Anti Narkoba dan Peningkatan Kesadaran (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Komunikasi Penyuluhan yang Dilakukan Oleh Pusat Informasi Masyarakat Anti Narkoba Sumatera Utara (PIMANSU) Terhadap Tingkat Kesadaran Tentang Narkoba Pada Siswa/I MAN 3 Medan)” yang memperoleh hasil 0.32 berarti berada 0,20 – 0,39 yang menunjukkan hubungan yang rendah tapi pasti antara pengaruh Komunikasi Penyuluhan Anti Narkoba oleh PIMANSU terhadap Tingkat Kesadaran Siswa/I MAN 3 Medan.

2.3. Kerangka Teoritik

Masa remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanan menuju dewasa. Remaja dalam rentang usia transisi banyak mengalami berbagai macam persoalan, sebagian remaja dapat melewati persoalan itu dengan baik namun tidak sedikit remaja yang melewati persoalan itu dengan perilaku yang negatif, salah satunya adalah penyalahgunaan narkoba.

Keluarga merupakan lingkungan yang utama dan pertama ditemui anak sebelum mengenal lingkungan luar. Pendidikan dalam keluarga dianggap penting dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba pada anak. Selain itu, perhatian dari orang tua pada anak juga berkontribusi dalam perilaku pencegahan narkoba, orang

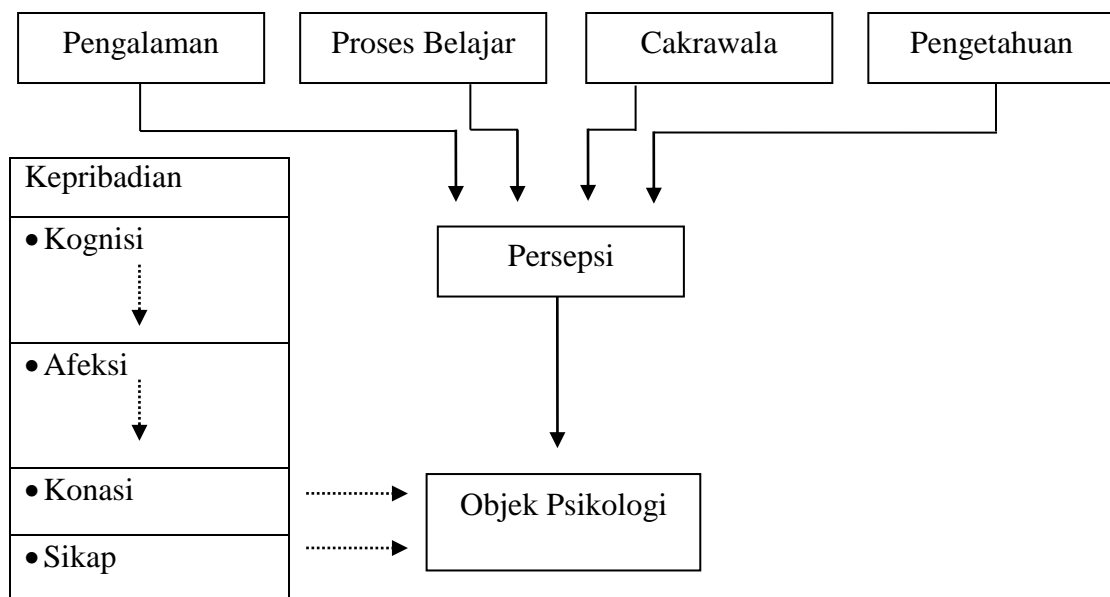
tua diharapkan dapat memantau kegiatan dan pergaulan anak serta mengenal teman-teman anak dengan baik. Menurut Walgito (2002:10) dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat bahwa perilaku dapat dibentuk, diperoleh, dan berubah melalui proses belajar.

Untuk memperoleh pengetahuan tentang pencegahan narkoba, diperlukan informasi dari sumber yang tepat. Alasan tersebut menjadikan Badan Narkotika Nasional membuat sebuah buku yang berjudul *Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga*. Kemudian buku tersebut di sosialisasikan kepada para orang tua. Brim (dalam Brice, 1994) mendefinisikan sosialisasi sebagai proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, kemampuan dan dasar yang membuat mereka mampu atau tidak mampu menjadi anggota dari suatu kelompok. Pengertian ini memandang sosialisasi sebagai suatu proses belajar dimana individu belajar dan mendapatkan nilai dari kelompok-kelompok yang dimasukinya. Mead (dalam Horton & Hunt, 1999:110) menjelaskan bahwa tujuan sosialisasi yaitu masyarakat dapat membentuk sebuah pendapat atau persepsi yang akan mengubah pandangan terhadap suatu hal dari sosialisasi tersebut, kemudian membentuk suatu perilaku yang diharapkan.

Persepsi pada dasarnya hanya akan terjadi apabila individu menerima rangsangan dari luar dirinya, sehingga persepsi akan timbul setelah adanya pengamatan terhadap objek (Handayani, 2005:8). Setiap individu mempunyai kecenderungan untuk selalu memberikan makna terhadap rangsangan yang diterimanya dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya, yang kemudian individu tersebut memberikan tanggapan terhadap rangsangan yang

diterimanya itu. Kemampuan individu dalam memberi respon terhadap rangsangan yang diterimanya disebut mempersepsi.

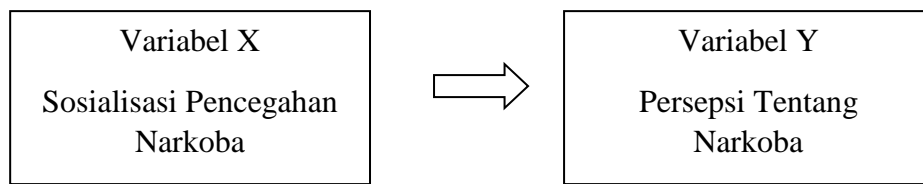
Selanjutnya Mochamad (2004:20) menggambarkan proses terjadinya persepsi adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Proses Terjadinya Persepsi
Sumber : Mochamad, J.A. 2004 : 20

Bagan tersebut menunjukkan bahwa persepsi merupakan aspek kognisi dari sikap. Faktor pengalaman dan proses belajar atau sosialisasi memberikan bentuk serta struktur terhadap apa yang dilihat. Sedangkan pengetahuan dan cakrawala memberikan arti terhadap aspek psikologi tersebut. Melalui komponen kognisi akan timbul ide, kemudian konsep mengenai apa yang dilihat. Kemudian berdasarkan norma yang dimiliki pribadi seseorang, akan terjadi keyakinan yang berbeda terhadap objek tertentu.

Berdasarkan beberapa teori dari pendapat ahli diatas dapat dilihat bahwa ada hubungan dan pengaruh dari sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba. Hal tersebut dapat disimpulkan dengan bagan dibawah ini.



Gambar 2.2. Kerangka Teoritik

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang memungkinkan suatu pernyataan dapat dikatakan benar maupun salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika terbukti tidak benar, dan akan diterima jika fakta-fakta yang ada mendukung kebenaran suatu pernyataan itu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

- Hi : Terdapat Pengaruh Sosialisasi Pencegahan Narkoba Terhadap Persepsi Orang Tua Tentang Narkoba.
- Ho : Tidak Terdapat Pengaruh Sosialisasi Pencegahan Narkoba Terhadap Persepsi Orang Tua Tentang Narkoba.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi orang tua tentang narkoba.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekitar perumahan RW 03, Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur. Alasan memilih daerah tersebut adalah karena daerah tersebut merupakan salah satu daerah yang telah dilakukan sosialisasi pencegahan bahaya narkoba melalui buku *Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga*. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Maret s.d Juli 2017. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang paling tepat dan efektif bagi penulis dalam melaksanakan penelitian.

3.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah penelitian untuk mengetahui pengaruh antara satu atau lebih variabel bebas (*independen variable*) yaitu sosialisasi pencegahan narkoba, terhadap variabel terikat (*dependen variable*) yaitu persepsi orang tua tentang narkoba. Penelitian ini juga menggunakan metode survey dengan melakukan perlakuan dalam pengumpulan data yaitu dengan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2011: 6)

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan individu atau objek yang secara potensial dapat diukur sebagai bagian dari penelitian (Mazhindu dan Scott, 2005). Pada penelitian ini, populasinya adalah orang tua yang telah menerima sosialisasi yaitu sebanyak 30 orang. Jumlah tersebut merupakan jumlah responden yang mempunyai anak remaja, khususnya remaja awal dan yang sebelumnya tidak pernah mengikuti sosialisasi pencegahan narkoba untuk orang tua di Kelurahan Duren Sawit.

3.4.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dan digunakan sebagai bahan penelahaan, dengan harapan data sampel tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasi (Mahdiyah, 2014: 10). Penentuan jumlah sampel menggunakan teknik sampel jenuh (*sampling sensus*). Pengambilan sampel dengan teknik jenuh adalah penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012: 96). Teknik *sampling* ini dilakukan bila jumlah populasi relatif sedikit atau kurang dari 30 orang. Sampel yang diambil adalah sebanyak 30 orang yaitu orang tua yang telah menerima sosialisasi pencegahan narkoba melalui buku *Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga*.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk

serangkaian pertanyaan tertulis beserta alternatif jawaban bagi responden. Dari jawaban responden akan diperoleh pendapat dari sosialisasi yang dilakukan melalui media buku tersebut dan persepsi terhadap narkoba.

Berdasarkan metode pengumpulan data kuesioner tersebut, pertanyaan maupun pernyataan setiap butir dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu 1 sampai 5 poin untuk skor terendah yaitu 1 dan untuk skala tertinggi yaitu 5 dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang dipilih. Kriteria poin yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan yang diajukan juga melalui metode skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner yaitu skala likert. Skala likert pada penelitian ini diawali dengan bobot nilai 1 untuk jawaban "sangat tidak setuju", nilai 2 untuk "tidak setuju", nilai 3 untuk jawaban "netral", nilai 4 untuk jawaban "setuju", dan nilai 5 untuk jawaban "sangat setuju". Pilihan skala likert pada penelitian ini dapat dilihat dengan dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.1 Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.2.1. Instrumen Persepsi Orang Tua Tentang Narkoba

3.1.1.1 Definisi Konseptual

Persepsi tentang narkoba adalah respon orang tua yang ditunjukkan dengan pemberian arti, pandangan, tanggapan terhadap bahaya narkoba yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

3.1.1.2. Definisi Operasional

Persepsi mempunyai tiga komponen pembentuk menurut Rakhmat (2004, 37-43) yang dapat digunakan dalam pengukuran persepsi, komponen tersebut yaitu:

1. *Cognitive*
2. *Affective*
3. *Conative*

Komponen persepsi tersebut diukur menggunakan instrumen dengan item soal sebanyak 30 butir soal, yang telah diuji menggunakan skala likert dan telah divalidasi. Berikut ini adalah kisi-kisi instrumen dari variabel persepsi tentang narkoba:

3.1.1.3. Kisi-kisi Instrumen Persepsi Tentang Narkoba

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Y (Persepsi Tentang Narkoba)

No.	Dimensi	Indikator	Nomor Butir Pertanyaan
1	<i>Cognitive</i>	A. Pemahaman/pengetahuan tentang narkoba	1, 2, 3, 4
		B. Pengetahuan tentang cara pencegahan narkoba	5, 6, 7
		C. Pengetahuan tentang resiko penyalahgunaan narkoba	8, 9, 10, 11
2	<i>Affective</i>	A. Motif ingin tahu tentang bahaya	12, 13, 14, 15

		narkoba	
		B. Kemauan dalam diri untuk tidak terlibat penyalahgunaan narkoba	16, 17
		C. Perasaan mengenai bahaya narkoba	18, 19
3	<i>Conative</i>	A. Usaha untuk menghindari narkoba	20, 21, 22, 23, 24
		B. Usaha untuk melakukan pencegahan	25, 26, 27, 28
		C. Upaya mengajak teman untuk menghindari bahaya narkoba	29, 30

3.2.2. Instrumen Sosialisasi Pencegahan Narkoba

3.1.2.1. Definisi Konseptual

Sosialisasi pencegahan narkoba adalah suatu proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, dan kemampuan dasar untuk mengembangkan keterampilan, sikap dan perilaku dalam upaya pencegahan narkoba di lingkungan keluarga.

3.1.2.2. Definisi Operasional

Sosialisasi merupakan suatu bentuk komunikasi yang dapat memberikan informasi. Pengukuran sosialisasi dilakukan melalui tiga dimensi menurut Effendy (2008), yaitu:

1. Komunikasi
2. Pesan Sosialisasi
3. Media Sosialisasi

Dimensi tersebut diukur menggunakan instrumen dengan item soal sebanyak 26 butir soal, yang telah diuji menggunakan skala likert dan telah

divalidasi. Berikut ini adalah kisi-kisi instrumen dari variabel sosialisasi pencegahan narkoba:

3.1.2.3. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel X (Sosialisasi Pencegahan Narkoba)

No.	Dimensi	Indikator	Nomor Butir Pertanyaan
1.	Komunikasi	A. Komunikasikan	1, 2, 3, 4
		B. Komunikator	5, 6, 7, 8
		C. Frekuensi	9, 10, 11
2.	Pesan	Materi Sosialisasi	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
3.	Media	Media Sosialisasi	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis asosiatif. Siregar (2012:144) mengatakan bahwa analisis asosiatif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variable dari dua kelompok data atau lebih. Hasil analisisnya, adalah hipotesis penelitian dapat digeneralisasi atau tidak bisa. Jika H_a diterima, maka terdapat hubungan variabel. Berikut ini adalah langkah dalam menganalisis data.

3.6.1. Uji Prasyarat Analisis

3.6.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner

mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52).

Validitas internal adalah mengukur keseluruhan butir atau item instrumen dan mempermasalahkan validitas item suatu instrumen dengan menggunakan hasil ukur instrumen. Pada validitas ini terbagi menjadi isi dan konstruk. Validitas isi merupakan suatu alat ukur dikatakan valid apabila sesuai yang ingin diukur (Supranata, 2009: 51). Salah satu cara untuk menentukan validitas isi yaitu dengan mengkaji isi tes atau instrumen. Validitas konstruk adalah suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila sesuai dengan konstruksi teoritik (Supranata, 2009: 53). Ahli *judgment experts* menguraikan untuk menguji validitas konstruk, instrument yang telah dikonstruksikan tentang aspek-aspek yang akan diukur berlandaskan teori tertentu dan selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli.

Validitas eksternal instrument diuji dengan cara membandingkan (untuk mencari kesamaan) antara kriteria yang ada pada instrumen dengan fakta-fakta empiris yang terjadi di lapangan (Sugiyono, 2010: 352-353). Instrumen yang mempunyai validitas eksternal yang tinggi maka hasil penelitian akan menyatakan hal yang sama. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Nilai Koefisien Korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

N = Jumlah responden

Sebuah instrumen penelitian bisa dikatakan valid jika instrumen dapat diukur apa yang seharusnya diukur serta mampu mengungkapkan apa yang ingin diukur.

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan (valid).
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen dikatakan (tidak valid).

3.6.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu internal *consistency*. Pengujian dilakukan satu kali dalam mencoba instrumen, dan dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen. Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

r^{11} = Koefisien reliabilitas tes

K = Banyaknya butir pernyataan (yang valid)

s_i^2 = Varians butir

$\sum s_i^2$ = Varians skor butir

st^2 = Varians skor total

Sedangkan varians dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

S_i^2 = Varians skor tiap-tiap item

n = Jumlah responden

$\sum x_i$ = Jumlah data

$\sum x_i^2$ = Jumlah x dikuadratkan

Reliabilitas tes angket dapat terbukti jika $r_{11} > r_{tabel}$ dengan tingkat kepercayaan 95%. Bila keadaan tersebut berbanding terbalik, maka instrumen penelitian itu tidak reliabel. Pedoman untuk mengadakan interpretasi koefisien reliabilitas (r_{11}) digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas

No.	Besarnya Nilai r	Interpretasi
1.	0,800-1.000	Tinggi
2.	0,600-0,800	Cukup
3.	0,400-0,600	Agak Rendah
4.	0,200-0,400	Rendah
5.	0,000-0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2013: 319)

3.6.1.3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Jika data berdistribusi normal, maka statistik yang digunakan adalah statistik parametrik, namun jika data tidak berdistribusi normal maka menggunakan statistik nonparametrik. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran atas regresi Y atas X

berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan *Liliefors* pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Rumus yang digunakan adalah :

$$L_o = | F(Z_i) - S(Z_i) |$$

Keterangan :

L_o = harga mutlak besar

$F(Z_i)$ = peluang baku

$S(Z_i)$ = proporsi angka baku

Hipotesis statistik :

H_o : galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal

H_i : galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

Kriteria pengujian :

Jika L_o (hitung) < L_t (tabel), maka H_o diterima, yang berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

3.6.1.4. Uji Linieritas

Pengujian dengan linearitas bertujuan untuk dapat mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan atau pengaruh yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dilakukan untuk membuktikan linearitas variabel X dan variabel Y dilakukan dengan menguji hipotesis linearitas persamaan regresi (Sudjana, 2005:80). Jika tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

Berikut rumus yang digunakan dalam uji linearitas:

Rumus mencari F_{hitung} :

1. Jumlah kuadrat regresi ($JK_{reg(a)}$)

$$JK_{reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{N}$$

2. Jumlah kuadrat regresi $JK_{reg(b|a)}$

$$JK_{reg(b|a)} = b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n} \right\}$$

3. Jumlah kuadrat residu (JK_{res})

$$JK_{res} = \sum XY - JK_{reg(b|a)} - JK_{reg(a)}$$

4. Jumlah kuadrat error (JK_E)

$$JK_E = \sum_k \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}$$

5. Jumlah kuadrat tuna cocok (JK_{TC})

$$JK_{TC} = JK_{RES} - JK_E$$

6. Jumlah rata-rata kuadrat tuna cocok (RJK_{TC})

$$RJK_{TC} = JK_{TC} / (k - 2)$$

7. Jumlah rata-rata kuadrat error

$$RJK_E = JK_E / (n - k)$$

8. Nilai F_{hitung}

$$F_{hitung} = RJK_{TC} / RJK_E$$

Berikutnya mencari F_{tabel} , dimana diketahui $\alpha = 0,05$. Pada tahap ini dapat dibantu dengan melihat tabel nilai F_{tabel} . Setelah ditemukan, kemudian membuat kesimpulan sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka regresi berpola linear

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka regresi berpola tidak linear

3.6.2. Uji Hipotesis

3.6.2.1. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan dua variabel. Penelitian ini menggunakan uji korelasi dengan teknik korelasi *pearson product moment*. Teknik ini dapat dipakai untuk mencari hubungan variabel bebas dan variabel terikat dengan data berbentuk interval atau rasio. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi antara variabel x dan y

N = Jumlah sampel

x = Skor variabel x

y = Skor variabel y

Hipotesis :

Ho: Tidak terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y

Ha: Ada hubungan antara variabel X dan variabel Y

Menentukan koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 3.5. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan/ Pengaruh
1.	0,000-0,199	Sangat Rendah
2.	0,200-0,399	Rendah
3.	0,400-0,599	Sedang

4.	0,600-0,799	Kuat
5.	0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012: 231)

3.6.2.2. Uji Signifikasi Korelasi

Uji signifikasi korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan uji signifikasi korelasi *pearson product moment* dengan uji t, adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Hipotesis:

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti signifikan
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak signifikan

3.6.2.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 , kadar kontribusi bebas terhadap variabel terikat. Menurut Neolaka (2014: 130) nilai menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan nilai variabel independen. Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = (r_{yx})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r_{yx} = Koefisien korelasi (*product moment*)

3.6.2.4. Uji Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Menurut Supranto (2000: 180) persamaan regresi linear mempunyai rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Nilai *Intercept* (Konstan) Konstanta

b = Koefisien Arah Regresi

Harga koefisien a dan b dapat dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X_1^2) - (\sum X_1) \cdot (\sum XY)}{(N \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2}$$

$$b = \frac{(N \sum X_1 Y) - (\sum X_1) \cdot (\sum Y)}{(N \cdot \sum X_1^2) - (\sum X_1)^2}$$

3.6.2.5. Signifikansi Regresi

Menentukan signifikansi regresi yaitu membandingkan membandingkan

F_{hitung} dengan F_{tabel} . Besarnya F_{tabel} disesuaikan dengan derajat kebebasan.

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka regresi dinyatakan signifikan. Namun jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka regresi dinyatakan tidak signifikan.

$$F = \frac{JK_{reg}}{JKs (n-2)} \text{ atau } F = \frac{JK_{reg}}{JKs / db_s}$$

3.7. Hipotesis Statistika

Hipotesis statistik adalah suatu pernyataan atau anggapan yang mungkin benar atau tidak terhadap suatu populasi atau lebih (Walpole, 1990 yang dikutip oleh Mahdiyah, 2014:112). Hipotesis yang benar memiliki sifat fokus, jelas, *logic*, dipahami, dan dapat diuji.

$$H_0: p \geq 0,05$$

$$H_a: p \leq 0,05$$

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi orang tua tentang narkoba.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi orang tua tentang narkoba.

p : Signifikansi korelasi variabel antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi orang tua tentang narkoba.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

4.1.1. Gambaran Umum Responden Penelitian

Pada sub bab ini, secara garis besar akan membahas mengenai gambaran umum mengenai responden penelitian. Responden penelitian terdiri dari 30 orang tua yang tersebar di RW 03, Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur. Seluruh responden merupakan responden yang telah menerima sosialisasi pencegahan narkoba melalui buku *Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga* dan sudah memiliki anak yang berusia sekolah hingga remaja akhir. Peneliti kemudian menggolongkan karakteristik responden berdasarkan: jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Kondisi sosial ekonomi responden berdasarkan: pendidikan dan pekerjaan.

4.1.1.1. Karakteristik Responden

Berikut ini hasil yang peneliti peroleh berdasarkan karakteristik responden:

1. Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, para orang tua yang telah menerima sosialisasi pencegahan narkoba terdiri dari responden laki-laki dan perempuan. Responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang dan jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang. Jumlah keseluruhan responden adalah 30 orang.

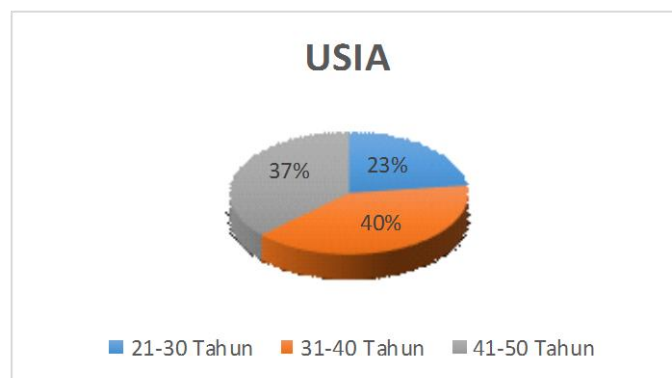


Gambar 4.1 Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari data di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden : Laki-laki berjumlah 11 orang dengan persentase 37%, sedangkan perempuan berjumlah 19 orang dengan persentase 63%.

2. Usia Responden

Dari 30 responden, usia responden yang ditetapkan oleh peneliti yaitu orang tua yang berada di atas 21 tahun dan dibawah 50 tahun. Usia tersebut merupakan usia yang tepat bagi para orang tua untuk sasaran penerimaan sosialisasi.



Gambar 4.2 Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Usia

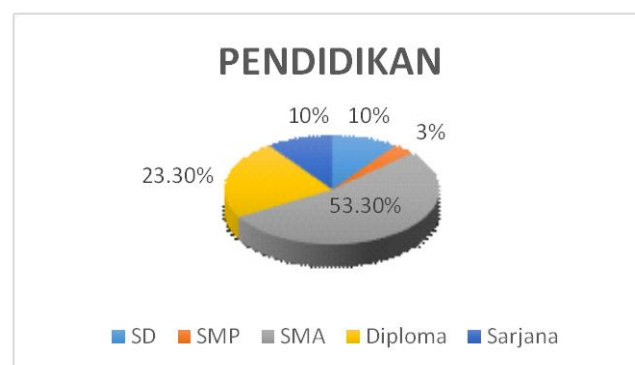
Dari diagram 4.2 dapat dilihat bahwa responden terbanyak dengan usia 21-30 tahun berjumlah 7 orang (23%), kemudian usia 31-40 tahun berjumlah 12 orang (40%), dan terakhir dengan usia 41-50 tahun berjumlah 11 orang (37%).

4.1.1.2. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Berikut ini adalah hasil yang peneliti peroleh berdasarkan karakteristik sosial ekonomi responden:

1. Pendidikan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi lima variasi atau tingkat pendidikan responden yaitu: tidak bersekolah, lulusan SD (Sekolah Dasar)/ sederajat, lulusan SMP (Sekolah Menengah Pertama)/sederajat, SMA (Sekolah Menengah Atas)/sederajat, Diploma, dan Sarjana (S1, S2, S3).



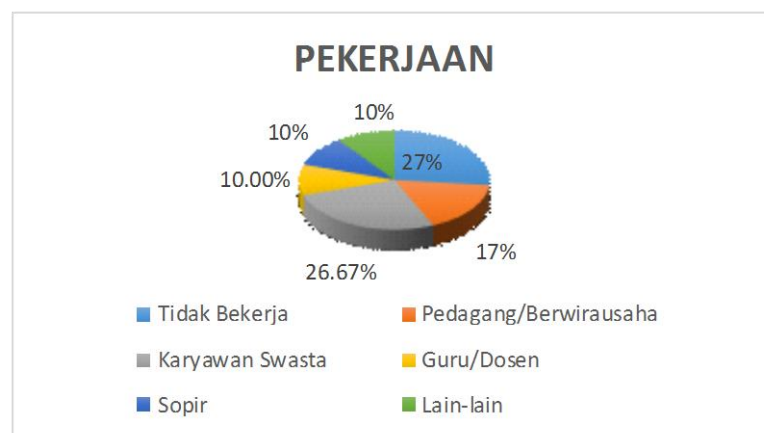
Gambar 4.3 Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data di atas diperoleh gambaran mengenai sosial ekonomi responden dari segi pendidikan, responden terbanyak berasal dari lulusan SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan jumlah 16 orang (53,3%), kemudian Diploma dengan jumlah 7 orang (23,3%), untuk lulusan SD (Sekolah Dasar) dan Sarjana berjumlah sama 3 orang (10%), dan terakhir untuk lulusan SMP (Sekolah

Menengah Pertama) berjumlah 1 orang (3,3%) Sementara itu, tidak diperoleh data responden yang tidak bersekolah.

2. Pekerjaan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi 7 variasi atau pekerjaan responden yaitu: tidak bekerja, pedagang/berwirausaha, karyawan swasta, guru atau dosen, PNS, sopir dan jenis pekerjaan lain di luar pilihan.



Gambar 4.4 Diagram Perbandingan Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari segi pekerjaan, yang terbanyak digeluti oleh para responden adalah karyawan swasta, yaitu sebanyak 8 orang (26,67%). Kemudian yang tidak bekerja atau hanya sebagai ibu rumah tangga berjumlah sama yaitu 8 orang (27%). Pedagang atau berwirausaha sebanyak 5 orang (17%). Responden dengan pekerjaan sebagai guru dan sopir berjumlah sama yaitu 3 orang (10%). Sebanyak 3 orang (10%) mempunyai pekerjaan lain diluar jenis pekerjaan yang ditanyakan, diantaranya yaitu tukang kayu, montir, dan penjahit. Sementara itu, tidak diperoleh data responden yang bekerja sebagai PNS.

4.1.2. Deskripsi Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba

Data sosialisasi pencegahan narkoba diperoleh melalui pengisian angket/kuesioner yang berupa skala likert yang berjumlah 24 pertanyaan oleh 30 responden orang tua. Instrumen terdiri dari tiga dimensi yaitu komunikasi, pesan, dan media. Dimensi komunikasi dengan indikator penyelenggaraan sosialisasi, dan waktu sosialisasi. Kemudian indikator dari dimensi pesan adalah interpretasi materi sosialisasi, serta indikator dari media adalah interpretasi media sosialisasi.

Berdasarkan pengolahan data kuesioner diperoleh skor tertinggi 102, skor terendah 73, rata-rata sebesar 85,0, varians sebesar 47,1724, dan standar deviasi sebesar 6,8682. Deskripsi data dan distribusi frekuensi sosialisasi pencegahan narkoba terdiri dari rentang skor sebesar 29, banyaknya kelas interval sebesar 6, dan panjang kelas sebesar 5. Data digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba

No.	Skor	Batas Bawah	Batas Atas	<i>f</i>	<i>Fr</i>
1.	73-77	72,5	77,5	6	20%
2.	78-82	77,5	82,5	6	20%
3.	83-87	82,5	87,5	5	16,7%
4.	88-92	87,5	92,5	9	30%
5.	93-97	92,5	97,5	3	10%
6.	98-102	97,5	102,5	1	3%
	Jumlah			30	100%

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui frekuensi kelas tertinggi variabel sosialisasi pencegahan narkoba yaitu 9 yang terletak pada interval kelas yang ke 4

yakni 88-92 dengan presentase frekuensi masing-masing sebesar 30% dan frekuensi terendah adalah 1 terletak pada interval kelas 6 dengan presentasi 3%.

4.1.2.1 Deskripsi Dimensi Komunikasi

Pada dimensi komunikasi, diperoleh presentase sebesar 68,3% dengan jumlah rata-rata 3,413. Dalam dimensi ini terdapat 3 indikator yaitu: (1) komunikator dengan presentase sebesar 72% dan nilai rata-rata 3,608; (2) komunikan yang memiliki presentase sebesar 74% dan nilai rata-rata 3,7; (3) frekuensi yang memiliki presentase sebesar 62% dan nilai rata-rata 3,08. Untuk meningkatkan komunikasi, diperlukan adanya komunikasi efektif. Strategi yang dapat dikembangkan dalam upaya untuk membangun komunikasi efektif (Pupuh, 2007), yaitu:

- 1) *Respect*, yaitu menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan.
- 2) *Empathy*, yaitu kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain.
- 3) *Audible*, yang artinya dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka *audible* berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.
- 4) *Clarity* yang berarti keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau

disembunyikan), sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (*trust*) dari penerima pesan.

4.1.2.2 Deskripsi Dimensi Pesan

Pada dimensi pesan, diperoleh presentase sebesar 72,5% dengan jumlah rata-rata 3,625. Dalam dimensi ini hanya terdapat satu indikator yaitu interpretasi materi sosialisasi dengan persentase sebesar 72,5% dengan jumlah rata-rata 3,625.

Pada dasarnya setiap komunikasi ingin mencapai sasaran khalayak secara efektif. Artinya pesan yang disebarluaskan tersebut dapat dipahami dan dimengerti oleh khalayak sasaran yang pada gilirannya akan dapat menimbulkan reaksi dan atau respon mengikuti seperti apa yang dianjurkan dari pihak komunikator. Menurut Walgito (2003:15) agar pesan komunikasi dapat tanggapan dari khalayak, maka seseorang komunikator harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pesan harus menyesuaikan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- 2) Pesan yang disampaikan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat meneruh perhatian sasaran yang dimaksud.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyerahkan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

4.1.2.3 Deskripsi Dimensi Media

Pada dimensi media, diperoleh presentase sebesar 72,9% dengan jumlah rata-rata 3,64. Dalam dimensi ini hanya terdapat satu indikator yaitu interpretasi materi sosialisasi dengan persentase sebesar 72,9% dengan jumlah rata-rata 3,64.

Terlepas dari bentuk-bentuk dan jenis-jenis media sosialisasi, dan terkait dengan masalah pemilihan media, menurut Djamarah (2010:26) cara merancang media yang efektif dalam pencapaian pembentukan persepsi antara lain: (1) media harus dirancang sesederhana mungkin sehingga jelas dan mudah dipahami; (2) media hendaknya dirancang sesuai dengan pokok bahasan yang akan diajarkan; (3) media hendaknya dirancang tidak terlalu rumit dan menjadi bingung; (4) media hendaknya dirancang dengan bahan-bahan yang sederhana dan mudah didapat, tetapi tidak mengurangi makna dan fungsi media itu sendiri; (5) media dapat dirancang dalam bentuk model, gambar, bagan berstruktur, dan lain-lain.

Berikut ini adalah jumlah rata-rata hitung skor variabel sosialisasi pencegahan narkoba:

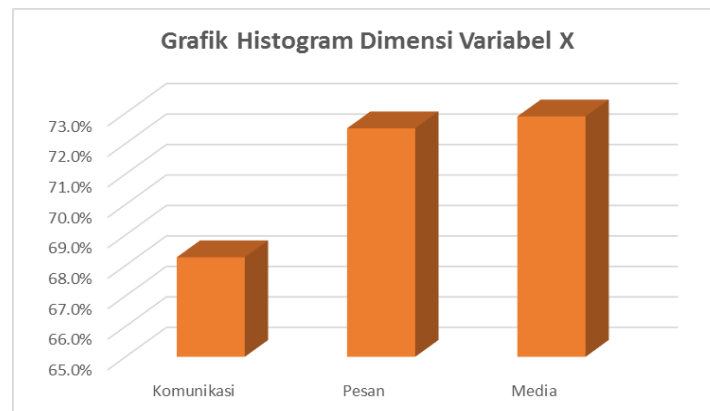
Tabel 4.2. Rata-rata Hitung Skor Dimensi Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba

No	Dimensi	Total Skor	N (Soal)	%
1	Komunikasi	1500	10	68,3%
2	Pesan	1200	8	72,5%
3	Media	900	6	72,9%

Sumber: Data Primer, 2017

Pada tabel tersebut, menunjukkan bahwa dimensi komunikasi mempunyai total skor sebanyak 1500 dengan jumlah soal sebanyak 10 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 68,3%. Selanjutnya pada dimensi pesan, mempunyai total skor sebanyak 1200 dengan jumlah soal sebanyak 8 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 72,5%. Kemudian pada dimensi media, mempunyai total skor sebanyak 900 dengan jumlah soal sebanyak 6 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 72,9%.

Berikut ini adalah grafik histogram untuk perbandingan persentase setiap dimensi pada variabel sosialisasi pencegahan narkoba:



Gambar 4.5 Grafik Dimensi Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba

4.1.3. Deskripsi Variabel Persepsi Tentang Narkoba

Data sosialisasi pencegahan narkoba diperoleh melalui pengisian angket/kuesioner yang berupa skala likert yang berjumlah 26 pertanyaan oleh 30 responden orang tua. Instrumen terdiri dari tiga dimensi yaitu *cognitive*, *affective*, dan *conative*. Dimensi *cognitive* dengan indikator pemahaman tentang narkoba, pengetahuan tentang cara pencegahan narkoba, pengetahuan tentang resiko penyalahgunaan narkoba. Dimensi kedua yaitu *affective* dengan indikator motif ingin tahu tentang bahaya narkoba, kemauan dalam diri agar anak tidak terlibat narkoba, perasaan mengenai bahaya narkoba. Kemudian dimensi ketiga adalah *conative* dengan indikator usaha untuk menghindari narkoba, niat untuk melakukan pencegahan, dan upaya mengajak teman untuk menghindari narkoba.

Berdasarkan pengolahan data kuesioner diperoleh skor tertinggi 127, skor terendah 82, rata-rata sebesar 94,33, varians sebesar 87,885, dan standar deviasi sebesar 9,3747. Deskripsi data dan distribusi frekuensi persepsi tentang narkoba

terdiri dari rentang skor sebesar 45, banyaknya kelas interval sebesar 6, dan panjang kelas sebesar 8. Data digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Tentang Narkoba

No.	Skor	Batas Bawah	Batas Atas	<i>f</i>	<i>Fr</i>
1.	82-89	81,5	89,5	9	30%
2.	90-97	89,5	97,5	13	43,3%
3.	98-105	97,5	105,5	5	16,7%
4.	106-113	105,5	113,5	2	6,7%
5.	114-121	113,5	121,5	0	0%
6.	122-129	121,5	129,5	1	3,3%
	Jumlah			30	100%

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui frekuensi kelas tertinggi variabel persepsi tentang narkoba yaitu 13 yang terletak pada interval kelas yang ke 2 yakni 90-97 dengan presentase frekuensi masing-masing sebesar 43,3% dan frekuensi terendah adalah 0 terletak pada interval kelas 5 dengan presentasi 0%.

4.1.3.1 Deskripsi Dimensi *Cognitive*

Pada dimensi komunikasi, diperoleh presentase sebesar 72,2% dengan jumlah rata-rata 3,609. Dalam dimensi ini terdapat 3 indikator yaitu: (1) pemahaman tentang narkoba dengan presentase sebesar 73% dan nilai rata-rata 3,641; (2) pengetahuan tentang cara pencegahan narkoba yang memiliki presentase sebesar 73% dan nilai rata-rata 3,667; (3) pengetahuan tentang resiko penyalahgunaan narkoba dengan presentase sebesar 71% dan nilai rata-rata 3,533.

Presentase tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar para responden memiliki pengetahuan tentang bahaya dan pencegahan narkoba dari sosialisasi

tersebut. Menurut Piaget dalam Asri Budiningsih (2005: 35) makin bertambahnya umur seseorang maka makin komplekslah susunan sel sarafnya dan makin meningkat pada kemampuannya. Ketika individu berkembang menuju kedewasaan akan mengalami adaptasi biologis dengan lingkungannya yang akan menyebabkan adanya perubahan-perubahan kualitatif di dalam struktur kognitifnya.

4.1.3.2 Deskripsi Dimensi *Affective*

Pada dimensi *affective*, diperoleh presentase sebesar 72,9% dengan jumlah rata-rata 3,642. Dalam dimensi ini terdapat 3 indikator yaitu: (1) motif ingin tahu tentang bahaya narkoba dengan presentase sebesar 74% dan nilai rata-rata 3,72; (2) kemauan dalam diri agar anak tidak terlibat narkoba yang memiliki presentase sebesar 72% dan nilai rata-rata 3,66; (3) perasaan mengenai bahaya narkoba dengan presentase sebesar 71% dan nilai rata-rata 3,56.

Pada dimensi ini, merujuk pada bagaimana respon orang tua melalui sikap, perasaan dan emosi terhadap narkoba setelah mengetahui tentang bahaya narkoba. Seorang individu dalam merespon sesuatu lebih banyak diarahkan oleh penalaran dan pertimbangan-pertimbangan objektif. Akan tetapi pada saat-saat tertentu di dalam kehidupannya, dorongan emosional banyak campur tangan dan mempengaruhi pemikiran-pemikiran dalam tingkah lakunya. Perasaan-perasaan yang menyertai perbuatan-perbuatan kita sehari-hari disebut warna afektif. Warna afektif kadang-kadang kuat, kadang-kadang lemah, kadang-kadang tidak jelas (samar-samar). Dalam hal warna afektif tersebut kuat, maka perasaan-perasaan menjadi lebih mendalam, lebih luas, dan lebih terarah. Perasaan-perasaan seperti ini disebut emosi (Sarlito, 1982: 59).

4.1.3.2 Deskripsi Dimensi *Conative*

Pada dimensi *conative*, diperoleh presentase sebesar 72,8% dengan jumlah rata-rata 3,641. Dalam dimensi ini terdapat 3 indikator yaitu: (1) usaha untuk menghindari narkoba dengan presentase sebesar 72% dan nilai rata-rata 3,616; (2) niat untuk melakukan pencegahan yang memiliki presentase sebesar 71% dan nilai rata-rata 3,533; (3) upaya mengajak teman untuk menghindari narkoba dengan presentase sebesar 81% dan nilai rata-rata 4,067.

Pada dimensi ini lebih menampilkan tingkah laku atau perilaku seseorang, jadi merupakan komponen untuk menggerakkan seseorang secara aktif untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atas suatu reaksi yang sedang dihadapinya. Hasil presentase yang didapat adalah tinggi yang artinya bahwa para responden menunjukkan konatif yang positif yaitu segala usaha untuk menghindari keluarga dari narkoba. Menurut Anwar (2001:18) Perilaku merupakan ekspresi sikap seseorang, sikap itu sudah terbentuk dalam dirinya karena berbagai tekanan atau hambatan dari luar dalam dirinya. Artinya potensi reaksi yang sudah terbentuk dalam dirinya akan muncul berupa perilaku aktual sebagai cerminan sikapnya. Seberapa besar potensi yang dimiliki oleh seseorang adalah salah satu hal dari faktor dalam diri orang tersebut yang sangat besar pengaruhnya terhadap terwujudnya perilaku. Perilaku dapat terjadi secara berulang ulang yang sudah menjadi kebiasaan-kebiasaan orang tersebut.

Berikut ini adalah jumlah rata-rata hitung skor variabel persepsi tentang narkoba:

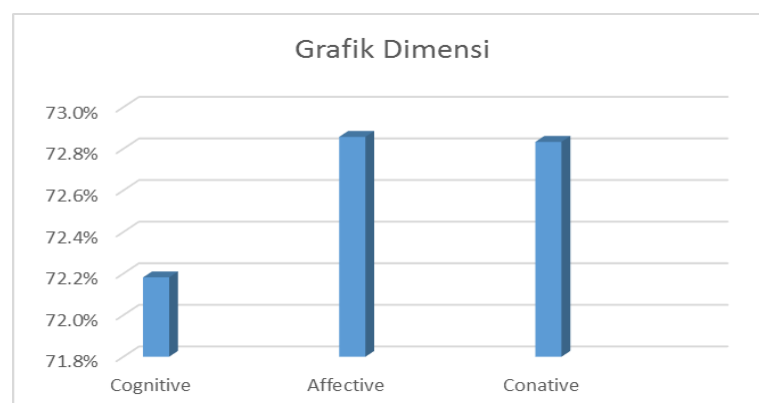
Tabel 4.4. Rata-rata Hitung Skor Dimensi Variabel Persepsi Tentang Narkoba

No	Dimensi	Total Skor	N (Soal)	%
1	<i>Cognitive</i>	1650	11	72,2%
2	<i>Affective</i>	1050	7	72,9%
3	<i>Conative</i>	1200	8	72,8%

Sumber: Data Primer, 2017

Pada tabel tersebut, menunjukkan bahwa dimensi *cognitive* mempunyai total skor sebanyak 1650 dengan jumlah soal sebanyak 11 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 72,2%. Selanjutnya pada dimensi *affective*, mempunyai total skor sebanyak 1050 dengan jumlah soal sebanyak 7 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 72,9%. Kemudian pada dimensi *conative*, mempunyai total skor sebanyak 1200 dengan jumlah soal sebanyak 6 butir soal dan mempunyai persentase sebanyak 72,8%.

Berikut ini adalah grafik histogram untuk perbandingan persentase setiap dimensi pada variabel persepsi tentang narkoba:



Gambar 4.6 Grafik Dimensi Variabel Persepsi Tentang Narkoba

4.2. Pengujian Prasyarat Analisis Data

4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen dikonsultasikan dengan dosen pembimbing metodologi yakni ibu Dr. Shinta Doriza, M.Pd, M.S.E berkaitan dengan validasi konstruk, yaitu seberapa besar item-item tersebut dapat mengukur indikator yang ada pada variabel sosialisasi pencegahan narkoba dan persepsi tentang narkoba. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah mengkonsultasikan dengan 2 dosen ahli validasi yakni ibu Mulyati, M.Si dan ibu Kenty Martiastuti, M.Si. Lalu tahap berikutnya adalah dengan mengujicobakan instrumen kepada 30 responden, yaitu orang tua yang menerima sosialisasi pencegahan narkoba.

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan taraf signifikansi kesalahan 0,05 dan $n=30$ menghasilkan $r_{tabel}= 0,361$. Item soal dimasukkan ke dalam rumus kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} . Item instrumen dianggap valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil uji validitas akan dijabarkan pada table berikut:

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah soal	Jumlah Soal Valid
Sosialisasi Pencegahan Narkoba	26	24
Persepsi Tentang Narkoba	30	26

Sumber: Data Primer, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pencegahan narkoba mempunyai jumlah soal 26 butir dan jumlah soal tidak valid sebanyak 24 butir yang artinya terdapat 2 soal yang tidak valid. Kemudian pada variabel persepsi

tentang narkoba, jumlah soal yaitu sebanyak 30 butir dan jumlah soal valid sebanyak 26 butir, yang artinya sebanyak 4 butir soal dinyatakan tidak valid.

Setelah instrument dianggap valid, maka instrument diuji reliabilitasnya dengan rumus *alpha cronbach*. Sebelumnya, hitung terlebih dahulu varians tiap butir dengan rumus :

$$Si^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Lalu selanjutnya adalah menghitung varians total dengan rumus:

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

Sehingga varians total yang diperoleh yaitu 45,6 pada variabel X, dan 40,366 pada variabel Y.

Langkah terakhir dengan memasukkan rumus *alpha cronbach* untuk menghitung reliabilitas:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Variabel X

$$\begin{aligned} r_{11} &= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right) \\ &= \frac{24}{(24 - 1)} \left(1 - \frac{8.4024}{45.6} \right) \\ &= 0.8510 \end{aligned}$$

Variabel Y

$$\begin{aligned} r_{11} &= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right) \\ &= \frac{26}{(26 - 1)} \left(1 - \frac{10.01335}{40.366} \right) \\ &= 0.7820 \end{aligned}$$

Kesimpulannya, dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa variable X memiliki reliabilitas yang sangat tinggi, sedangkan variable Y memiliki reliabilitas yang tinggi.

4.2.2. Uji Normalitas

Perhitungan normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas ini dilakukan dengan taraf signifikan 0,05 untuk sampel sebanyak 30 orang tua di perumahan RW 03, Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur dengan kriteria pengujian berdistribusi $L_o < L_{tabel}$ maka disimpulkan data berdistribusi normal dan jika sebaliknya maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas dengan rumus Liliefors menyimpulkan bahwa data variabel X (sosialisasi pencegahan narkoba) berdistribusi normal dan data Y (persepsi tentang narkoba) juga berdistribusi normal. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat dengan tabel di bawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data

No.	Variabel	L_o	L_{tabel}	Kesimpulan	Keputusan
1.	Sosialisasi Pencegahan Narkoba	0.073	0,161760	$L_o < L_{tabel}$	Normal
2.	Persepsi Tentang Narkoba	0,0002	0,161760	$L_o < L_{tabel}$	Normal

Sumber : Data Primer, 2017

4.2.2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk membuktikan apakah kedua variabel memiliki persebaran data yang linear secara signifikan atau tidak. Berikut hasil uji

linearitas regresi: $F_{hitung} = -2.175193335$ dan $F_{tabel} = 4.1959718185$ maka dapat disimpulkan bahwa $-2.175193335 < 4.195971818$ yang berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga uji linearitas regresi berpola linear.

4.3. Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan dua variabel. Pada penelitian ini, langkah pertama yakni menghitung hasil penelitian menggunakan rumus korelasi *product moment* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel sosialisasi pencegahan narkoba terhadap variabel persepsi orang tua tentang narkoba.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Lalu, langkah selanjutnya adalah menentukan letak hasil pada kategori tabel interpretasi koefisien korelasi nilai r.

Berdasarkan hasil perhitungan *product moment* yang telah dilakukan, diperoleh hasil korelasi antara sosialisasi pencegahan narkoba dengan persepsi tentang narkoba adalah 0,363 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi bersifat rendah.

4.3.2 Uji Signifikansi Korelasi

Uji signifikansi korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan uji signifikansi korelasi pearson product moment dengan uji t, adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sehingga mendapat hasil 2,062. Langkah selanjutnya adalah membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} melalui tabel distribusi t dengan taraf signifikansi 0,05 dan $n-2 = 30-2=28$, diperoleh t_{tabel} sebesar 2,048.

Maka dengan hipotesis:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti signifikan
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak signifikan

Dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} (2,062) > t_{tabel} (2,048)$ yang artinya **data bersifat signifikan**.

4.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya presentase kontribusi antara sosialisasi pencegahan narkoba dengan persepsi tentang narkoba

$$\begin{aligned} KD &= (r_{yx})^2 \times 100\% \\ &= (0,363)^2 \times 100\% \\ &= 13,18\% \end{aligned}$$

Dari hasil yang diperoleh koefisien determinasi sebesar 13,18%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 13,18% persepsi tentang narkoba dipengaruhi oleh sosialisasi pencegahan narkoba, sedangkan sisanya 86,82% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

4.3.4 Uji Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang digunakan adalah persamaan regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X dan variabel Y. Berdasarkan hasil perhitungan analisis persamaan regresi sederhana didapat persamaan sebagai berikut:

$$\bar{Y} = a + bX$$

$$\bar{Y} = 52,21 + 0,495614 X$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Persepsi tentang Narkoba untuk setiap perubahan variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba sebesar satu satuan, perubahan ini merupakan penambahan apabila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 52,21 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Sosialisasi Pencegahan Narkoba maka nilai Persepsi Tentang Narkoba bertambah sebesar 0,4956.
- Koefisien regresi Sosialisasi Pencegahan Narkoba sebesar 0,4956 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Sosialisasi Pencegahan Narkoba, maka nilai Persepsi tentang Narkoba bertambah sebesar 0,4956.

Signifikansi regresi dapat dihitung melalui hasil uji keberartian regresi yaitu $F_{hitung} = 11,6716$ dan $F_{tabel} = 2,4246$. Maka dapat disimpulkan bahwa $11,6716 > 2,4246$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga uji keberartian regresi signifikan.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Variabel Sosialisasi Pencegahan Narkoba

Pada variabel sosialisasi pencegahan narkoba terdapat 3 dimensi seperti yang dijelaskan sebelumnya. Adapun dimensi yang memiliki presentase tertinggi sebesar 72,9% yaitu dimensi media. Perhitungan ini berarti banyak responden yang menilai bahwa media sosialisasi yang digunakan sudah bagus dan layak untuk menjadi media pembelajaran dari segi visual. Banyak orang tua yang setuju bahwa tampilan buku sangat menarik, dapat meningkatkan minat membaca, membantu memahami materi dan sangat praktis. Hal ini sejalan dengan teori Levie & Lentsz (1982) yang dikutip Sanaky (2009:6), mengemukakan empat fungsi media pembelajaran, khususnya media visual, yaitu:

5. Fungsi atensi yaitu menarik dan mengarahkan perhatian untuk berkonsentrasi.
6. Fungsi afektif media visual dapat terlihat dari tingkat kenikmatan seseorang ketika belajar atau membaca teks yang bergambar. Gambar atau lambang visual dapat menggugah emosi dan sikap.
7. Fungsi kognitif media visual terlihat dari lambang visual atau gambar memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam gambar.
8. Fungsi kompensatoris terlihat dari hasil penelitian bahwa media visual memberikan konteks untuk memahami teks membantu orang yang lemah dalam membaca untuk mengorganisasikan informasi dalam teks dan mengingatnya kembali.

Dari penilaian para orang tua tersebut dapat disimpulkan bahwa tampilan media atau buku tersebut sudah memenuhi fungsi-fungsi media visual yang dibutuhkan.

Adapun persentase terendah adalah 68,3% terdapat pada dimensi komunikasi. Perhitungan ini berarti dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang berpendapat bahwa sosialisasi yang diadakan oleh BNN masih jarang dan bahkan tidak pernah di daerah mereka, sehingga beberapa orang lebih memilih melihat *talkshow* seputar bahaya narkoba di televisi dibandingkan mengikuti penyuluhan karena penyuluhan biasanya dilakukan hanya kepada remaja bukan orang tua.

Dimensi pertama adalah komunikasi yang memiliki 3 indikator, dimana indikator yang memiliki presentase tertinggi sebesar 74% yaitu komunikasi. Dari perhitungan tersebut terlihat bahwa banyak responden yang merasa senang apabila diberi informasi bahwa akan diadakan sosialisasi bahaya narkoba di daerahnya. Kemudian mereka juga setuju bahwa dengan mengikuti sosialisasi pencegahan narkoba, berarti akan bertambah pengetahuan mereka tentang bahaya penyalahgunaan narkoba sehingga membuat mereka tertarik untuk mencari tahu informasi tentang pencegahan narkoba.

Adapun presentase terendah 62% terdapat pada indikator frekuensi. Perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang jarang bahkan sampai tidak pernah mengikuti sosialisasi tentang narkoba dibandingkan yang pernah. Hal tersebut karena lembaga BNN tidak pernah mengadakan sosialisasi tentang narkoba di daerah tersebut untuk para orang tua. Hampir keseluruhan responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa BNN

sering mengadakan sosialisasi narkoba di daerah tersebut. Informasi tentang bahaya narkoba dan cara pencegahannya tidak hanya BNN saja yang bertugas untuk memberikannya, tetapi orang tua juga harus aktif mencari informasi dari berbagai sumber apabila tidak dapat mengikuti sosialisasi.

Dimensi kedua yaitu pesan terdapat 1 indikator, dimana persentasenya adalah sebesar 72,5% yaitu interpretasi materi sosialisasi. Perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa 72,5% responden menilai bahwa materi yang disampaikan dalam sosialisasi dan dalam buku tersebut dapat dipahami oleh mereka. Penjelasan yang disampaikan tidak rumit dan contoh-contoh yang diberikan dapat ditemui di kehidupan sehari-hari.

Dimensi ketiga yaitu media terdapat 1 indikator, dimana persentasenya adalah sebesar 72,9% yaitu interpretasi media sosialisasi. Perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa 72,9% responden menilai bahwa media sosialisasi yang digunakan sudah bagus dan layak untuk menjadi media pembelajaran dari segi visual. Banyak orang tua yang setuju bahwa tampilan buku sangat menarik, dapat meningkatkan minat membaca, membantu memahami materi dan sangat praktis.

4.4.2. Variabel Persepsi Tentang Narkoba

Pada variabel persepsi tentang narkoba terdapat 3 dimensi seperti yang dijelaskan sebelumnya. Adapun dimensi yang memiliki presentase tertinggi sebesar 72,9% yaitu dimensi *affective*. Perhitungan ini berarti banyak responden mempunyai persepsi yang positif terhadap narkoba dengan menunjukkan sikap mereka terhadap penyalahgunaan narkoba. Para responden menunjukkan motif ingin tahu lebih banyak tentang narkoba dan kemauan agar tidak terlibat penyalahgunaan narkoba.

Adapun persentase terendah adalah 72,2% terdapat pada dimensi *cognitive*. Hasil persentase menunjukkan hasil yang hanya sedikit berbeda. Perhitungan ini berarti dapat disimpulkan bahwa responden menunjukkan hasil kognitif yang baik tentang narkoba dari mengikuti sosialisasi tersebut. Secara umum mereka memahami bahaya narkoba dan cara pencegahannya.

Dimensi pertama adalah *cognitive* yang memiliki 3 indikator yaitu pemahaman tentang narkoba, pengetahuan tentang cara pencegahan narkoba, dan pengetahuan tentang resiko penyalahgunaan narkoba. Terdapat 2 indikator yang memiliki persentase tertinggi dan setara sebesar 73% yaitu indikator pemahaman tentang narkoba, dan indikator pengetahuan tentang cara pencegahan narkoba. Dari perhitungan tersebut terlihat bahwa banyak responden yang mempunyai pengetahuan tentang narkoba dari sosialisasi yang diberikan kepada mereka. Mereka mengetahui tentang apa itu narkoba, jenis-jenis narkoba dan apa bahaya narkoba. Responden juga mengetahui bagaimana cara pencegahan narkoba pada anak mereka.

Indikator yang memiliki persentase terendah adalah pengetahuan tentang resiko penyalahgunaan narkoba yaitu sebesar 71%. Persentase tersebut cukup besar meskipun terendah, yang artinya para responden juga mengetahui resiko penyalahgunaan narkoba, namun ada beberapa responden yang juga belum cukup memahami informasi tentang resiko penyalahgunaan narkoba terutama pada anak mereka.

Dimensi kedua yaitu *affective* yang memiliki 3 indikator yaitu motif ingin tahu tentang bahaya narkoba, kemauan dalam diri agar anak tidak terlibat narkoba, dan perasaan mengenai bahaya penyalahgunaan narkoba. Adapun indikator yang

memiliki persentase tertinggi sebesar 74% yaitu indikator motif ingin tahu tentang bahaya narkoba. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju untuk menggali informasi yang lebih dalam lagi tentang narkoba melalui *website*, seminar, penyuluhan, dan media lainnya. Indikator kedua yaitu kemauan dalam diri agar anak tidak terlibat narkoba dengan persentase 72% yang artinya banyak responden yang menunjukkan sikap bahwa mereka mempunyai keinginan untuk menjauhkan anak dari keterlibatan penyalahgunaan narkoba, dan dari pengetahuan yang mereka dapat akan bahaya narkoba semakin menguatkan mereka untuk menghindari anak dari hal-hal yang berhubungan dengan narkoba.

Indikator yang memiliki persentase terendah adalah perasaan mengenai penyalahgunaan narkoba yaitu sebesar 71%. Indikator ini membahas tentang perasaan atau emosi yang ditunjukkan oleh responden terhadap penyalahgunaan narkoba itu sendiri seperti benci, tidak suka, takut, ataupun biasa saja. Persentase tersebut cukup besar meskipun terendah, yang artinya para responden juga mempunyai perasaan benci dan tidak suka terhadap penyalahgunaan narkoba. Mereka menganggap penyalahgunaan narkoba itu tidak baik sehingga harus di jauhi dan dibenci. Perasaan tersebut dapat menimbulkan perilaku mereka agar melakukan pencegahan di dalam keluarganya.

Dimensi ketiga yaitu *conative*. Dimensi ini membahas tentang perilaku yang harus dilakukan terhadap narkoba. Dimensi ini memiliki 3 indikator yaitu usaha untuk menghindari narkoba, usaha untuk melakukan pencegahan, dan upaya untuk mengajak teman menghindari narkoba. Adapun indikator yang memiliki persentase tertinggi sebesar 81% yaitu indikator upaya untuk mengajak teman menghindari narkoba. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa rata-rata

responden setuju untuk mengajak teman atau saudara mereka agar menghindari narkoba dan mengajak teman-teman mereka sebagai orang tua untuk mengikuti penyuluhan-penyuluhan narkoba. Indikator kedua yaitu usaha untuk menghindari narkoba dengan persentase 72% yang artinya banyak responden yang menunjukkan sikap bahwa mereka mempunyai keinginan untuk menghindari anak dari pergaulan bebas dan terlibat penyalahgunaan narkoba.

Indikator yang memiliki persentase terendah adalah niat untuk melakukan pencegahan yaitu sebesar 71%. Persentase tersebut cukup besar meskipun terendah, yang artinya para responden juga memiliki niat untuk melakukan pencegahan pada anak-anak mereka, salah satunya adalah dengan mengawasi kegiatan anak dan menganggap bahwa keluarga sebaiknya berperan aktif dalam pencegahan narkoba.

4.4.3. Pengaruh Sosialisasi Pencegahan Narkoba terhadap Persepsi Tentang Narkoba

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang rendah tetapi signifikan antara variabel sosialisasi pencegahan narkoba dengan persepsi terhadap narkoba. Angka koefisien korelasi *product moment* $r = 0,363$ dengan nilai $t_{hitung} (2,062) > t_{tabel} (2,048)$. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 13,18%, angka ini menunjukkan seberapa besar pengaruh sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba. Sementara 86,82% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Faktor- faktor lainnya dapat berupa individu yang bersangkutan, pengalaman, dan situasi (Robins, 1998). Menurut Suharnan (2005:25) hasil suatu persepsi atau interpretasi mengenai suatu stimulus akan ditentukan oleh

kombinasi antara sifat-sifat yang ada pada stimulus yang dipersepsi itu (*bottom up*) dengan pengetahuan yang tersimpan didalam ingatan seseorang yang relevan dengan stimulus itu (*top down*). Feldman (1999) lebih lanjut menjelaskan tentang proses *top down* dan *bottom up*. *Top down processing is guided by higher level knowledge, experience, expectations, and motivation* (proses *top-down* mengarah pada tingkat pengetahuan, pengalaman, dugaan, dan motivasi). Sedangkan *bottom up processing, perception involves recognizing and processing information about the individual component of stimuli* (proses *bottom up*, persepsi yang melibatkan rekognisi dan proses informasi tentang karakteristik stimulus individual).

Berdasarkan uji regresi, diperoleh dengan rumus persamaan sebagai berikut : $\bar{Y} = 52,21 + 0,495614X$ hal ini mengindikasikan bahwa setiap penambahan pada variabel sosialisasi pencegahan narkoba akan dikalikan 0,4956 dan ditambahkan dengan nilai konstanta 52,21. Signifikansi $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa persamaan yang ada dapat signifikan, perhitungan linieritas diperoleh $F_{hitung} (-2.175193335) < F_{tabel} (4.195971818)$. Sehingga persamaan tersebut dapat digunakan untuk memprediksi secara signifikan dan linier pengaruh sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba. Hipotesis yang ditemukan dalam penelitian ini adalah $H_a : \rho \neq 0$ terdapat pengaruh yang rendah tetapi signifikan antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi, analisis, interpretasi data, pengolahan data statistik yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 13,18% antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba pada orang tua di RW 03 Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur.
2. Skor tertinggi pada sosialisasi pencegahan narkoba yaitu dimensi media yaitu sebesar 72,9%. Hal ini berarti banyak responden yang menilai bahwa media sosialisasi yang digunakan sudah bagus dan layak untuk menjadi media pembelajaran dari segi visual. Banyak orang tua yang setuju bahwa tampilan buku sangat menarik dari segi gambar, warna, ilustrasi, dapat meningkatkan minat membaca, membantu memahami materi dan sangat praktis. Penggunaan media dalam sosialisasi dapat memberikan pengalaman nyata dan meletakkan dasar perkembangan seseorang dalam belajar sehingga hasil belajar akan memuaskan. Sebagai alat penyalur informasi, media juga sangat efektif dan efisien untuk mengkonkritkan materi ajar yang sifatnya abstrak. Sebab sasaran akhir dari sebuah proses pembelajaran adalah pembentukan sikap dan perilaku peserta didik.

3. Pada variabel persepsi tentang narkoba, skor tertinggi adalah dimensi *affective* yaitu sebesar 72,9%. Hal ini berarti banyak responden mempunyai persepsi negatif terhadap narkoba dengan menunjukkan sikap negatif mereka terhadap penyalahgunaan narkoba. Para responden menunjukkan motif ingin tahu lebih banyak tentang narkoba dan kemauan agar tidak terlibat penyalahgunaan narkoba, mereka juga menunjukkan perasaan tidak suka atau benci terhadap penyalahgunaan narkoba. Sikap positif mempunyai kecenderungan untuk bertindak mendekati, menyenangkan dan mengharapkan objek tertentu, sedangkan sikap negatif mempunyai kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci dan tidak menyukai objek tertentu.
4. Hubungan antara dimensi media dan dimensi *affective* sangat erat kaitannya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media dapat membentuk respon afektif seseorang. Respon dalam bentuk afektif, yaitu berupa perasaan individu terhadap objek sikap. Jika media secara efektif menunjukkan sifat negatif terhadap suatu objek, dalam hal ini yaitu penyalahgunaan narkoba, maka individu yang mempunyai sikap negatif terhadap penyalahgunaan narkoba tidak akan menyukai narkoba. Individu akan percaya dan beranggapan bahwa narkoba berbahaya dan akan membawa dampak ke dalam perilaku yang tidak baik. Maka sikap negatif terhadap narkoba dapat menghindarkan individu dari keterlibatan penyalahgunaan narkoba.

5.2. Implikasi

Penelitian ini dilakukan dalam lingkup orang tua yang menerima sosialisasi pencegahan narkoba melalui buku *Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga*. Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan antara sosialisasi pencegahan narkoba terhadap persepsi tentang narkoba. Dengan demikian, implikasi yang diperoleh yakni sebagai berikut:

1. Penggunaan media yang efektif pada sosialisasi dapat menunjukkan efek negatif dari narkoba, maka dampak yang dihasilkan adalah sikap negatif para orang tua terhadap narkoba sehingga mereka akan berpikir bahwa penyalahgunaan narkoba akan berdampak buruk bagi keluarga dan hal tersebut dapat mengarahkannya untuk melakukan pencegahan narkoba di lingkungan keluarganya.
2. Respon afektif yang ditunjukkan melalui perasaan tidak suka atau benci terhadap narkoba akan berdampak pada sikap dan perilaku para orang tua. Hal itu akan mendorong para orang tua untuk menghindari dan melakukan tindakan pencegahan baik untuk dirinya maupun keluarganya.

5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan, kesimpulan, dan implikasi yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan yang bermanfaat antara lain:

1. Penggunaan media dalam melakukan sosialisasi harus dengan media yang tepat dan efektif dalam memberikan informasi tentang bahaya penyalahgunaan narkoba. Karena tidak semua orang dapat melihat, mendengarkan, membaca, melakukan atau menggunakan media yang sama.
2. Para orang tua harus lebih peka terhadap lingkungan sekitar untuk menghindari keterlibatan dalam penyalahgunaan narkoba yaitu dengan

menunjukkan perasaan tidak suka dan menolak narkoba. Orang tua juga berkewajiban untuk mendidik anak dan menghindari anak dari keterlibatan penyalahgunaan narkoba.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. (2014). *Persepsi Masyarakat Tentang Sosialisasi Bahaya Narkoba di Kelurahan Sidomulyo Kecamatan Samarinda Ilir Kota Samarinda*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2 (3): 294-308.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Badan Narkotika Nasional. (2015). *Memilih Lingkungan Bebas Narkoba*. Jakarta: BNN
- Badan Narkotika Nasional. (2015). *Pencegahan dan Pemberantasan Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba Jurnal data P4GN*, hlm: 9-11
- Badan Narkotika Nasional. (2007). *Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba Sejak Usia Dini*. Jakarta: BNN
- Badan Narkotika Nasional. (2015). *Petunjuk Teknis Kegiatan Pencegahan Bahaya Narkoba di Lingkungan Keluarga*. Jakarta: BNN
- Badan Narkotika Nasional. (2015). *Press Release Akhir tahun 2015*. Jakarta: BNN
- Badan Narkotika Nasional. (2015). *Tips Bebas Narkoba*. Jakarta: BNN
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Djamarah, S. (2010). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Effendy, O.U. (2006). *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Efrizal, I. 2015. *Persepsi Masyarakat tentang Kualitas pelayanan Publik di Kecamatan Way Krui Kabupaten Pesisir Barat*. [skripsi]. Semarang: Fakultas Ilmu Keolahrgaan, Universitas Negeri Semarang.
- Irwan, S. (2006). *Keluarga Anti N Panduan Menghindari Jerat Narkoba*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Istiyadi, P.R. 2012. *Pemahaman Tentang Bahaya Narkoba dan Rokok Pada Siswa SMAN 1 Kayen Kabupaten Pati* [skripsi]. Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Mahdiyah. (2014). *Statistika Pendidikan*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, A. 2016. *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Motivasi, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan Persepsi Masyarakat tentang Kualitas pelayanan Publik di Kecamatan Konsultan Pajak Terhadap*

- Minat dalam Menggunakan jasa Konsultan Pajak pada Wajib Pajak UMKM di Wilayah Jakarta Timur.* [skripsi]. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- Prisaria, N. 2012. *Hubungan Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Tindakan Pencegahan Penyalahgunaan NAPZA Pada Siswa SMA Negeri 1 Jepara.* [skripsi]. Semarang : Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro.
- Puryanto. 2015. *Pengaruh Pendidikan Kesehatan Tentang Penyalahgunaan Narkoba dengan Metode Bermain Peran Terhadap Pengetahuan dan Sikap Siswa Kelas X di SMA Negeri 1 Sukoharjo* [skripsi]. Surakarta: Program Studi Keperawatan, STIKES Kusuma Husada.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Safriyana, N. 2013. *Pengetahuan dan Sikap Keluarga dalam Upaya Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba Pada Remaja di Desa Seuleukat Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan* [skripsi]. Medan: Fakultas Keperawatan, Universitas Sumatera Utara.
- Santrock, J.W. (2011). *Life Span Development-Perkembangan Masa Hidup*, Ed ke-13. Terjemahan oleh Widyasinta, B.;Sallama, N.I. 2012. Jakarta: PT.Kompas Media Nusantara.
- Sarwono, S.W. (2012). *Pengantar Psikologi Umum.* Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, S.W. (2008). *Psikologi Remaja.* Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Shidqi, M. 2014. *Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba Terhadap Sikap Remaja Pada NAPZA* [skripsi]. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sudjana, N. (2002). *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar.* Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sudjana, N. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6.* Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian.* Jakarta: Alfabeta.
- Tjalla, A & Mamesah, M.S. (2015). *Pengantar Psikologi.* Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.
- Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar).* Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Willis, S.S. (2008). *Remaja dan Masalahnya.* Bandung: Alfabeta.

