**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Komunikasi**
		1. **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa Verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi Nonverbal.

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena komunikasi mempunyai peran yang sangat besar dalam segala hal sebagai penunjang kehidupan manusia. Komunikasi menjadi salah satu kebutuhan dasar individu dalam berinteraksi di dalam kelompoknya. Proses terjadinya komunikasi tidak hanya dilakukan oleh dua orang saja, tapi kita dapat berkomunikasi dengan lebih banyak orang, baik sebagai komunikator atau komunikan. Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan.

Kata atau istilah komunikasi dari bahasa Inggris *“Communication”,* secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *“Communicates”,* dan perkataan ini bersumber pada kata *“Communis”* Dalam kata “*Communis”* ini memiliki makna ‘Berbagi’ atau ‘Menjadi Milik Bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Menurut, ***Shanon*** dan ***Weaver*** dalam buku **Wiryanto** menyatakan bahwa:

**Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresimuka, lukisan, seni, dan teknologi. (2004:7)**

Pandangan ini menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang dinamis yang secara kesinambungan dengan mengubah pihak - pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang - orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif untuk mengirimkan, menafsirkan pesan, dan setiap saat mereka bertukar pesan verbal atau pesan nonverbal.

Selanjutnya, ***Raymond Ross*** menyatakan dalam buku ***Speech Communication: Funda mentals and Practice*** bahwa:

**Komunikasi adalah suatu proses yang menyortir, memilik dan mengirim simbol-simbol yang sedemikian rupa sehingga dapat membantu pendengar dalam membangkitkan daya respon atau pemaknaan dari sebuah pemikiran yang selaras dengan yang dimaksud oleh komunikator. (1983:8)**

Menurut, **Effendy** dalam bukunya **Dinamika Komunikasi** mengatakan bahwa:

**Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. (2000:5)**

Apabila ditinjau dari beberapa penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa, pada hakikatnya komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator sebagai yang menyampaikan pesan, terhadap komunikan yang menerima pesan dari komunikator baik berupa informasi, ide, pesan, atau gagasan. Ada juga yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah pengiriman informasi dan simbol. Akan tetapi, menurut penafsiran peneliti, bahwa semua istilah itu cenderung untuk menanyakan maksud yang sama oleh pengiriman pesan atau komunikator yang akan di interpretasikan oleh penerima pesan atau komunikan.

Menurut **Hovland, Jania, dan Kelly** dalam **Rakmat** dalam bukunya yang berjudul **Psikologi Komunikasi** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

**Proses pengiriman stimuli (biasanya verbal) oleh seseorang (komunikator) untuk memodifikasi perilaku orang lain (publik). (2000:5)**

Kemudian, **Ross** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi Rakmat** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

**Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambing secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalaman sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud. (2005:3)**

Pada hakekatnya didalam komunikasi diperlukan kesamaan yang berupa makna pesan, diantara komunikator dan komunikan. Sehingga, apabila itu terwujud tentunya akan menghasilkan situasi yang komunikatif. dengan kata lain akan menghasilkan komunikasi yang efektif.

Menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menjelaskan proses komunikasi yaitu adalah**:**

**Hakikat manusia sebenarnya adalah pikiran atau manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. (2003:28)**

Bahasa komunikasi peryataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan yang menerima pesan disebut sebagai komunikan. Lebih jelasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama ini pesan, kedua lambang konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan serta lambing atau bahasa. Menurut **Schram** dikutip **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menyatakan bahwa:

**Penyebab utama terjadinya komunikasi yang efektif itu adalah karena adanya kesamaan dalam *Frame of Reference* atau kerangka acuan dan *field of experience* atau bidang pengalaman. (2003:30)**

Bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila diantara komunikator dan komunikan mempunyai bidang pengalaman yang sama, komunikasi akan berlangsung secara lancar. Sebaliknya jika komunikator dan komunikan tidak mempunyai pengalaman yang sama, maka akan menimbulkan kesukaran untuk mengerti satu sama lain atau akan menjadi *miss commnucation.*

Dari penjelasan diatas, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, dengan bentuk pesan yang bervariasi dan menggunakan pola penyampain pesan yang sesuai dengan kondisi atau daya tangkap komunikan dalam menerima pesan, dari hal tersebut maka akan timbul efek. Efek ini bisa dilihat dengan cara memperhatikan *Feedback* yang disampaikan oleh komunikasi.

* + 1. **Proses Komunikasi**

Untuk memahami proses komunikasi dapat dilihat dari unsur-unsur yang berkaitan dengan siapa pengirimnya (komunikator), apa yang dikatakan atau dikirimkan (pesan), saluran komunikasi apa yang digunakan (media), ditujukan untuk siapa (komunikan), dan apa akibat yang akan ditimbulkannya (efek). Dalam proses komunikasi tersebut, kewajiban seorang komunikator adalah mengusahakan agar pesan-pesannya dapat diterima oleh komunikan sesuai dengan kehendak pengirim.

Menurut **Effendy** dalam bukuya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** mengutip bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni sebagai berikut:

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai isyarat. (1998:63-64)**

Dalam membahas proses komunikasi, peneliti meninjau dari ***Joseph A. Devito*** dalam **Suprapto.** Yangmenyatakan bahwa:

**Komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan sehingga dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi atau terjadinya transaksi dengan maksud dimana komponen-komponennya saling terkait dan para komunikator beraksi dan bereaksi. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu: Proses komunikasi secara Primer dan Proses komunikasi secara Sekunder. (2011: 5)**

Adapun penjelasan dari pernyataan diatas yaitu sebagai berikut:

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang *(symbol)* sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Setelah pembahasan diatas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsus-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. *Sender:* komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. *Encoding:* penyediaan, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang
3. *Message:* Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. *Media:* saluran komunikasi tempat berlaluunya pesan dari komunikator kepada komunikan
5. *Decoding:* Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
6. Receiver: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. Response: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
8. Feedback:umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikators
9. Noise:Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
	* 1. **Fungsi Komunikasi**

Komunikasi memiliki fungsi untuk menampaikan setiap pesannya, sehingga pesan tersebut dapat sampai kepada penerima pesan (komunikan). Menurut ***HarolD. Laseswell “The surveillance of the environment”***menyatakanfungsi komunikasi adalah untuk mengumpullkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian dalam suatu lingkungan. Kemudian **Onong Uchiana Effendi** dalam buku **Dimensi-dimensi komunikasi** mempunyai pendapat mengenai fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. **Memberikan informasi (Public Information).**
2. **Mendidik masyarakat (Public Education).**
3. **Mempengeruhi masyarakat (Public Persuation).**
4. **Menghibur masyarakat (Public Entertaiment). (1992:9)**
	* 1. **Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi merupakan sebuah untuk tercapainya sebuah sasaran dalam penyampaian pesan bagi seorang Humas/ *Public Relations,* menurut **Rosadi Ruslan**, dalam bukunya **Metode Penelitian PR dan Komunikasi**. Menyatakan bahwa:

**Komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan. (2003:83)**

Pandangan ini menyatakan bahwa tujuan komunikasi memiliki dimensi dalam pemahaman bersama, atau mengubah persepsi, bahkan prilaku. Untuk terwujudnya suatu tujuan yang sama. Sementara itu menurut **Onong Uchjana Effendi** dalam buku **Dimensi – dimensi Komunikasi**. Tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. **Mengubah Sikap *(To Change The Attitude)***
2. **Mengubah Opini/ Pendapat/ Pandangan**

***(To Change The Opinion)***

1. **Mengubah Perilaku *(To Change The Behavior)***
2. **Mengubah Masyarakat *(To Change The Society)***

**(2002:50-55).**

Adapun penjelasan dari pernyataannya sebagai berikut:

1. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude)*

Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Setelah seseorang mengemukakan informasi apa yang ingin disampaikan (komunikasi) maka tahap selanjutnya adalah apakah seseorang akan terpengaruh atau tidak terhadap informasi atau pesan yang disampaikan dan selanjutnya apakah hal tersebut akan merubah sikap orang tersebut atau tidak. Komunikasi diharapkan dapat merubah sikap seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikannya.

1. Mengubah Opini / Pendapat / Pandangan (*To Change The Opinion*)

Selanjutnya komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya. Selaras dengan kata dasar dari communication yaitu common, yang bila kita definisikan dalam bahasa Indonesia berarti “sama”, maka kita sudah dapat melihat dengan jelas bahwa memang tujuan dari komunikasi yaitu mencapai suatu kesamaan dalam hal pendapat atau opini.

1. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*)

Setelah memperoleh suatu informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

1. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*)

Dalam poin sebelumnya, perubahan perilaku yang diharapkan lebih kepada individu atau perorangan, pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya. Sehingga perubahan yang terjadi sifatnya secara masal.

* + 1. **Jenis – Jenis Komunikasi**

Komunikasi merupakan keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana dapat kita lihat komunikasi dapat terjadi pada setiap gerak langkah manusia. Selaras dengan pembahasan sebelumnya, komunikasi memiliki tujuan hubungan yang di dalamnya melibatkan suatu proses pertukaran informasi dan akhirnya berdampak terhadap kualitas hubungan seseorang dengan orang lain atau kelompok dengan kelompok lain. Berikut beberapa penjelasan tentang jenis - jenis komunikasi:

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal ialah simbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih dengan menggunakan usaha-usaha yang dilakukan

secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan dalam menggunakan bahasa yang dapat di mengerti karena bahasa merupakan sistem kode verbal. Menurut ***Larry L. Barker***, bahasa mempunyai tiga fungsi sebagai berikut:

1. Penamaan (*naming* atau *labeling*),
2. Interaksi,
3. Transmisi informasi.

Berikut ini adalah beberapa penjelasan sehubungan dengan fungsi dari bahasa:

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Ke istimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.
4. Komunikasi Non Verbal

Bahasa nonverbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau *body language*. Selain itu juga, penggunaan bahasa nonverbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Menurut **Drs. Agus M. Hardjana, M.Sc., Ed.** menyatakan bahwa: “Komunikasi nonverbal yaitu komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata”. Sedangkan menurut **Atep Adya Barata** mengemukakan bahwa: “Komunikasi nonverbal yaitu komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya *(the object language)*, komunikasi dengan gerak *(gesture)* sebagai sinyal *(sign language),* dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh *(action language)*. Bentuk-bentuk komunikasi nonverbal terdiri dari tujuh macam yaitu:

1. Komunikasi visual
2. Komunikasi sentuhan
3. Komunikasi gerakan tubuh
4. Komunikasi lingkungan
5. Komunikasi penciuman
6. Komunikasi penampilan
7. Komunikasi citrasa
	* 1. **Bentuk Komunikasi**

Deni Darmawan (2007) berpendapat bahwa komunikasi terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi Personal (Personal Communication)
2. Komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Disadari atau tidak, sebelum berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, kita akan melakukan komunikasi intrapersonal atau berbicara kepada diri sendiri terlebih dahulu.

1. Komunikasi Antarpersonal (*Antarpersonal Communication*)

Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi antar dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pernyataan menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk komunikasi antarpersonal ini adalah komunikasi diadik *(dyadic communication)* yang melibatkan hanya dua orang saja.

1. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. Kelompok juga merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri atas dua atau lebih individu yang telah menjadikan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu yang khas bagi kesatuan sosial tersebut. (Sherif dalam Gerungan).

* 1. **Komunikasi Antar Pribadi**
		1. **Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konteks komunikasi antar pribadi. Bentuk komunikasi antar pribadi ini dianggap tepat dalam melakukan penelitian ini. Karena, Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih, yang dapat berlangsung secara tatap muka *(face to face).* Komunikasi Antar Pribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti: telepon, surat, telegram dan sebagainya. Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif dalam merubah perilaku orang lain apabila kesamaan makna mengenai apa yang dibincangkan.

Ciri khas yang tampak dalam komunikasi ini adalah arus balik langsung yang dapat ditanggkap oleh komunikator, baik secara verbal dalam bentuk kata- kata maupun secara nonverbal dalam bentuk gerak- gerik seperti anggukan dan lain sebagainya. Selam proses komunikasi antar pribadi langsung, antar komunikator dan komunikan tersebut akan terjadi adanya pengertian fungsi secara bergiliran satu sama lain. Proses berubahnya perilaku atau tinggkah laku individu adalah melaluli beberapa tahapan dimana satu tahap dengan tahap lainya saling berhubungan. Seorang individu menerima informasi, kemudian mengelolnya, menyimpan dan menghasilkan kembali dalam bentuk satuy keputusan berupa penolakan atau penerimaan terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

Menurut, ***Joseph A.Devito*** dalam bukunya ***The Interpersonal Communication Book*** menyatakan bahwa:

**Komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika *(the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback)*. (1989:4).**

Berdasarkan definisi *Devito*, maka komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi secara dialogis, dimana saat seorang komunikator berbicara maka akan terjadi umpan balik dari komunikan sehingga terdapat interaksi. Dalam komunikasi dialogis, baik komunikator maupun komunikan, keduanya aktif dalam proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam interaksi.

Maka dalam hal ini, peneliti akan melihat seperti apa terjadinya sebuah proses komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh pendamping sebagai komunikaor terhadap korban penyalahgunaan NAPZA (Narkotika, Psikotropika & Zat Adiktif) sebagai komunikan. Di Balai Rehabilitasi Sosial Pamardhi Putra Lembang.

* + 1. **Fungsi Komunikasi Antar Pribadi**

Tanpa kita sadari, keberadaan komunikasi antar pribadi telah berperanaktif dalam kehidupan, bahkan tidak sedikit manusia yang melakukan praktik komunikasi antar pribadi ini. Menurut Enjang, 2009: 77-79berpendapatyang meliputi fungsi sebagai berikut:

1. Memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan komunikasi antar pribadi, kita bisa memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis kita. Parapsikolog pun menyarankan bahwa pada dasarnya kita adalah makhluk sosial, yaitu orang yang membutuhkan orang lain, sama halnya manusia membutuhkan makanan, minuman, perlindungan, dan sebagainya. Apabila kehilangan kontak dengan orang lain, kebanyakan orang akan berhalusinasi, kehilangan koordinasi motorik, dan secara umum tidak bisa menyesuaikan diri dengan diri dan lingkungan sekitar.
2. Mengembangkan kesadaran diri. Melalui komunikasi antar pribadiakan terbiasa mengembangkan kesadaran diri. Kita menkonfirmasi tentang siapa dan apa diri kita. Apa yang kita pikirkan tentang diri kita. Namun ada yang sebagian merupakan, refleksi dari apa yang orang lain sebut tentang diri kita.
3. Matang akan konvensi sosial. Melalui komunikasi antar pribadi kitatunduk atau menentang konvensi sosial. Kita berkomunikasi, beramah tamah dengan orang lain dalam rangka memenuhi konvensi sosial. Mengabaikan orang lain dan tidak berbicara, berarti menentang konvensi sosial dan menimbulkan kesan melalaikan orang lain.
4. Konsistensi hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi kita menetapkan hubungan kita. Kita berhubungan dengan orang lain, melalui pengalaman yang kita lalui bersama dengan mereka, dan melalui percakapan-percakapan bersama mereka. Ketika kita bertemu dengan seseorang secara terus menerus, sifat dasar komunikasinya akan menetapkan tipe dan kualitas hubungan kita. Jika percakapan mengenai hal-hal remeh, itu akan menjadi sekedar perkenalan. Jika dalam percakapan itu ada perdebatan dan perangmulut, hubungan akan menjadi tidak sehat. Jika kita memulai percakapan tentang perasaan yang mendalam, berbagi cerita pribadi, mendengarkan orang lain dengan empati dan pemahaman, dan membicarakan persoalan yang berhubungan dengan kita, maka kita akan mengambangkan hubungan yang sehat, dekat, dan lebih intim.
5. Mendapatkan informasi yang banyak. Melalui komunikasi antar pribadi, kita juga akan memperoleh informasi yang lebih. Informasi yang akuran dan tepat waktu merupakan kunci untuk membuat keputusan yang efektif. Jika kita bisa memperoleh sebagian informasi melalui observasi langsung, membaca, mendengarkan dari berbagai media, kita bisa memperoleh banyak informasi yang bisa digunakan untiuk mengambil keputusan selama berbicara dengan orang lain.
6. Bisa mempengaruhi atau dipengaruhi orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi, kita mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh orang lain. Jika hasil yang diharapkan menyangkut persetujuan dan kerjasama dengan orang lain, komunikasi antar pribadi berfungsi untuk mempengaruhi gagasan dan perilaku. Kita bisa menggunakan bentuk komunikasi ini untuk mempengaruhi orang lain, dan demikian pula sebaliknya. Seperti dinyatakan para ahli komunikasi, bahwa tujuan utama usaha komunikasi adalah untuk mempengaruhi gagasan dan perilaku orang lain.
	* 1. **Tujuan Komunikasi Antar Pribadi**

Dalam melangsungkan komunikasi antar pribadi, setiap orang mempunyai maksud maupun tujuan-tujuan dalam menyampaikan pesan terhadap orang lain. Komunikasi dengan orang lain atau disebut juga dengan komunikasi antar pribadi, mempunyai tujuan-tujuan. Begitu pula menurut **Widjaja** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi,** sebagai berikut:

1. **Mengenali diri sendiri dan orang lain.**
2. **Mengetahui dunia luar.**
3. **Menciptakan dan memelihara hubungan.**
4. **Mengubah sikap dan prilaku.**
5. **Bermain dan mencari hiburan.**
6. **Membantu orang lain. (Widjaja, 2000:122)**
	* 1. **Jenis – Jenis Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi Antar pribadi Menurut Effendy (2003:62-63)Secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasi menjadi dua jenis menurut sifatnya:

1. Komunikasi diadik *(dyadic communication)*

Komunikasi diadik adalah komunikasi antar pribadi yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dari seorang lagi komunikan yang menerima pesan, oleh karena itu prilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatianya kepada diri komunikan seorang itu. Situasi komunikan seperti itu akan nampak dalam komunikasi triadik atau komunikasi kelompok , baik kelompok dalam bentuk keluarga maupun dalam bentuk kelas atau seminar.

1. Komunikasi triadik *(triadik communication)*

Komunikasi triadik adalah komunikasi antar pribadi (antar personal) yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya proses komunikasi. Walaupun demikian dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, komunikasi triadik merupakan komunikasi antar pribadi lebih efektif tidaknya proses komunikasi.

* + 1. **Ciri – Ciri Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi bersifat dialogis, dalam arti arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung, sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan. Menurut ***De vito*** dalam **Sugiyo Komunikasi Antar Pribadi** terdapat lima ciri – ciri komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

1. **Keterbukaan atau *(openness)***
2. **Empati *(empathy)***
3. **Dukungan *(suportiveness)***
4. **Perasaan positif *(positivness)***
5. **Kesamaan (equality) (2005:4)**

Adapun penjelasan dari pernyataan diatas yaitu sebagai berikut :

1. Keterbukaan *(Openess)*

Yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima didalam menghadapi hubungan antar pribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antar pribadi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan kita di masa kini tersebut.

1. Empati *(Empathy)*

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antar pribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator (pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan). Empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain.

1. Dukungan *(Supportiveness)*

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.

Dalam komunikasi antar pribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi.

1. Perasaan positif *(positivenes)*

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif. Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, menerima diri sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima. Kemudian dapat memberi dan menerima pujian tanpa pura-pura memberi dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.

1. Kesamaan (Equality)

Yaitu pengakuan secara diam – diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya.

* + 1. **Proses Komunikasi Antar Pribadi**

Proses komunikasi antar pribadi dapat digambarkan sebagai proses yang sirkuler atau dan terus menerus. Arti proses sekuler adalah bahwa setiap orang yang terlihat dalam komunikasi antar pribadi bertindak sebagai pembicara sekaligus sebagai pendengar dan sebagai aktor sekaligus rektor. Sedangkan sebagai proses yang teru-menerus, diartikan bahwa komuniaksi berlangsung tanpa henti, sehingga batasan awal dan berakhirnya komunikasi antar pribadi menjadi tidak jelas.

Cara yang paling baik dalam menerangkan komunikasi antar pribadi sesuai dengan paradima yang dikemukakan oleh ***Harlord Lasswell*** dalam bukunya **Ilmu Teori dan filsafat Komunikasi** oleh **Effendy**. Yang dikenal dengan model komunikasinya berupa ungkapan verbal, dengan menjawab pertanyaan seperti:

1. ***Who,* (Siapa)**
2. ***Says,* (Katakan)**
3. ***What,*(Apa)**
4. ***In wich channel,* (Di Saluran Mana)**
5. ***To whom,* (Kepada Siapa)**
6. ***With what effect* (Dengan efek apa)**

**(Effendy, 1993:10)**

Adapun formula dari ***Harold Lasswell*** tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Who* (komunikator atau sumber), merupakan pihak yang menyampaikan pesan-pesan yaitu pemerintah, khususnya dalam mengatur regulasi pemberitaan.
2. *Says* what adalah pernyataan yang didukung oleh lambang-lambang, dalam hal ini adalah mengenai kasus mutilasi dan pembunuhan berantai Ryan.
3. *In wich channel* adalah saran atau saluran yang mendukung pesan yang disampikan seperti media massa yakni: media cetak, media elektronik dan lain sebagainya.
4. *To Whom* adalah pihak yang meneriam pesan,
5. *With what effect* adalah suatu dampak yang timbul sebagai pengaruh dari pesan yakni, opini publik tentang kasus mutilasi dan pembunuhan berantai Ryan.

Dalam proses komunikasi antar pribadi dipergunakan lambang-lambang sebagi media. Lambang sebagi media terdapat dalam komunikasi antar pribadi dapat dibagi atas dua bagian yaitu:

1. Lambang verbal yaitu penggunaan bahasa sebagi media. Bahasa merupakan lambang yang dapat mewakili kenyatan yang konkrit dan objektif dalam dunia sekeliling kita, disamping juga dapat mewakili hal-hal yang abstrak.
2. Lambang non verbal yaitu diamana proses komunikasi yang berlangsung dengan gejala yang mengyangkut gerak-gerik, sikap, ekspresi dan gejala lain yang sama.
	* 1. **Hambatan – Hambatan Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar persona merupakan komunikasi antara seorang individu dengan individu lain, Menurut **Sri Haryani** dalam bukunya **Komunikasi Bisnis** ada beberapa hal yang menyebabkan komunikasi antar individu tidak efektif adalah:

1. Perbedaan persepsi
2. Kesalahan penyerapan pesan/informasi
3. Perbedaan bahasa
4. Kurang perhatian
5. Perbedaan kondisi emosional
6. Perbedaan latar belakang pendidikan **(56:2010)**
	* 1. **Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi**

Untuk mengetahui adanya kehandalan dari bentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dari adanya karakteristiknya yang menurut *Everet M.Roger* adalah:

1. Arus pesanya yang cendrung dua arah.
2. Konteks komunikasinya tatap muka.
3. Tingkat umpan baliknya yang terjadi tinggi.
4. Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
5. Kecepatan jangkauan terhadap *audience* yang besar, relatif lambat.
6. Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap. *(Liliweri, 1991:19)*

**2.3. Tinjauan Tentang Pendamping Dan Korban Penyalahgunaan NAPZA (Narkotika, Psitrofika & Zat Adiktif)**

Hampir setiap saat kita mendengar berita dari media tentang NAPZA atau narkoba, baik tentang penangkapan pemakai atau pengedar narkoba, maupun korban narkoba. Penyalahgunaan narkoba tidak memandang usia mulai dari anak-anak sampai dewasa, penyalahgunaan narkoba sangat membahayakan fisik/badan, perilaku, dan mental serta menyusahkan dirinya sendiri, keluarga, dan masyarakat. Maka, dalam hal ini peneliti akan memberikan penjelasan tentang pendamping dan korban penyalahgunaan NAPZA.

1. **Definisi Tentang Pendamping**

Pemulihan seseorang dari ketergantungan NAPZA, tidak hanya sekedar menghentikan pemakaiannya saja, melainkan membantu untuk tumbuh kembangnya mental, emosional, spiritual serta kemampuan (kompetensi) dan *Life Skill* (keterampilan hidup) untuk melangsungkan kehidupannya, selain itu masih adanya stigma di masyarakat terhadap korban penyalahguna NAPZA. Stigma dan sifat penyalahgunaan NAPZA erat kaitannya dengan kekambuhan (relapsing) yang mengakibatkan korban penyalahguna NAPZA sulit untuk kembali menjalani kehidupan yang “normal”.

Dikutip dari <http://dedihumas.bnn.go.id> menyatakan bahwa, proses pemulihan dari pengunaan NAPZA harus melalui beberapa tahanpan diantaranya:

1. Tahap rehabilitasi medis *(detoksifikasi),* tahap ini pecandu diperiksa seluruh kesehatannya baik fisik dan mental oleh dokter terlatih.
2. Tahap rehabilitasi nonmedis, tahap ini pecandu ikut dalam program rehabilitasi.
3. Tahap bina lanjut *(after care),* tahap ini pecandu diberikan kegiatan sesuai dengan minat dan bakat untuk mengisi kegiatan sehari-hari, pecandu dapat kembali ke sekolah atau tempat kerja namun tetap berada di bawah pengawasan.

Apabila dilihat dari penjelasan di atas, hal ini tentunya sesuai dengan Undang-undang No. 26 Tahun 2012 tentang standar rehabilitasi sosial korban penyalahgunaan NAPZA (Narkotika, Psikotrofika & Zat Adiktif)

1. **Korban Penyalahgunaan NAPZA**

Penyalahgunaan NAPZA adalah Pemakaian NAPZA yang bukan untuk tujuan pengobatan atau yang digunakan tanpa mengikuti aturan atau pengawasan dokter. Digunakan secara berkali-kali atau terus menerus. Seringkali menyebabkan ketagihan atau ketergantungan baik secara fisik/ jasmani maupun mental emosional. Kemudian, menimbulkan gangguan fisik mental emosional dan fungsi sosial.

Penyalahgunaan NAPZA adalah pemakaian obat dan zat-zat berbahaya lain dengan maksud bukan untuk tujuan pengobatan dan/atau penelitian serta digunakan tanpa mengikuti aturan serta dosis yang benar. Penggunaan terus menerus dan berlanjut akan mengakibatkan ketergantungan, dependensi, adiksi atau kecanduan.

NAPZA dikatakan berbahaya karena, digunakan tanpa supervisi dokter Penyalahgunaan biasanya sudah banyak campuran berbahaya, tidak lagi murni (Designer drugs), takaran tidak sesuai dengan persyaratan, umumnya penyalahgunaan Napza digunakan secara bersamaan dengan zat-zat lain yang mempunyai efek yang berbeda. Dan faktor kepribadian individu yang berinteraksi dengan efek obat.

1. **Tahapan Pengguna NAPZA**

Karena bermula dari rasa ingin tahu, senang-senang/ hura-hura, seringkali pada awalnya pemakai berpikiran bahwa kalau hanya mencoba-coba saja tidak mungkin bisa jadi kecanduan / ketagihan. Kenyataannya, walaupun hanya coba-coba (experimental user) derajat pemakaian tanpa disadari akan meningkat (intensive user) dan pada akhirnya akan menjadi sangat tergantung pada obat tersebut (compulsary user). Dalam hal pemakaian biasanya pemakai narkoba dapat dibedakan dalam:

1. Pemakai Coba-coba, Biasanya untuk memenuhi rasa ingin tahu atau agar diakui oleh kelompoknya.
2. Pemakai Sosial/Rekreasi, Biasanya untuk bersenang-senang, pada saat rekreasi atau santai, umumnya dilakukan dalam kelompok.
3. Pemakai Situasional, Biasanya Untuk menghilangkan perasaan ketegangan, kesedihan, kekecewaan.
4. Pemakai Ketergantungan, Biasanya sudah tidak dapat melalui hari tanpa mengkonsumsi napza, mau melakukan apa saja untuk mendapatkannya

Lebih banyak orang bukan pemakai, banyak pemakai yang hanya sekedar mencoba-coba dan berhenti, ada sejumlah orang hanya memakai pada kesempatan-kesempatan tertentu untuk pergaulan atau penerimaan sosial, sebagian adalah pemakai yang berulang dan mencari NAPZA sebagai sebuah kebutuhan, dan sejumlah kecil adalah para pemakai yang sudah tidak lagi dapat melepaskan diri dari NAPZA (tergantung, kecanduan).

1. **Faktor Yang Mempengaruhi Penyalahgunaan NAPZA**

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi dalam penyalahgunaan NAPZA, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Internal**

Individulah yang paling berperan menentukan apakah ia akan atau tidak akan menjadi pengguna NAPZA. Keputusannya dipengaruhi oleh dorongan dari dalam maupun luar dirinya. Dorongan dari dalam biasanya menyangkut kepribadian dan kondisi kejiwaan seseorang yang membuatnya mampu atau tidak mampu melindungi dirinya dari penyalahgunaan NAPZA.

Dorongan atau motivasi merupakan predisposisi untuk menggunakan obat, misalnya ingin mencoba-coba, pendapat bahwa NAPZA bisa menyelesaikan masalahnya, dan seterusnya. Sehingga dorongan untuk memakai NAPZA bisa disebabkan adanya masalah pribadi seperti stress, tidak percaya diri, takut, ketidakmampuan mengendalikan diri, tekanan mental dan psikologis menghadapi berbagai persoalan, dan masih banyak lagi yang menyangkut diri atau kepribadian seseorang.

Kepribadian tidak begitu saja terbentuk dari dalam individu melainkan juga dipengaruhi oleh nilai-nilai yang tertanam sejak kecil melalui proses enkulturasi dan sosialisai baik dari keluarga maupun lingkungan masyarakat. Kemampuan membentuk konsep diri *(self concept)*, sistem nilai yang teguh sejak kecil, dan kestabilan emosi merupakan beberapa ciri kepribadian yang bisa membantu seseorang untuk tidak mudah terpengaruh atau terdorong menggunakan NAPZA. Faktor-faktor individual penyebab penyalahgunan NAPZA antara lain:

1. Keingintahuan yang besar untuk mencoba, tanpa sadar atau berpikir panjang mengenai akibatnya.
2. Keinginan untuk mencoba-coba karena “penasaran”.
3. Keinginan untuk bersenang-senang *(just for fun)*.
4. Keinginan untuk mengikuti trend atau gaya *(fashionable).*
5. Keinginan untuk diterima oleh lingkungan atau kelompok (konformitas).
6. Lari dari kebosanan, masalah atau kegetiran hidup.
7. Pengertian yang salah bahwa penggunaan sekali-sekali tidak menimbulkan ketagihan.
8. Tidak mampu atau tidak berani menghadapi tekanan dari lingkungan atau kelompok pergaulan untuk menggunakan NAPZA.
9. Tidak dapat berkata TIDAK terhadap NAPZA.
10. **Eksternal**

Masyarakat dan lingkungan sekitar yang tidak mampu mencegah dan menanggulangi penyalahgunaan NAPZA, bahkan membuka kesempatan pemakaian NAPZA. Yang dimaksud dengan faktor kesempatan di sini adalah tersedianya situasi-situasi “permisif” (memungkinkan) untuk memakai NAPZA di waktu luang, di tempat rekreasi seperti diskostik, pesta dan lain sebagainya.

Lingkungan pergaulan dan lingkungan sebaya merupakan salah satu pendorong kuat untuk menggunakan NAPZA. Keinginan untuk menganut nilai-nilai yang sama dalam kelompok (konformitas), diakui (solidaritas), dan tidak dapat menolak tekanan kelompok (peer pressure) merupakan hal-hal yag mendorong penggunaan NAPZA. Dorongan dari luar adalah ajakan, rayuan, tekanan dan paksaan terhadap individu untuk memakai NAPZA sementara individu tidak dapat menolaknya.

Dorongan luar juga bisa disebabkan pengaruh media massa yang memperlihatkan gaya hidup dan berbagai rangsangan lain yang secara langsung maupun tidak langsung mendorong pemakaian NAPZA. Di lain pihak, masyarakat pula yang tidak mampu mengendalikan bahkan membiarkan penjualan dan peredaran NAPZA, misalnya karena lemahnya penegakan hukum, penjualan obat-obatan secara bebas, bisnis narkotika yang terorganisir. NAPZA semakin mudah diperoleh dimanamana dengan harga terjangkau. Berbagai kesempatan untuk memperoleh dan menggunakan NAPZA memudahkan terjadinya penggunaan dan penyalahgunaan NAPZA.

1. **Dampak Penyalahgunaan NAPZA**
2. **Fisik**

Efek NAPZA bagi tubuh tergantung pada jenis NAPZA, jumlah dan frekuensi pemakaian, cara menggunakan serta apakah digunakan bersamaan dengan obat lain, faktor psikologis (kepribadian, harapan dan perasaan saat memakai) dan factor biologis (berat badan, kecenderungan alergi, dan lain-lain).

Secara fisik organ tubuh yang paling banyak dipengaruhi adalah sistim syaraf pusat yaitu otak dan sum-sum tulang belakang, organ-organ otonom (jantung, paru, hati, ginjal) dan pancaindera (karena yang dipengaruhi adlah susunan syaraf pusat). Pada dasarnya penyalahgunaan NAPZA akan mengakibatkan komplikasi pada seluruh organ tubuh, yaitu:

1. Gangguan pada sistim syaraf *(neurologis)* seperti kejangkejang, halusinasi, gangguan kesadaran, kerusakan syaraf tepi.
2. Gangguan pada jantung dan pembuluh darah *(kardiovaskuler)* seperti infeksi akut otot jantung, ganguan peredaran darah.
3. Gangguan pada kulit *(dermatologis)* seperti: pernanahan, bekas suntikan, alergi.
4. Gangguan pada paru-paru seperti: penekanan fungsi pernapasan, kesukaran bernafas, pengerasan jaringan paruparu, penggumpulan benda asing yang terhirup.
5. Gangguan pada darah: pembentukan sel darah terganggu.
6. Gangguan pencernaan *(gastrointestinal)*: mencret, radang lambung & kelenjar ludah perut, hepatitis, perlemakan hati, pengerasan dan pengecilan hati.
7. Gangguan sistem reproduksi seperti gangguan fungsi seksual sampai kemandulan, gangguan fungsi reproduksi, ketidakteraturan menstruasi, cacat bawaan pada janin yang dikandung.
8. Gangguan pada otot dan tulang seperti peradangan otot akut, penurunan fungsi otot (akibat alkohol).
9. Dapat terinveksi virus Hepatisit B dan C, serta HIV akibat pemakaian jarum suntik bersama-sama. Saat ini terbukti salah satu sebab utama penyebaran HIV/AIDS yang pesat, terjadi melalui pertukaran jarum suntik di kalangan pengguna NAPZA suntik *(Injecting Drug Users)*.
10. Kematian. Sudah terlalu banyak kasus kematian terjadi akibat pemakaian NAPZA, terutama karena pemakaian berlebih (over dosis) dan kematian karena AIDS dan penyakit lainnya.
11. **Psikis/ Psikologis**

Ketergantungan fisik dan psikologis kadangkala sulit dibedakan, karena pada akhirnya ketergantungan psikologis lebih mempengaruhi. Ketergantungan pada NAPZA menyebabkan orang tidak lagi dapat berpikir dan berperilaku normal. Perasaan, pikiran dan perilakunya dipengaruhi oleh zat yang dipakainya. Berbagai gangguan psikhis atau kejiwaan yang sering dialami oleh mereka yang menyalahgunakan NAPZA antara lain depresi, paranoid, percobaan bunuh diri, melakukan tindak kekerasan, dan lain – lain.

Gangguan kejiwaaan ini bisa bersifat sementara tetapi juga bias permanen karena kadar kergantungan pada NAPZA yang semakin tinggi. Gangguan psikologis paling nyata ketika pengguna berada pada tahap compulsif yaitu berkeinginan sangat kuat dan hampir tidak bisa mengendalikan dorongan untuk menggunakan NAPZA. Dorongan psikologis memakai dan memakai ulang ini sangat nyata pada pemakai yang sudah kecanduan.

Banyak pengguna sudah mempunyai masalah psikologis sebelum memakai NAPZA dan penyalahgunaan NAPZA menjadi pelarian atau usaha mengatasi masalahnya. NAPZA tertentu justru memperkuat perasaan depresi pada pengguna tertentu. Demikian pula ketika mereka gagal untuk berhenti. Depresi juga akan dialami karena sikap dan perlakukan negatif masyarakat terhadap para pengguna NAPZA. Kemudian, gejala-gejala psikologis yang biasa dialami para pengguna NAPZA yaitu:

1. Keracunan (Intoksikasi), adalah suatu keadaan ketika zat-zat yang digunakan sudah mulai meracuni darah pemakai dan mempengaruhi perilaku pemakai, misalnya tidak lagi bisa berbicara normal, berpikir lambat dll. Perilaku orang mabuk adalah salah satu bentuk intoksikasi NAPZA.
2. Peningkatan Dosis (Toleransi), yaitu istilah yang digunakan untuk menunjukkan bahwa seseorang membutuhkan jumlah zat yang lebih banyak untuk memperoleh efek yang sama setelah pemakaian berulang kali. Dalam jangka waktu lama, jumlah atau dosis yang digunakan akan meningkat. Toleransi akan hilang jika gejala putus obat hilang.
3. Gejala Putus Obat (withdrawal syndrome) adalah keadaan dimana pemakai mengalami berbagai gangguan fisik dan psikis karena tidak memperoleh zat yang biasa ia pakai. Gejalanya antara lain gelisah, berkeringat, kesakitan, mualmual. Gejala putus obat menunjukkan bahwa tubuh membutuhkan zat atau bahan yang biasa dipakai. Gejala putus obat akan hilang ketika kebutuhan akan zat dipenuhi kembali atau bila pemakai sudah terbebas sama sekali dari ketergantungan pada zat/obat tertentu. Menangani gejala putus obat bukan berarti menangani ketergantungannya pada obat. Gejala putus obatnya selesai, belum tentu ketergantungannya pada obatpun selesai.
4. Ketergantungan (dependensi), adalah keadaan dimana seseorang selalu membutuhkan zat/obat tertentu agar dapat berfungsi secara wajar baik fisik maupun psikologis. Pemakai tidak lagi bisa hidup wajar tanpa zat/obat-obatan tersebut.
	1. ***Public Relations***
5. **Pengertian *Public Relation***

Pengertian *Public* secara umum adalah sekelompok individu dalam jumlah besar. Sedangkan pengertian *Public Relations* secara spesifik adalah sekelompok orang yang menjadi sasaran kegiatan *Public Relations*, artinya kelompok yang harus senantiasa dihubungi dan diperhatikan dalam rangka pelaksanaan fungsi *Public Relations*. Arti *relations* jika diterjemahkan dalam baha Indonesia adalah hubungan-hubungan dalam arti menyangkut banyak hubungan.

Definisi dari *Public* *Relations*, menurut **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi**, ada beberapa hal yang menyebabkan hal tersebut:

1. **Beragamnya definisi *Public Relations* didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian dari *Public Relations*.**
2. **Perbedaan latar belakang, misalkan definisi yang dilontarkan oleh akademisi diperguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi *Public Relations*.**
3. **Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan *Public Relations* atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidipan masyarakat yang mengikuti kemajuan jaman, khususnya memasuki era globalisasi dan meillenium ketiga saat ini, (2008:17)**

Definisi *Public Relations* menurut **Cultip, Center & Brown** yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam buku **Dasar-dasar *Public Relations*** adalah:

***Public Relations* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. (2002:14)**

Definisi *Public Relations* atau Humas diatas menyiratkan bahwa Humas merupakan kegiatan terencana yang bertujuan untuk membentuk persepsi atau pemahaman antar berbagai hubungan baik yang bersifat komersial maupun non komersial.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dianalisis bahwa sebetulnya kegiatan *Public Relations* merupakam “suatu seni sekaligus ilmu”. Ini memberikan pemahaman bahwa *Public Relations* erat kaitannya dengan seni. Seni dalam hal ini adalah komunikasi. Artinya seorang praktisi *Public Relations* harus mampu menunjukkan seni berkomunikasi yang baik, dengan demikian dapat menjadi daya Tarik bagi perusahaan dalam membentuk dan menjaga nama baik perusahaan sesuai dengan image positif publik kepada perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.

**Cultip** dan **Center** dalam bukunya **Effective *Public Relations*** mengatakan bahwa definisi Public Relations adalah:

***Public Relations* adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasai dua arah yang saling memuaskan. (2002:16)**

Selanjutnya menurut **Jefkins** seperti yang dikutip oleh **Yulianita** dalam bukunya **Dasar-Dasar Public Relations**, memberikan definisi Public Relations sebagai berikut:

***Public Relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun kedalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai suatu tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian. (2007:33)**

Dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Tetapi jika fungsi Public Relations yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekatan khusus dan motivasi dalam meningkatkan kinerjanya.

1. **Fungsi *Public Relations***

Fungsi utama kegiatan *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan antara organisasi dengan publiknya secara internal maupun eksternal. Dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, partisipasi publik dalam upaya menciptakan pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau perusahaan.

Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi *Public Relations* adalah memelihara, mengembang tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah.

Fungsi *Public Relations* menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek,** menerangkan tentang fungsi *Public Relations,* yaitu:

1. **Mengetahui secara pasti dan mengvaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi**
2. **Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara mengenai pendapat umum yang timbul**
3. **Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum. (1999:134-135)**

**Ruslan** mengutip, **Edward L Bernay,** dalam bukunya ***Public Relations, University of Oklahama Press,*** yang menjelaskan bahwa *Public Relations* tersebut mempunyai tiga fungsi utama sebagai berikut:

1. **Memberikan penerangan kepada masyarakat**
2. **Melaksanakan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung**
3. **Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya. (1998:19)**

Menurut **Maria** dalam bukunya **Dasar-Dasar *Public Relations* Teori dan Praktik** memberikan definisi *Public Relations* sebagai berikut:

***Public relations* merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh**

Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi *Public Relations* yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari public atau masyarakat pada umumnya
2. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
3. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dnegan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yangs angat berguna sebagau input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Tetapi jika fungsi *Public Relations* yang dilaksanakan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya, organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekkatan khusus dan motivasi dalam meningkatkan kinerjanya.

Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi *Public Relations* adalah memelihara, mengembangtumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah.

1. **Tujuan *Public Relations***

Pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah menciptakan dan memelihara, serta saling pengertian. Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan dengan adanya penggal kata “saling”, maka organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu.

Menurut **Abdurrachman** dalam **Dasar-Dasar *Public Relations*** tujuan *Public Relations* adalah:

**Mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini *public* yang *favourable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai *public,* kegiatan *Public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar. (1990:34)**

Tujuan utama dari *Public Relations* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.

Menurut **Ruslan** dalam bukunya yang berjudul **Metode Public Relations dan Komunikasi (2001, p.246)** tujuan *Public Relations* adalah sebagai berikut:

1. **Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masayarakat dan konsumen**
2. **Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan**
3. **Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *Public Relations***
4. **Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.**
5. **Mendukung bauran pemasaran.**

Pada intinya *Public Relations* harus tetap menjalin hubungan baik dengan para pihak atau publik-publik organisasi, *Public Relations* merupakan suatu bagian dari suatu nafas yang sama dengan organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar. Serta mampu mengkomunikasikannya sehingga *public* menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat oleh para pakar, maka secara garis besar peneliti dapat mengambil kesimpulan mengenai tujuan *Public Relations* adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masayrakat pada umumnya
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dnegan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.
5. **Proses *Public Relations***

Proses *Public Relations* bersifat *siklis*, artinya prosesnya berjalan terus selama organisasi itu ada. Program *Public Relations* tidak berhenti begitu tujuan program tersebut diselesaikan. Bila melihat relasi antara organisasi dan publiknya seperti dilukiskan diatas, yang selalu mengalami pasang surut, maka dengan sendirinya kita bisa menyimpulkan kegiatan PR bukanlah kegiatan seperti yang dilakukan petugas pemadam kebakaran. PR tidak hanya dijalankan pada masa-masa kritis atau genting saja, pada masa-masa tenang pun PR bekerja. Ibarat petani yang telaten memelihara tanamannya, staf PR pun bekerja dengan telaten untuk menjaga relasi organisasi dan publiknya.

Oleh karena itu, dalam berbagai buku PR selalu ditekankan bahwa proses PR bersifat *siklis*, artinya proses PR berjalan terus selama organisasi ada. Program PR tidak berhenti begitu tujuan program tersebut diselesaikan.Proses *Public Relations* sebagai proses yang berkelanjutan perlu terus berjalan mengingat lingkungan organisasi pun bergerak secara dinamis, sehingga organisasi perlu menanggapi dinamika tersebut. Secara skematis, tahapan-tahapan dalam proses *Public Relations* tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

Umpan balik Evaluasi

Analisi Sikap dan Relasi dengan lingkungannya

Menentukan sikap kelompok pada organisasi

Menjalankan kegiatan terencana

Analisis Opini

Rencana memperbaiki sikap kelompok

Rumusan kebijakan

Analisis Potensi masalah, kebutuhan dan peluang

**Tahapan – tahapan PR**

Diolah dari Lesly (dalam Iriantara, 2004:12)

**2.5. Tinjauan Tentang NAPZA (Narkotika, Psikotrofika & Zat Adiktif)**

1. **Pengertian NAPZA**

 Napza singkatan dari Narkotika, Psikotropika, dan Zat adiktif. Narkoba sendiri singkatan dari narkotika dan obat-obatan terlarang. Narkotika berasal dari kata *narcotics*, yang mengandung arti obat bius. Narkotika berasal dari tanaman *papaver somniferum*. Narkotika bekerja pada sistem susunan syaraf, sehingga orang yang menggunakan narkotika tidak akan merasakan sakit meskipun tubuhnya dipotong.Menurut UU No. 22 Tahun 1997, Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman, baik sintesis maupun semi sintesis yang menyebabkan penurunan kesadaran, hilangnya rasa nyeri, dapat menimbulkan ketergantungan atau kecanduan yang disebut pula ketagihan.

1. **Jenis – Jenis NAPZA**

Adapun jenis-jenis Zat yang digolongkan dalam narkotika sebagai berikut:

1. **Ganja**

Ganja sering disebut cimeng, gelek, kangkung, oyen, ikat, bang, labang, rumput dan mecin. Ganja (cannabis sativa) tanaman yang dikenal karena menghasilkan senyawa narkotika. Bentuk tanaman menyerupai pohon ketela. Penjualan ganja dalam bentuk kering (mariyuana) dalam kemasan cair (minyak cannabis), ganja mengandung zat kimia *delta – 9 – tetrahydroc - annabinol*. Zat ini berpengaruh pada perasaan, penglihatan dan pendengaran. Efek yang ditimbulkan jika menghisap ganja sebagai berikut:

1. Menjadi mabuk
2. Mata merah dan bola mata membesar
3. Konsentrasi hilang
4. Detak jantung meningkat
5. Kehilangan keseimbangan
6. Panik dan gelisah
7. Beperilaku negatif yang lain.
8. **Heroin**

Heroin termasuk Narkotika sangat keras dengan zat adiktif yang tinggi. Heroin berbentuk padat sebagai butiran atau tepung dan juga berbentuk cair. Salah satu jenis heroin yang terkenal adalah putaw, putaw merupakan heroin dengan kadar adiktif lebih rendah. Pemakaian putaw dengan cara dihisap seperti rokok, disedot, dihirup uapnya, dan disuntikkan ke tubuh. Beberapa jenis heroin yang lain:

1. Putih
2. Bedak
3. *White*
4. Etep
5. Dan sebagainya
6. **Kokain**

Kokain adalah suatu zat yang dihasilkan dari tumbuhan semak *Erythroxy ion coca* berbentuk bubuk putih. Kokai mempunyai nama lain:

1. *Coke*
2. *Charlie*
3. *Snow*

Kemudian, Psikotropika adalah zat atau obat, baik ilmiah maupun sintesis bukan narkotika yang berkhasiat psikoaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan pada aktivitas mental dan perilaku berdasarkan UU No. 5 Tahun 1997. Zat Psikoaktif bukan merupakan narkotika egek dan bahayanyatidak berbeda dengan narkotika. Zat psikotropika adalah ekstasi (MDMA) sabu-sabu, LSD dan sejenisnya dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Ekstasi**

Ekstasi merupakan nama yang diberikan oleh pengedarnya. Ekstasi dari senyawa methylenedioxy amphetamine (MDMA) yaitu turunan zat *amphetamine* yang mempunyai reaksi lebih kuat dibanding amphetamine sendiri. MDMA digunakand alam dunia kedokteran untuk mengobati penyakit saraf dan gangguan kejiwaan lain. Pada awalnya ekstasi hanya dikonsumsi oleh orang-orang tertentu karena obat ini tergolong mahal (per butir ada yang sampai Rp. 250.000,00). Namun, akhirnya produksi dalam jumlah banyak sehingga harga diturunkan dan terjangkau oleh masyarakat umum. Nama lain dari ekstasi antara lain:

1. Inex
2. Cece
3. Kanding
4. Cevin
5. Xeni
6. Dan sebagainya

Ekstasi dijual dalam bentuk tablet berwarna coklat, putih atau dalam bentuk kapsul yang berwarna merah muda dan kuning. Cara penyalahgunaan ekstasi adalah cukup diminum seperti minum obat.

1. **Sabu-Sabu *(Ice)***

Istilah *Ice* merupakan julukan dari *Metamphetamine*. Sabu-sabu berbentuk kristal tidak berwarna dan tidak berbau dansangat mudah larut di air sehingga disebut *Ice*. Sabu-sabu mempunyai nama lain seperti: Ubas, Ss, Mecin, dan sebagainya. *Ice* atau sabu-sabu memiliki efek yang sangat keras pada susunan saraf. Efek yang ditimbulkan oleh sabu-sabu lebih hebat dan cepat daripada ekstasi.

1. ***Amphetamine***

*Amphetamine* merupakan obat terlarang. Penggunaan obat ini harus dengan izin atau resep dokter. *Amphetamine* adalah obat stimulan yang dapat mengubah suasana hati. Obat ini mempunyai efek perangsang yang kuat pada jaringan saraf pada dosis yang tinggi dan kronis, pemakai bertingkah laku kasar dan aneh. *Amphetamine* menyebabkan ketergantungan, penurunan berat badan sehingga disalahgunakan sebagai obat pelangsing.

Dan yang terakhir yaitu, Zat adiktif. Merupakan sebuah zat yang bukan narkotika dan bukan psikotropika tetapi penggunaannya dapat menimbulkan ketagihan atau kecanduan. Baik secara psikologis maupun fisik. Beberapa zat yang dikategorikan sebagai zat adiktif yaitu alkohol, rokok, kafein. Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. **Alkohol**

Secara kimia alkohol mempunyai rumus C2H5OH. Alkohol merupakan pelarut berbagai jenis obat. Bahan bakar spritus adalah campuran alkohol dengan metanol yang beracun dan diberi warna biru sebagai tanda zat beracun.

1. **Rokok**

Rokok digolongkan sebagai zat adiktif, karena dalam rokok terdapat sejumlah zat yang menyebabkan kecanduan. Zat dalam rokok banyak mengandung racun. Zat kimia tidak saja berbahaya bagi perokok, tetapi juga bagi orang yang berada di sekitarnya (perokok pasif) karena asap rokok membawa sejumlah zat beracun.

1. **Nikotin**

Kandungan zat kimia yang terkenal dan terbesar dari rokok adalah nikotin. Nikotin bersifat adiktif sebagaimana kokain dan ganja. Nikotin menyebabkan pemakai menjadi kecanduan. Nikotin merupakan bagian dari rokok tembakau yang diolah dari pohon tembakau yang dapat tumbuh subur dimana-mana.

1. **Zat Mudah Menguap *(Inhalensia)***

Zat ini mudah menguap dan dimasukkan sebagai zat adiktif karena dapat menyebabkan kecanduan dan mempengaruhi saraf. Penyalahgunaan inhalensia dilakukan dengan menghirup uap dari bahan yang mengandung zat tersebut.

Beberapa contoh bahan yang mengandung zat adiktif:

1. Lem aibon
2. Pencampur tip ex (thinner)
3. Aceton (pelarut pengkilat kuku)

**2.6. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian.

Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka *(face to face).* Komunikasi Antar Pribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti: telepon, surat, telegram dan sebagainya. Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif dalam merubah perilaku orang lain apabila kesamaan makna mengenai apa yang dibincangkan.

Ciri khas yang tampak dalam komunikasi ini adalah arus balik langsung yang dapat ditanggkap oleh komunikator, baik secara verbal dalam bentuk kata-kata maupun secara nonverbal dalam bentuk gerak- gerik seperti anggukan dan lain sebagainya. Selam proses komunikasi antar pribadi langsung, antar komunikator dan komunikan tersebut akan terjadi adanya pengertian fungsi secara bergiliran satu sama lain.

Proses berubahnya perilaku atau tinggkah laku individu adalah melaluli beberapa tahapan dimana satu tahap dengan tahap lainya saling berhubungan. Seorang individu menerima informasi, kemudian mengelolnya, menyimpan dan menghasilkan kembali dalam bentuk satuy keputusan berupa penolakan atau penerimaan terhadap informasi yang disampaikan tersebut. Menurut ***Joseph A.Devito* dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book***

**Komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika *(the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback)*. (1989:4).**

Komunikasi antar pribadi sebenarnya merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Proses saling mempengaruhi ini merupakan suatu proses bersifat psikologis dan karenanya juga merupakan permulaan dari ikatan psikologis antar manusia yang memiliki suatu pribadi.

Komunikasi antar pribadi bersifat dialogis, dalam arti arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung, sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan. Menurut ***De vito* dalam Sugiyo (Komunikasi Antar Pribadi)** terdapat lima ciri – ciri komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

1. **Keterbukaan atau *(openness)***
2. **Empati *(empathy)***
3. **Dukungan *(suportiveness)***
4. **Perasaan positif *(positivness)***
5. **Kesamaan (equality) (2005:4)**

Adapun penjelasan dari pernyataan diatas yaitu sebagai berikut:

1. Keterbukaan *(Openess)*

Yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antar pribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antar pribadi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan kita di masa kini tersebut.

1. Empati *(Empathy)*

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antar pribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator (pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan). Empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain.

1. Dukungan *(Supportiveness)*

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.

Dalam komunikasi antar pribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi.

1. Perasaan positif *(positivenes)*

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif. Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, menerima diri sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima. Kemudian dapat memberi dan menerima pujian tanpa pura-pura memberi dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.

1. Kesamaan *(Equality)*

Yaitu pengakuan secara diam – diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa Korban Penyalahgunaan NAPZA (Narkotika, Psitrotofika & Zat Aditif) adalah Pemakaian yang bukan untuk tujuan pengobatan atau yang digunakan tanpa mengikuti aturan atau pengawasan dokter. Digunakan secara berkali-kali atau terus menerus. Seringkali menyebabkan ketagihan atau ketergantungan baik secara fisik/ jasmani maupun mental emosional. Sehingga menimbulkan gangguan fisik, mental emosional dan fungsi sosial.

Dikutip dari <http://dedihumas.bnn.go.id> menyatakan bahwa, proses pemulihan dari pengunaan NAPZA harus melalui beberapa tahanpan diantaranya:

1. Tahap rehabilitasi medis *(detoksifikasi),* tahap ini pecandu diperiksa seluruh kesehatannya baik fisik dan mental oleh dokter terlatih.
2. Tahap rehabilitasi nonmedis, tahap ini pecandu ikut dalam program rehabilitasi.
3. Tahap bina lanjut *(after care),* tahap ini pecandu diberikan kegiatan sesuai dengan minat dan bakat untuk mengisi kegiatan sehari-hari, pecandu dapat kembali ke sekolah atau tempat kerja namun tetap berada di bawah pengawasan.

Balai Rehabilitasi Sosial Pamardi Putra Lembang (BRSPP) yang terletak di Jalan Maribaya No.22 Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Dengan kedudukan dibawah dari Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat yang bergerak di bidang, Rehabilitasi Sosial Eks Korban Penyhalahgunaan NAPZA (Narkotika, Psitrotofika & Zat Aditif ).

Merupakan sebagai Unit Pelaksana Teknis dari Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat dengan memiliki peranan yang strategis dalam penanganan masalah penyalahgunaan narkotika, psikotropika dan zat adiktif lainnya (NAPZA) di lingkungan masyarakat melalui pelaksanaan program rehabilitasi bagi korban penyalahgunaan NAPZA yang di implementasikan dalam bentuk kegiatan bimbingan fisik, mental, sosial dan pelatihan keterampilan.

Dalam legalitas kelembagaan Balai Rehabilitasi Sosial Pamardi Putera (BRSPP), Pada tahun 2009 berdasarkan peraturan Gubernur Jawa Barat No.113 tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknik Dinas dan Bidan di Lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Barat, berubah nama menjadi Balai Rehabilitasi Sosial Pamardi Putera (BRSPP) Lembang Bandung Barat sampai sekarang.

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**Gambar 2.2.**

Ciri – Ciri Komunikasi Antar Pribadi :

1. Keterbukaan *(openness)*
2. Empati *(empathy)*
3. Dukungan *(suportivness)*
4. Perasaan Positif *(positivness)*
5. Kesamaan *(equality)*

Komunikasi Antar Pribadi

Menurut *Joseph A.Devito*

Komunikasi Antar Pribadi Pada Pendamping Dan Korban Penyalahgunaan NAPZA Di Balai Rehabilitasi Sosial Pamardhi Putra Lembang

Sumber: Joseph A. DeVito dalam Sugiyo (2005)