

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang secara otomatis. Dengan melakukan kegiatan komunikasi dapat menyampaikan segala informasi, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan, dan seterusnya antara sesama secara timbal-balik, baik itu sebagai penyampaian ataupun penerima komunikasi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat mempengaruhi dan mengubah tingkah laku seseorang atau orang lain, membentuk suatu konsekwensi, yang dikenal dengan istilah pendapat umum. Dari suatu komunikasi kemungkinan suatu ide terbesar dan dapat diterima orang ataupun dapat ditolak, berhasil atau gagalnya suatu rencana atau suatu program. (Mulyana, 2007 : 33).

Kegiatan komunikasi dalam tujuan guna untuk mempengaruhi bukan hanya dapat dilakukan oleh suatu iklan dalam menawarkan produk kepada khalayak segmentasi iklan tersebut, namun kegiatan komunikasi dalam tujuan guna mempengaruhi suatu komunikan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator pun dapat dilakukan oleh seorang individu kepada individu yang lain. Dalam hal ini, konteks komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi yang dilakukan antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.

Pada era zaman yang serba berkembang ini, tidak banyak dari para mahasiswa yang masih dapat menjaga masa muda tanpa pengaruh barang-barang terlarang, seperti Narkoba. Terlalu mudahnya barang-barang tersebut dapat beredar dikalangan mahasiswa membuat mahasiswa semakin cepat terpengaruh untuk menggunakan barang-barang tersebut. Pada saat ini, penyalahgunaan ganja sudah sangat membahayakan dan sudah menjadi permasalahan bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa sebagai para generasi muda yang diharapkan dapat menjadi *agen of change* untuk masyarakat pada khususnya. Narkoba yang berjenis ganja merupakan salah satu jenis golongan narkoba yang mempunyai tingkat harga yang terjangkau bila dibandingkan dengan jenis narkoba yang lainnya. Untuk itulah, mayoritas mahasiswa khususnya dalam kalangan mahasiswa daerah lebih memilih narkoba jenis ganja bila dibandingkan dengan penggunaan narkoba jenis yang lainnya.

Pada saat ini banyak para pengedar ganja yang memanfaatkan rasa keingintahuan mahasiswa untuk menarik pelangganya. Banyak cara pengedar untuk menawarkan produk tersebut hingga para mahasiswa akan terjerumus dalam penggunaan Narkoba jenis ganja baik secara perlahan, halus atau pun secara langsung. Kaum muda menjadi sasaran empuk para pengedar obat-obatan terlarang atau narkoba. Rasa ingin tahu yang sangat tinggi kerap kali menjadi alasan utama mereka terjerumus ke dalam dunia narkotika. Menurut data yang dimiliki oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) Jawa Timur, hampir satu juta pelajar dan mahasiswa kecanduan narkotika dan obat-obatan terlarang narkoba. (Margaret, 2012: <http://kampus.okezone.com/read/2012/05/24/373/634687/perang-mahasiswa-terhadap-narkoba>).

Data lain yang menunjukkan adanya mahasiswa merupakan sasaran empuk bagi para pengedar ganja adalah dengan menilik pada ungkapan yang telah dipaparkan oleh Direktur Narkoba Polda Jatim Kombes Pol Bambang Triyanto, pada sebuah harian kabar di Bhayangkara. Online, menurutnya berdasarkan data di lapangan dan hasil ungkap kasus jajarannya, ada peningkatan jumlah kasus narkoba yang melibatkan komunitas pelajar dan mahasiswa. Ironis, begitulah jika melihat data yang di lansir oleh Direktorat Reserse Narkoba (Dit Reskoba) Polda Jatim. Disebutkan bahwa secara umum untuk Jawa Timur jumlah pengguna narkoba di kalangan pelajar dan mahasiswa menunjukkan trend meningkat.

(Byon, 2012: <http://bhayangkaraonline.com/?p=53>).

Kesuksesan transaksi dalam penawaran Narkoba jenis ganja oleh pengedar akan terjalin tentunya melalui komunikasi interpersonal yang dilakukan dengan calon konsumen, informan dipilih dari kalangan mahasiswa di Daerah Surabaya karena di Surabaya tergolong salah satu Daerah dimana terdapat PTN dan PTS terbanyak di Indonesia, selain itu kota Surabaya juga merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Salah satu contohnya, sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti ketika berada di tempat tongkrongan mengikuti aktivitas salah satu responden yang bertindak sebagai pengedar ganja, bahwa salah satu bentuk komunikasi persuasive yang dilakukan oleh pengedar ganja kepada calon konsumen adalah dengan mengajak calon konsumen untuk sering keluar malam contohnya seperti nongkrong ke taman bungkul kota Surabaya dimana proses transaksi pengedar dengan pembeli sering terjadi disana. Observasi yang dilakukan oleh peneliti di mulai sejak awal Januari tahun 2013 sampai akhir maret 2013. Dengan mengikuti kegiatan sehari –

hari responden selama dalam tiga bulan. Seiring berjalannya waktu, pengedar akan terus menerus memperkenalkan kepada calon konsumen tentang hal-hal yang bersifat *fun* atau senang-senang hingga pada akhirnya ketika calon konsumen lengah, pengedar mengajak calon konsumen untuk mengkonsumsi ganja.

Sebelum pengedar dan konsumen mencapai kesepakatan, tentunya akan diawali terlebih dahulu dengan komunikasi interpersonal. Hal inilah yang kemudian akan sangat menarik apabila dikaji lebih dalam, karena kajian ini difokuskan kepada proses komunikasi interpersonal antara pengedar yang menawarkan ganja kepada calon konsumen. Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dinyatakan bahwa penelitian yang berjudul “Proses Komunikasi Interpersonal antara pengedar yang menawarkan ganja kepada calon konsumen (Studi Kualitatif Deskriptif pada Mahasiswa di Surabaya)” akan menarik bila dikaji lebih lanjut.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tahap – tahap hubungan interpersonal pengedar ganja untuk mempengaruhi calon konsumen?
2. Bagaimanakah proses komunikasi interpersonal pengedar ganja untuk mempengaruhi calon konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tahap – tahap hubungan interpersonal yang dilakukan pengedar ganja dalam mempengaruhi konsumen.

2. Untuk mengetahui proses komunikasi interpersonal yang dilakukan pengedar ganja dalam mempengaruhi konsumen

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah:

- a. Agar dapat memberi masukan pada studi komunikasi interpersonal mengenai keberhasilan atau kegagalan hasil proses komunikasi.
- b. Sebagai Literatur Ilmiah untuk penelitian yang terkait.
- c. Sebagai pengembangan Teori Komunikasi interpersonal.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar masyarakat mengetahui seperti apa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pengedar dalam menawarkan ganja kepada calon konsumen. Sehingga, masyarakat khususnya orang tua dapat lebih memperhatikan anak ketika berada jauh dari pantauan, agar anak-anak tidak terjerumus dalam dunia barang terlarang seperti ganja. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat khususnya orang tua dapat memberi kontrol kepada anak mereka. Masyarakat dalam hal ini adalah:

- a. Para orang tua
- b. Para Aparat Hukum yang terkait dengan penegakan hukum bagi pengedaran barang terlarang jenis ganja secara bebas.