

LAPORAN PENELITIAN

**PERAN RASA TAKUT DALAM PESAN PERSUASI ANTI
NARKOBA PADA KELOMPOK PENGGUNA,
NON PENGGUNA DAN MANTAN PENGGUNA**



Oleh :
Djoko Setyabudi, S.Sos, MM

Dibiayai dari Sumber Dana DIPA Undip

Tahun Anggaran 2013

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro
Semarang
2013

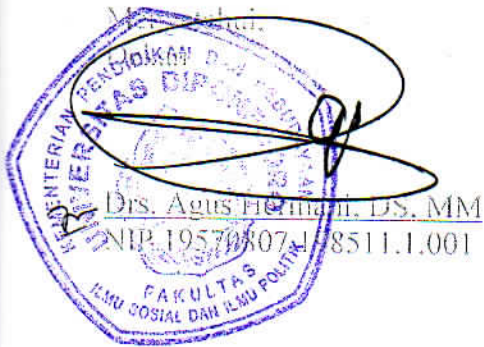
HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Peran Rasa Takut dalam Pesan Persuasi Anti-Narkoba pada Kelompok Pengguna, Non Pengguna dan Mantan Pengguna
2. Ketua Peneliti :
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Djoko Setyabudi, S.Sos, MM
 - b. Gol. Pangkat dan NIP : Asisten Ahli IIIA/19731228 200501 1 001
 - c. Fakultas/Jurusan : ISIP/Ilmu Komunikasi
3. Alamat Ketua Peneliti :
 - a. Alamat Kantor : Jl Prof. Sudarto SH, Kampus FISIP Undip
Tembalang Semarang
 - b. Alamat Rumah : Jl. Tirta Usodo Barat 3A, Pedalangan Semarang
4. Jumlah Anggota Peneliti : 1 orang
5. Lokasi Penelitian : Semarang
6. Lama Penelitian : 6 bulan
7. Biaya yang Diperlukan : Rp 15.000.000,00 (lima belas juta rupiah)
8. Sumber Biaya : DIPA Undip Thn Anggaran 2013

Semarang, November 2013
Peneliti



Djoko Setyabudi, S.Sos, MM
NIP. 19731228 200501 1 001



Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Diponegoro



Prof. Drs. Inum Cagzali, M.Com, Akt., Ph.D
NIP. 19580316 198603 1 002

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah kasus penyalahgunaan narkoba terus meningkat, termasuk juga pemakai jarum suntik (pemakai putaw dan heroin) sangat memprihatinkan berbagai pihak. Pihak-pihak terkait telah berusaha untuk melakukan berbagai kampanye untuk memberantas penyalahgunaan narkoba. Salah satu media yang digunakan adalah media audio visual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana media audio visual yang berisi pesanyang mengandung *fear appeal* dalam bentuk film mampu merubah sikap audiens dari kelompok : mantan pengguna, pengguna dan non pengguna, menuju ke sikap penolakan atas pemakaian narkoba. Penelitian ini mendasarkan diri pada Extended Parallel Process Model yang menjelaskan proses seseorang mengolah pesan dengan *fearappeal* yang memiliki dua kemungkinan, yaitu bertindak searah dengan pesan persuasi atau justru ~~melawan~~melawan. Penelitian ini menggunakan disain eksperimen dan menggunakan uji tanda untuk menguji hipotesis.

Pesan film antinarkoba hanya mampu merubah sikap kelompok mantan pengguna dan non pengguna. Sedangkan para pengguna tidak mempan atas pesan persuasi tersebut. Dengan hasil tersebut maka penggunaan materi persuasi anti-narkoba dalam bentuk film tidak hanya cocok untuk kategori mantan pengguna dan bukan pengguna, dan tidak cocok bagi pengguna.

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Abstrak	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Judul Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kontribusi Penelitian	7
1.4.1. Kontribusi Akademis	7
1.4.2. Kontribusi Praktis	7
1.6 Luaran Penelitian	7
1.7 Kerangka Teori	7
1.6.1 Paradigma Penelitian	7
1.6.2 State of The Art	7
1.6.3 Kerangka Teori	8
1.8 Hipotesis	10
1.9 Definisi	
1.9.1 Definisi Konseptual	10
1.9.2 Definisi Operasional	11
1.10 Metoda Penelitian	12
BAB II PROFIL RESPONDEN	15
2.1 Responden	15
2.2 Mantan Pengguna	15
2.3 Pengguna	19
2.4 Bukan Pengguna	23
BAB III RESPON MANTAN PENGGUNA, PENGGUNA DAN BUKAN PENGGUNA PADA VIDEO ANTI-NARKOBA	26
3.1 Mantan Pengguna	26
3.2 Pengguna	28
3.3 Bukan Pengguna	31
BAB IV UJI HIPOTESIS	35
4.1. Uji Hipotesis	35
4.2. Analisis	38
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	41
Daftar Pustaka	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1. Indikator Pengguna dan Bukan Pengguna Narkoba	11
1.2. Disain Penelitian	12
1.3. Jadwal Penelitian	13
2.1. Pengeluaran Per Bulan	16
2.2. Pengeluaran untuk Narkoba	16
2.3. Asal Narkoba	17
2.4. Jenis Kelamin	18
2.5. Pekerjaan	18
2.6. Usia Mantan Pemakai	19
2.7. Pengeluaran Per Bulan Pemakai	20
2.6. Pengeluaran untuk Narkoba Pemakai	20
2.7. Pengeluaran Per Bulan	20
2.8. Pengeluaran untuk Narkoba	21
2.9. Asal Narkoba	21
2.10. Jenis Kelamin	21
2.11. Pekerjaan	22
2.12. Pekerjaan	22
2.13. Usia Pemakai	22
2.14. Frekuensi Konsumsi per Bulan	23
2.15. Pengeluaran per Bulan Non Pengguna	23
2.18. Jenis Kelamin	24
2.19. Usia	24
2.20. Pekerjaan	25
3.1. Penilaian atas Tindakan Mengonsumsi Narkoba Suntik	26
3.2. Penilaian atas Tindakan Mengonsumsi Narkoba semua jenis	27
3.3. Penilaian atas Narkoba semua jenis Harus Ditinggalkan	27
3.4. Penilaian atas Narkoba (semua jenis) Merusak Jasmani dan Rohani	28
3.5. Penilaian atas Narkoba (semua jenis) Harus Diberantas	28
4.1a Sign Test	35
4.1b Signifikansi Sign Test	35
4.2a Sign Test	36
4.2b Signifikansi Sign Test	36
4.3a Sign Test	37
4.3b Signifikansi Sign Test	37