

ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* LINGKAR GANJA NUSANTARA DALAM MEMBENTUK PERSEPSI GANJA MEDIS SEBAGAI PENGOBATAN ALTERNATIF KEPADA MASYARAKAT

Aditya Wicaksono¹, Aska Leonardi²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

¹adityawicak.94@gmail.com, ²askaleonardi@yahoo.co.id

ABSTRAK

Lingkar Ganja Nusantara atau yang biasa dikenal dengan LGN memiliki *Public Relations* yang bertujuan untuk membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif melalui media sosial Instagram. Dalam membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif ini LGN melihat kesulitan dalam mengedukasi atau menginformasikan literasi tentang tanaman ganja di Indonesia, dengan persepsi masyarakat yang memandang ganja haram dan tidak memiliki manfaat. Tetapi LGN mengajak simpul-simpul yang berada di regional atau daerah-daerah untuk ikut andil dalam menyebarkan konten di Instagram melalui akun @lgn_id, dengan mengupayakan untuk memberikan informasi seputar ganja baik dalam informasi pengobatan alternatif maupun sampai pada sejarah ganja itu sendiri. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut, untuk mengetahui strategi public relation Lingkar Ganja Nusantara dalam membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif. Metode yang digunakan adalah Metode deskriptif kualitatif, dimana subjek penelitiannya terdiri dari 1 *key informan* dan 4 *informan*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, studi kepustakaan, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini adalah Humas Lingkar Ganja Nusantara dengan melihat strategi kampanye humas melalui model *The Nine Steps of Strategic Public Relations*. Hal ini sesuai dengan tujuan Public Relation Lingkar Ganja Nusantara, yaitu membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif.

Kata kunci: *Strategi Public Relations, Ganja Medis, Pengobatan Alternatif.*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang tidak melegalkan ganja untuk dikonsumsi oleh masyarakat, baik digunakan dalam bentuk pengobatan, ataupun industri lainnya (Gondokesumo et al., 2021). Tidak hanya menjual, kepemilikan ganja dalam kadar jumlah berapa pun dapat dihukum, dan dipenjara (Rolando et al., 2020). Saat ini masih ada keterbatasan dalam membuka sudut pandang baru untuk melihat ganja sebagai tanaman yang dapat memberikan manfaat, khususnya dalam hal medis.

Ganja medis adalah obat alternatif menurut Zubairi Djoerban, Ketua Dewan Penasehat Dewan Pengurus IDI, tetapi itu bukan pilihan terbaik (Anisah, 2022). Selain itu, Prof. apt. Zullies Ikawati, Ph.D., pakar farmakologi, dan farmakologi klinis Universitas Gadjah Mada (UGM), menyatakan penggunaan mariyuana medis dapat dibandingkan dengan obat golongan morfin. Morfin, seperti heroin, diekstraksi dari tanaman opium dan hanya dianggap sah jika diresepkan oleh profesional medis. Ini juga digunakan dalam kasus di mana analgesik lain dengan kontrol distribusi regional yang lebih baik telah gagal, seperti yang melibatkan nyeri kanker (Ika, 2022).

Ide untuk menggunakan ganja sebagai pengobatan sebenarnya bukanlah hal baru. Pada 2002, peneliti Jerman menemukan bahwa otak menghasilkan *cannabinoid*, yang memiliki efek serupa dengan yang ditemukan dalam ganja (Klumpers et al., 2019). Tujuannya adalah untuk mengurangi kegugupan dan kecemasan dengan menenangkan

sistem saraf. Selain itu, penelitian lain telah menunjukkan bahwa ganja juga mengandung senyawa kimia yang dikenal sebagai *tetrahydrocannabinol* (Monti et al., 2022). *Tetrahydrocannabinol* memiliki efek yang sama pada sistem otak seperti cannabinoids, yang berhubungan dengan ketakutan dan kecemasan dalam tubuh (Wahyurini, 2021).

Ganja dianggap sebagai tanaman perusak generasi bangsa. Namun bagi beberapa orang, ganja digunakan untuk pengobatan. Misalnya seorang suami yang menanam ganja untuk meredakan sakit istrinya akibat *Syringomyelia*, yaitu penumpukan cairan di sumsum tulang belakang, adalah pengobatan yang digunakan oleh penduduk asal Sanggau Kalimantan Barat bernama Fidelis Arie Sudewarto (Wahyurini, 2021; Farisa, 2022). Kemudian ada juga seorang ibu bernama Santi Warastuti yang menuntut Mahkamah Konstitusi agar segera mengeluarkan putusan untuk mengkaji ulang Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika yang diajukan oleh dirinya, dan sejumlah orang tua pasien *cerebral palsy* serta lembaga swadaya masyarakat (Anugerah, 2022).

Narkotika didefinisikan dengan mengacu pada UU Nomor 35 Tahun 2009 dapat bermanfaat sebagai obat dan bahan dalam penelitian medis dan ilmiah. Namun, itu juga dapat menyebabkan kecanduan, yang bisa sangat berbahaya jika tidak digunakan dengan benar atau diatur secara ketat oleh pihak berwenang. Berdasarkan penjelasan, narkotika dapat dilihat memiliki efek manfaat, dan merugikan bila digunakan sebagai pengobatan. Dalam bidang kesehatan dan pengobatan, baik dalam bentuk terapi maupun pengobatan, dapat pula dipandang sebagai bentuk penyembuhan, dimana pengobatan biasanya datang setelah timbulnya tanda, dan gejala penyakit.

Media pemberitaan telah membahas apakah ganja untuk medis bisa dilegalkan. Pendapat seperti dari Wakil Presiden H. Ma'ruf Amin mengklaim bahwa penggunaan ganja dilarang dalam Islam, dan mencatatkan peringatan untuk aturan ganja medis. Sehingga Ma'ruf meminta fatwa dari MUI (Prastiwi, 2022). Orang-orang di Kalimantan Barat sebenarnya menganggap ganja sebagai tanaman yang ilegal untuk digunakan. Selain itu, menurut hukum agama Islam, ganja adalah zat terlarang (Bella, 2022).

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) bekerja sama dengan perguruan tinggi pun melakukan kajian penelitian. Selain laboratorium dan manusia, studi penelitian untuk ganja medis membutuhkan sumber daya lain. Budi Gunadi Sadikin yang merupakan Menteri Kesehatan Republik Indonesia menyampaikan kepada masyarakat tentang penelitian ganja medis. Laboratorium juga telah didirikan di seluruh negeri. Salah satunya adalah Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan di Tawangmangu, Jawa Tengah yang merupakan Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (Prastiwi, 2022).

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) juga mengatakan bahwa pemerintah akan mengkaji lebih dalam tentang gagasan legalisasi mariyuana medis. Pemerintah ingin mengetahui apa pro dan kontra mariyuana medis (Prastiwi, 2022). Dalam salah satu persidangan UU Narkotika yang digelar di Mahkamah Konstitusi pada Agustus 2021, David Nutt, staf pengajar di Imperial College London Drug Science, mengatakan bahwa aman bagi penderita penyakit tertentu untuk menggunakan mariyuana medis (*medical marijuana*) (Farisa, 2022). Profesor Zullies Ikawati dari Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada mengatakan bahwa obat ini sering digunakan di AS dan Eropa sebagai terapi tambahan untuk mengobati kejang yang disebabkan oleh penyakit epilepsi sindrom Lennox Gastaut (Sulaiman, 2022).

Indonesia merupakan negara yang menganggap ganja sebagai narkotika golongan I. Berdasarkan UU 22 Tahun 1997, pengguna ganja menghadapi hukuman maksimal sepuluh tahun penjara. Berdasarkan UU no. 35 tahun 2009 tentang narkotika, kepemilikan ganja dapat dipidana paling lama 12 tahun. Menanam papaver, coca, dan ganja harus sesuai dengan Peraturan Pemerintah 1 Tahun 1980. Lembaga Pendidikan atau Lembaga penelitian

diperkenankan untuk menanam ganja mengikuti PP (Isnaini, 2017).

Lingkar Ganja Nusantara atau biasa dikenal dengan LGN adalah organisasi yang berdedikasi untuk menyebarkan pengetahuan tentang manfaat medis, budaya, dan ekonomi ganja, di Indonesia. Misi LGN, yang juga menjadi payung organisasi Yayasan Sativa Nusantara, didirikan untuk memerangi prasangka negatif terhadap tanaman ganja, dan mengupayakan legalisasi ganja untuk medis di Indonesia. Menjadi organisasi penelitian dan advokasi resmi pertama di Indonesia yang berfokus pada perluasan pengetahuan tentang berbagai aspek tentang ganja untuk medis, mulai dari pribadi, politik, ekonomi, hingga budaya (Narayana, 2022).

Dalam akun instagram @lgn_id yang sudah memiliki 342 ribu followers, materi diskusi menjadi lebih menarik karena pesan atau informasi yang disampaikan lebih bersifat informatif dan memberikan retorika yang sesuai dengan isu yang sedang berkembang. Adapun informasi yang disampaikan fungsinya untuk menyadarkan kepada khalayak akan manfaat dan histori dalam tumbuhan ganja tersebut. Komunikasi memiliki makna yang cukup luas melebihi dari apa yang sekedar kita ucapkan, pada era modern ini komunikasi menjadi alat yang sangat utama bagi manusia sebagai sarana penyampaian pesan maupun informasi agar dapat terhubung dengan lingkungan sekitar dan orang lain. Dalam strategi komunikasi ialah suatu perencanaan ataupun langkah-langkah yang dibuat untuk mempengaruhi agar komunikasi dapat memahami isi pesan dengan baik menggunakan pemilihan kegiatan, pesan, maupun media tertentu.

Kesulitan dalam membuka ruang diskusi dan informasi terkait dengan tanaman ganja menjadi permasalahan dalam situasi di masyarakat saat ini, dengan persepsi terhadap tanaman ganja yang haram dan dianggap tidak memiliki manfaat sama sekali membuat LGN harus mencari cara bagaimana strategi dalam membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif dilakukan. Rencana *public relations* LGN adalah menyerukan penyebaran propaganda dan pesan melalui saluran media sosial tradisional dan online. Selain itu, kegiatan humas sehari-hari mengatur komunikasi dua arah antara perusahaan atau lembaga dengan publik untuk menumbuhkan pemahaman dan dukungan terhadap misi perusahaan atau lembaga, kebijakan produksi, dan tujuan lainnya (seperti citra publik yang positif). Dengan demikian, bentuk-bentuk hubungan masyarakat ini secara intrinsik terkait dengan opini publik dan evolusi perspektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi *public relations* LGN (Lingkar Ganja Nusantara) dalam membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif?

TINJAUAN PUSTAKA

Humas

Secara etimologis, *Public Relations* mengandung makna hubungan masyarakat. Humas atau Public Relations merupakan pembagian tugas korporasi yang menjembatani antara perusahaan dan publik (Ruslan, 2013). Salah satu fungsi hubungan masyarakat adalah mengatur hubungan antara berbagai organisasi dengan masyarakat (Kent & Li, 2019).

Tugas dan fungsi kehumasan tidak hanya membangun hubungan, tetapi juga menyebarkan informasi penting tentang sejarah, aktivitas, dan kehebatan organisasi, bahkan meskipun organisasi sedang berada di tengah krisis yang terkait langsung dengan citra organisasi. Penting untuk diingat bahwa setiap organisasi memiliki citra, baik citra tersebut secara sadar atau tidak sadar sudah melekat pada organisasi. Tidak banyak produk atau layanan organisasi yang memiliki citra mental yang begitu kuat di benak pelanggan. Citra

organisasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan berbagai keyakinan, ide, dan kesan umum dari suatu organisasi. Respon konsumen terhadap keseluruhan penawaran yang dilakukan oleh organisasi dikenal dengan istilah *corporate image* (Kim & Chao, 2019).

Kampanye

Kampanye dalam hubungan masyarakat dapat digunakan untuk memajukan tujuan bisnis atau kelembagaan. Regors dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian upaya komunikasi terkoordinasi yang ditujukan untuk membujuk dan menarik perhatian sebagian besar audiens target dari waktu ke waktu (Ruslan, 2016). “Kampanye adalah tujuan seseorang untuk mempengaruhi pendapat, keyakinan, perilaku, minat, dan keinginan audiens,” tulis Rice dan Paisley (Venus, 2014).

Kampanye kehumasan adalah kegiatan yang diprakarsai oleh suatu lembaga atau organisasi untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan persepsi atau opini positif khalayak sasaran untuk mendapatkan kepercayaan dan citra positif khalayak sasaran. Hal ini dicapai dengan mengkomunikasikan pesan yang rinci melalui serangkaian kegiatan komunikasi selama periode tertentu dan secara berkala (Septiyana et al., 2014).

Menurut Newsom, Scoot & Turk (1997) tujuan kampanye hubungan masyarakat adalah untuk: 1) Kesadaran Masyarakat atau terciptanya kesadaran masyarakat terkait sektor sosial. 2) Memberikan Informasi, memberikan informasi terkait kampanye kepada khalayak yang berminat. 3) Pendidikan publik memfasilitasi ekspresi emosi publik dengan tetap memperhatikan etika dan batasan yang wajar. 4) Memperkuat Attitude-demand Behavior, memperkuat nilai atau mengubah perilaku audiens melalui dukungan komunikator. 5) Modifikasi Perilaku atau mengubah perilaku penonton dengan menerapkan program keamanan sosial tertentu (Ruslan, 2016).

Strategi

Smith (2005) menjelaskan bahwa strategi adalah keseluruhan perencanaan organisasi atau perusahaan, menjelaskan bagaimana organisasi atau perusahaan menetapkan apa dan bagaimana yang akan dicapai (Utami, Dida, Prastowo, 2017). Kamus Dunia Baru (Merriam-Webster, 2023) mendefinisikan strategi sebagai rencana atau metode yang hati-hati: siasat yang cerdas. Seni merancang atau mempekerjakan rencana atau siasat menuju tujuan.

Sementara itu, ahli strategi adalah orang yang benar-benar memunculkan ide dan konsep baru (Quesenberry, 2021). Banyak tantangan muncul ketika rencana berusaha untuk mengatasi masalah komunikasi, terutama dalam hal mengembangkan rencana untuk memaksimalkan efektivitas sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mewujudkan hasil yang diinginkan. Menurut Rogers, strategi komunikasi adalah suatu pendekatan untuk menyebarkan ide-ide baru dengan tujuan mengubah perilaku kolektif masyarakat (Werder, 2020). Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, media, penerima, hingga pengaruh (efek), yang dirancang untuk mencapai tujuan optimal (Diego et al., 2020).

Cangara berpendapat bahwa perencana menghadapi sejumlah tantangan ketika mencoba menyelesaikan masalah komunikasi, terutama dalam hal strategi pemanfaatan sumber daya komunikasi yang ada untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jadi, menurut Rogers, strategi komunikasi adalah rencana yang dikembangkan untuk memengaruhi perubahan perilaku yang meluas di antara orang-orang dengan menyebarkan ide-ide baru (Cangara, 2013).

Dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relations* tahun 2013, Ronald D.

Smith menjelaskan proses perencanaan program humas dengan model berjudul *The Nine Steps of Strategic Public Relations*. Model ini membagi proses perencanaan menjadi empat bagian besar yang berisi sembilan tahap perencanaan kampanye humas (Smith, 2017).

Gambar 1 The Nine Steps of Public Relations



Sumber: (Smith, 2017)

Penelitian digunakan untuk mendasarkan suatu program pada fakta yang ada, dan menghindari "menembak dalam kegelapan." Analisis dapat mengoptimalkan perencanaan strategis, dan akuntabilitas praktik humas. Beberapa penelitian antara lain evaluasi situasional, lalu mengidentifikasi situasi saat ini, termasuk mengidentifikasi tantangan atau masalah, dan mencari peluang untuk menemukan solusi. Analisis struktur organisasi, dengan mengidentifikasi organisasi melalui analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kemudian evaluasi publik, dimana pada tahap ini dilakukan analisis, dan identifikasi publik dengan siapa organisasi berinteraksi (Smith, 2017).

Tahap kedua adalah strategi, yaitu tahap menyusun rencana secara keseluruhan, yang meliputi tujuan dan langkah-langkah untuk mencapai tujuan. Penelitian yang dilakukan pada tahap sebelumnya akan menginformasikan perumusan strategi. Tahap ketiga dari implementasi strategi adalah taktik. Pada fase ini, kegiatan yang dilakukan meliputi mengidentifikasi strategi komunikasi. Ini adalah sarana dan media dimana pesan tersebut ditransmisikan. Jenis strategi terakhir adalah evaluatif, yang mengukur efektivitas strategi dan taktik komunikasi yang digunakan sehingga tujuan dan sasaran yang ditetapkan dapat dicapai dengan tepat (Smith, 2017).

Media Baru

Dalam arahnya yang bertajuk "Media Baru", Burhan Bungin (2008) membahas media baru sebagai studi kasus dalam kajian perkembangan teknologi kritis telematika. Betapa pentingnya meletakkan fondasi ekonomi yang kokoh, itu bukan satu-satunya faktor yang diperhitungkan. Yang paling penting untuk dipikirkan adalah bagaimana konstruksi sosial media mempengaruhi kehidupan masyarakat secara keseluruhan. Artinya, media akan berperan penting dalam menyebarkan berita ke masyarakat umum. Tujuan dari media baru adalah untuk mempermudah penyebaran informasi melalui internet dan dalam bentuk media lainnya. Pada akhir abad ke-20, konsep "media baru" muncul untuk menggambarkan meluasnya penggunaan jaringan digital, komputer, dan teknologi informasi dan komunikasi. Ketika sesuatu didigitalkan, itu menjadi otomatis, yang pada gilirannya membuat tugas-tugas yang sulit menjadi lebih mudah. Internet, situs web, komputer multimedia, game, CD-ROM, dan DVD adalah contoh media baru (Bungin, 2008).

Media Sosial

Media sosial adalah *platform* dalam jaringan (*daring*) yang melayani kebutuhan penggunanya, memudahkan berinteraksi satu sama lain, dan menyelesaikan tugas. Media sosial dapat dipahami sebagai fasilitator yang membantu orang lebih dekat satu sama lain, dan membentuk ikatan sosial yang lebih dalam (Nasrullah, 2015). Media sosial memungkinkan penggunanya untuk “mewakili diri” atau “berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial” satu sama lain, dan dengan dunia yang lebih luas. Pertama, memfasilitasi penyebaran informasi seketika; kedua, membantu menyatukan orang; ketiga, berfungsi sebagai semacam tempat penyimpanan atau database data sosial; keempat menolak media konvensional; kelima untuk mempromosikan identitas seseorang; dan keenam untuk mempengaruhi opini publik (Nasrullah, 2015).

Ganja

Ganja adalah sebutan bagi tanaman *Cannabis Sativa*. Istilah ganja mengacu kepada pucuk daun, bunga dan batang dari tanaman yang dipotong, dikeringkan, dicacah, dan dibentuk menjadi rokok. Nama lainnya adalah marijuana, grass, weed, pot, tea, mary jane, dan produknya hemp, hashish, charas, bhang, ganja, dagga, dan sinsemilla. Penggunaan ganja berpengaruh buruk terhadap kesehatan fisik maupun psikis (mental). Dari segi fisik, ganja menyebabkan kanker paru karena asapnya mengandung banyak karsinogen sama dengan asap tembakau. Penghisap ganja juga terkait dengan radang pada saluran nafas yang besar, peningkatan hambatan jalan nafas, hiperinflasi paru, perokok ganja lebih cenderung mengalami gejala bronkitis kronis daripada bukan perokok, peningkatan tingkat infeksi pernafasan dan pneumonia. Ganja juga mempengaruhi fungsi kognitif, defisit dalam pembelajaran verbal, penurunan daya ingat (memori), dan perhatian. Ganja juga mempengaruhi kesehatan mental, seperti gangguan bipolar, bunuh diri, depresi, kecemasan dan psikotik (Aryani, 2017).

Pengobatan Alternatif

Pengobatan alternatif adalah pengobatan non medis dimana peralatan dan bahan yang digunakan tidak termasuk dalam standar pengobatan medis. Pengobatan alternatif tidak dilakukan oleh tenaga kesehatan profesional seperti dokter. National Institute of Health, 2005 menyebutkan bahwa terapi alternatif adalah sekumpulan sistem pengobatan dan perawatan kesehatan, praktek dan produk yang secara umum tidak menjadi bagian dari pengobatan konvensional. Terdapat macam-macam pengobatan alternatif antara lain akupunktur, bekam, pengobatan aura, obat-obatan herbal dan jamu, reiki, ceragem (pijat batu giok), pijat refleksi, hipnosis, guruh (Andira, Pudjibudojo, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jika dikaitkan dengan masalah penelitian, metode penelitian dimaksudkan adalah cara peneliti untuk mendapatkan data guna mengetahui bagaimana strategi *public relations* dalam membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif. Metode penelitian adalah cara peneliti untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Kriyantono, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan anggota struktur Lingkar Ganja Nusantara (LGN) sebagai narasumber dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Narasumber dipilih oleh peneliti berdasarkan kredibilitas, serta pengetahuan yang cukup yang dimiliki oleh narasumber, sehingga dapat mempermudah dalam memperoleh jawaban yang berkaitan

dengan penelitian yang dilakukan. *Key informan* dalam penelitian ini adalah Dhira Narayana, untuk *informan* adalah Ignasio Satyagraha, dan Riyadh Fakhruddin.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Jika dikaitkan dengan Penelitian ini maka peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak turut serta menjadi bagian dari kelompok yang diteliti, melainkan hanya sebagai pengamat. Observasi penelitian dilakukan selama proses pencarian data yaitu ketika melakukan wawancara dengan Direktur Riset dan Kampanye Lingkar Ganja Nusantara (LGN), *Sosial media specialist* LGN, Ketua Umum LGN. Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data di mana informasi dikumpulkan melalui pertanyaan langsung kepada informan. Teknik wawancara yang peneliti gunakan adalah teknik wawancara mendalam. Dalam hal ini, peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada narasumber penelitian. Alat bantu yang peneliti gunakan selama wawancara antara lain kamera, voice recorder, dan buku catatan. Studi Kepustakaan sangat penting untuk melakukan tinjauan pustaka yang menyeluruh sebelum memulai proyek penelitian apa pun, seperti yang dijelaskan Sugiyono, dan bukan hanya karena penelitian tidak dapat dipisahkan dari literatur ilmiah (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data Model Miles dan Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Elvinaro dalam buku Metodologi Penelitian untuk *Public Relations* Kuantitatif dan Kualitatif, bahwa teknik analisis data Model Miles dan Huberman terdiri dari tiga jenis kegiatan, antara lain: Reduksi. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Model Data (*Data Display*). Dimana kumpulan informasi yang tersusun diperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penarikan/ Verifikasi Kesimpulan. Dimulai dari pengumpulan data, dilanjutkan dengan memutuskan apakah ada makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposi-proposisi. (Ardianto, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejak awal terbentuk, Lingkar Ganja Nusantara (LGN) telah mengalami perubahan dari yang awalnya sampai 3 tahun berjalan hanya menyuarakan tentang legalisasi ganja medis, hingga akhirnya melakukan riset dengan dibantu oleh para akademisi, dengan mendirikan Yayasan Sativa Nusantara untuk fokus pada riset. Lalu mekanisme kerja gerakan pun berubah dengan mengakomodir jaringan-jaringan di regional untuk membantu gerak kerja organisasi. Sehingga ada yang fokus di yayasan untuk melakukan riset, dan di LGN fokus melakukan kampanye. Pembagian kerja ini diharapkan dapat berjalan secara paralel agar roda organisasi tetap berjalan.

Kemudian juga diputuskan untuk membentuk sebuah tim guna melakukan koordinasi dengan LGN di regional seluruh Indonesia, yang nantinya tim ini memberikan laporan kepada yayasan. LGN membangun simpul-simpul yang ada di regional sebagai kekuatan, untuk nantinya ikut berperan dan terlibat dalam menyuarakan legalisasi ganja medis ke depannya, hingga mereka memiliki badan hukum yang jelas dan terpisah dari yayasan. LGN membebaskan jaringan regional di daerah untuk berkreatifitas masing-masing dengan cara sendiri, dan tetap mempertanggung jawabkan dengan apa yang mereka lakukan. LGN menargetkan anggota yang bergabung adalah anak-anak muda dengan usia 18-30 tahun untuk memperbesar basis komunitas.

“Kalau LGN itu sebuah gerakan dan dideklarasikan sudah dari 2010, 12 tahun perjalanan itu banyak sekali kita coba cara-cara gerak organisasi, dari awalnya bagus

lalu jelek. Coba lagi, bagus lalu jelek, dan ganti orang ganti sistem, dan ganti pemikiran. Jadi selama 12 tahun banyak perjalanan, dan kesalahan yang mendewasakan kita. Selain LGN sudah berbadan hukum kami juga melihat jaringan-jaringan di daerah ini adalah kekuatan dan peluang yang besar, dan sedang kita jalankan. Tetapi ketika berbicara tentang kelemahan dan ancaman kita tahu bahwa hukum di negara ini yang belum berpihak ke kita,” jelas Mas Dhira.

Ada pun strategi dalam menetapkan tujuan dan sasaran, Lingkar Ganja Nusantara (LGN) mengajak LGN regional untuk menentukan edukasi kepada publik. Jaringan-jaringan ini membentuk wadah komunitas dari berbagai elemen masyarakat seperti pengacara, dokter, akademisi, dan khususnya juga para pasien yang memerlukan ganja untuk pengobatannya. LGN membuat wadah untuk masyarakat di seluruh Indonesia yang memiliki atensi terhadap ganja medis.

Dalam merumuskan strategi aksi dan respon, sebagai bentuk perjuangan mereka juga mengelola *merchandise* untuk dijual, yang nanti dananya ini dijadikan sebagai dana juang. Dalam perjalanannya selama 12 tahun berdiri, LGN memiliki pembenci yang sering kali menyerang di media sosial, dan cara meresponnya adalah dengan melaporkan, dan membuat klarifikasi di media sosial. Untuk mengembangkan strategi pesan kalimat yang LGN sajikan biasanya tidak menggunakan kalimat formil, karena mayoritas pengikutnya di Instagram adalah kalangan anak muda yang lebih menerima pesan dan kalimat non formal. Logo LGN menggunakan simbol linear daun ganja dengan 5 garis mengarah ke 5 sudut persis menyerupai tulang daun ganja.

“Sebenarnya kita memberikan otoritas di setiap regional tetapi metode yg kita lakukan dalam setiap bulannya itu tim publikasi dari pusat merumuskan untuk tema yang akan dibawakan bulan ini seperti apa dan bagaimana. Seperti misalkan di bulan Juni kemarin yang Mba Santi viral itu akhirnya sama-sama kita publikasikan mengenai manfaat ganja medis di setiap regional dengan menyambut momentum hari Anti Narkotika Nasional. Walaupun kita sadar bahwa setiap regional memiliki warnanya sendiri tapi tetap perlu ada suara bersama yang disuarakan. Nah itu kita kumpulin akhirnya kita bahas ganja medis ya di bulan Juni-Juli. Ada yang fokus ganja medis yang buat penyakit kritis seperti istrinya Fidelis, ada yang buat pengobatan berobat jalan, THT, obat padat, cairan, dan lain lain,” ujar Mas Ignas.

Dalam memilih taktik komunikasi, LGN melakukan perencanaan strategis, dan implementasi strategi komunikasi. Mereka memberikan otoritas kepada regional untuk menyampaikan konten masing-masing, tetapi staf redaksi di pusat ini hanya memberikan tema bulanan dan bagaimana itu nantinya akan disajikan, mereka menyadari bahwa LGN ini sel kerjanya itu berada di regional, dan di regional memiliki rohnya sendiri, tetapi bagaimana caranya pusat ini tetap bisa mengakomodir untuk memiliki suara yang satu. LGN menjelaskan bahwa sebelum tema ini disebar pada jaringan-jaringan regional dari pusat melakukan pengkajian terlebih dahulu seperti menentukan momentum yang tepat dalam menyampaikan pesan atau tema yang nantinya akan disebar ke regional.

“Kalo untuk merumuskan rencana publisitas, sebenarnya kita sudah ada timnya sendiri yaa, tapi untuk saat ini kita lebih banyak online. Kalo dulu kita sering ngisi ke seminar di kampus-kampus bedah buku Hikayat Pohon Ganja, kalo sekarang Instagram, YouTube, Kaskus. Kami dengan para penyintas ganja medis selalu berkoordinasi, dengan memberikan saran dalam momentum di hari Anti Narkotika Nasional, mungkin dengan hal-hal yang kaya gitu,” tegas Mas Dhira.

Setelah strategi komunikasi dikembangkan langkah selanjutnya mengacu pada penerapan rencana yang dipikirkan dengan matang ke dalam tindakan, anggaran, dan jadwal pelaksanaan

disertakan jadwal peluncuran kampanye dipecah menjadi potongan triwulanan atau tiga bulan. Dalam kampanyenya di Instagram LGN mengajak publisitas untuk ikut aktif dalam membuka ruang diskusi perihal ganja medis, di dalam setiap agenda yang diinformasikan di Instagram dalam satu sesi pasti diberikan ruang untuk interaktif antara LGN dan publisitas yang lain. Disinilah yang membuat nilai kampanye tidak hanya dalam satu kepentingan melainkan ruang diskusi diberikan untuk mengedukasi satu sama lain.

“LGN selalu membuka ruang diskusi baik online atau pun offline ya, dengan mengajak publik untuk interaktif dengan kami itu lah yang kami harapkan, agar kami tahu apa yang kami perlukan dan apa yang harus kami lakukan ke depannya,” sebut Mas Riyadh.

Pernyataan Mas Riyadh terkait ruang diskusi yang terbuka untuk publik turut pula ditambahkan oleh Mas Ignas, yang mengatakan bahwa,

“Semua sih kita gunain baik feeds, IG story biasa kita gunain juga buat repost-repost baik LGN regional atau berita-berita yang terbaru tentang ganja, baik lokal atau international. Kalo beberapa bulan lalu sering ada live juga cuma kalo sekarang live lebih di kaskus,” kata Mas Ignas.

Strategi komunikasi juga membutuhkan perencanaan yang akurat. Upaya yang ditempuh pada tahap ini adalah strategi kolaboratif antara pemanfaatan media, dan subjek yang akan diangkat, dikombinasikan dengan momentum peringatan hari besar nasional, sehingga dapat pula dianggap sebagai taktik dengan membawakan suatu tema yang terkait dengan ganja medis. Strategi ini berupa publikasi yang diproduksi oleh LGN.

“Staf redaksi di pusat ini datang dengan tema bulanan dan bagaimana itu akan disajikan. Misalnya, pada Juni tahun lalu, Ibu Santi, sosok yang sempat viral, akhirnya kumpul. Sebagai sebuah kelompok, kami telah menerbitkan tentang manfaat kesehatan ganja medis di setiap wilayah kami, menunggangi gelombang dukungan untuk Hari Anti Narkoba Nasional. Sementara LGN menyadari bahwa setiap area memiliki ronanya sendiri, mereka menyadari pentingnya memiliki suara yang bersatu. Jadi, pada bulan Juni dan Juli, mariyuana medis akhirnya dibahas. Beberapa orang, seperti istri Fidelis, menggunakan mariyuana medis untuk mengobati kondisi yang mengancam jiwa; yang lain menggunakannya untuk tujuan yang kurang intensif seperti rawat jalan, obat telinga, hidung, dan tenggorokan (THT), obat padat, cairan, dan sebagainya,” cetus Mas Dhira.

LGN bertanggung jawab atas pesan, taktik dan waktu, pengemasan, serta saluran distribusinya. Majalah, misalnya, bisa dilakukan setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, atau sebulan sekali, tergantung pengaturan waktunya. Selama kampanye dan evaluasi dilakukan. Mas Riyadh juga menambahkan bahwa dalam taktik Komunikasi LGN saat itu memang menggunakan metode seperti itu.

“Iyaa memang taktik komunikasi LGN pada saat itu memang seperti itu adanya, dan LGN di wilayah-wilayah selalu punya segmennya masing-masing, itulah mungkin yang membuat pengurus mengambil langkah yang tepat dengan seperti itu,” ucap Mas Riyadh.

Pada tahapan akhir, LGN pun melakukan *Evaluative Research* atau Penelitian Evaluasi terkait program-program yang telah dijalankan sebelumnya. Evaluasi yang dilakukan oleh LGN dilakukan setiap tiga bulan, dimana anggota Divisi Riset dan Kampanye berkumpul untuk menilai efektivitas program kampanye yang telah berjalan, dan menyampaikan laporan tahunan yang dimulai sejak bulan Juni, pada saat Hari Anti Narkotika, dan ditutup pada bulan Mei pada saat momen *Global Marijuana March*. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat respons publik, penjualan *merchandise*, dan semua kegiatan yang dilakukan selama setahun.

“Dalam setiap momen evaluasi kami juga mengajak eksternal dari struktural LGN untuk memberikan masukan dan kritik apabila dirasa ada yang perlu di benahi dari LGN ini, dengan pengevaluasian dari eksternal Menurut saya, kita dapat tahu sampai tidaknya strategi yang sudah kita rancang, kita buat ini tujuannya untuk mereka, kalo ternyata tidak sampai pada yang dituju berarti kita tidak berhasil dalam merancang visi misi LGN ini,” terang Mas Riyadh.

Evaluasi juga dilakukan terhadap pengikut akun @lgn_id. Pengikut ingin mendapatkan informasi terkait ganja medis, sehingga wawasan pengikut harus dibuka untuk sejarah, serta penggunaan ilmiah ganja medis, dan lain-lain melalui @lgn_id. Konten dapat diposting ulang oleh pengikut @lgn_id, dan disebarkan ke jaringan mereka. Misalnya, pengikut mengklaim bahwa acara @lgn_id menjadi menarik karena menampilkan pakar hukum, dan kedokteran yang kredibel, seperti halnya ketika Direktur Eksekutif Dhira muncul di sebuah program televisi. Dengan menggunakan isu-isu yang menyentuh hati seperti masalah yang terjadi pada Fidelis, maka LGN dapat menunjukkan bahwa pria itu tidak bersalah; dia membutuhkan ganja medis untuk kondisi istrinya. Publik mulai tidak setuju ketika media mengkritik tindakan Fidelis. Namun, sedikit yang percaya Fidelis tidak boleh dituntut karena hak asasi manusia yang tidak dapat dicabut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut temuan yang telah dipaparkan pada penelitian, program kampanye humas dalam rangka memperjuangkan legalisasi ganja medis oleh LGN menyerupai proses multi-tahap yang diinformasikan oleh "Sembilan Langkah Humas Strategis." Dalam hal ini, peneliti melihat dari 4 poin strategi humas.

Formative Research, Kebutuhan untuk membangun identitas LGN berdasarkan tiga pilar, konten, komunitas, dan kolaborasi, Hasil Divisi Riset dan Kampanye LGN mengatakan rata-rata demografis followers pada akun resmi @lgn_id adalah berusia 18 hingga 35 tahun. Dalam penyebaran informasi dan konten LGN dibantu dengan LGN regional untuk pembuatan konten instagram. Perencanaan, Divisi Riset dan Kampanye menetapkan tujuan untuk membentuk identitas LGN, berinteraksi dengan audiens serta mencerahkan audiens. Implementasi strategi ini melibatkan aktivitas digital, pengembangan produk baru, dan koordinasi sebagai upaya dengan pihak ketiga. Kontennya siap dipublikasikan, memiliki daya tarik visual, dan berisi pesan-pesan dengan nilai pendidikan serta disampaikan oleh komunikator yang kredibel.

Strategi dalam kampanye humas untuk membentuk persepsi ganja sebagai pengobatan alternatif ini narasumber mengambil pendekatan dari orang ke orang dengan meningkatkan konten di situs web, dan saluran media sosial LGN serta menghasilkan konten instagram yang informatif. LGN memilih taktik komunikasi yang sesuai dengan demografinya, dan mengimplementasikan rencana strategis yang sudah dibuat oleh tim. Terdapat program-program yang disebarkan ke pengikut supaya mereka terlibat atau turut andil dalam pelaksanaan.

Studi Evaluasi setiap tiga bulan, anggota Divisi Riset dan Kampanye berkumpul untuk menilai efektivitas program kampanye yang sedang berjalan. Seminggu sekali tim berkumpul untuk mengevaluasi konten yang telah diterbitkan lalu merencanakan untuk materi minggu depan. Kemudian menyampaikan laporan tahunan yang dimulai dari bulan Juni pada saat Hari Anti Narkotika, dan ditutup pada bulan Mei saat momen *Global Marijuana March*. Memberikan pendidikan ekstra kepada publik tentang berbagai jenis ganja yang dapat digunakan untuk tujuan medis adalah salah satu saran yang dapat diberikan pada penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan, terdapat beberapa saran dari peneliti, antara lain, LGN haruslah memaksimalkan kembali analisis situasi mereka, baik dengan mitra maupun dengan pengikut instagramnya. Lebih sering melakukan upload konten yang edukatif tentang literasi ganja

medis setiap harinya. LGN juga dapat memaksimalkan media sosial lain, terkait penyampaian pesan dengan isu-isu penting dan sensitif. Selain LGN mengaktifkan *live* instagram dapat juga membuat program Q&A (tanya dan jawab) supaya keterlibatan pengikut instagram makin antusias. Seiring berkembangnya organisasi ini, peneliti menyarankan agar kedepannya LGN dapat melakukan riset terhadap persepsi masyarakat Indonesia tentang ganja.

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, Dwi Ayu; Pudjibudojo, Jatie K. 2020. "Pengobatan Alternatif Sebagai Upaya Penyembuhan Penyakit." *Jurnal Insight*, Vol. 16, No. 2, Oktober 2020: 393-401. Jember (ID): Universitas Muhammadiyah. DOI: 10.32528/ins.v%vi%i.2053
- Anisah, Lailatul. 2022. "Ganja Untuk Kebutuhan Medis? Ini Pendapat Ikatan Dokter Indonesia (IDI)." *Kontan*. Last modified 2022. Accessed July 16, 2022. <https://nasional.kontan.co.id/news/ganja-untuk-kebutuhan-medis-ini-pendapat-ikatan-dokter-indonesia-idi>.
- Anugerah, Pijar. 2022. "Ganja Medis: Perjuangan Santi Warastuti Demi Mencari Pengobatan Untuk Anaknya." *BBC News Indonesia*. Last modified 2022. Accessed July 16, 2022. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-61956811>.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aryani, Luh Nyoman Alit. 2017. "Tinjauan Pustaka: Gangguan Psikotik Pada Pengguna Ganja (Cannabis)." Denpasar (ID): Universitas Udayana.
- Bella. 2022. "Dilema Legalisasi Ganja Di Indonesia, Ini Tanggapan Masyarakat Kalimantan Barat." *Suarakalbar.Id*, 2022. Accessed July 22, 2022. <https://kalbar.suara.com/read/2022/06/29/205353/dilema-legalisasi-ganja-di-indonesia-ini-tanggapan-masyarakat-kalimantan-barat>.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckman*. 1st ed. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Diego Diego, Elva Ronaning Roem, and Sarmiati Sarmiati. 2022. "THE COMMUNICATION STRATEGY OF PRIVATE UNIVERSITIES IN PADANG CITY IN ATTRACT NEW STUDENTS IN THE TRANSITION FROM PANDEMIC TO ENDEMIC 2022 ERA," *Proceedings Of International Conference On Communication Science 2*, no. 1 (November 10, 2022): 331–342, accessed February 14, 2023, <https://proceeding.unram.ac.id/index.php/iccs/article/view/34>.
- Farisa, Fitria Chusna. 2022. "Kisah Ganja Medis Fidelis Untuk Sang Istri Yang Berujung Bui." *Kompas.Com*. Last modified 2022. Accessed July 16, 2022. <https://nasional.kompas.com/read/2022/06/29/13511341/kisah-ganja-medis-fidelis-untuk-sang-istri-yang-berujung-bui?page=all>.
- Gondokesumo, Marisca Evalina, and Nabbilah Amir. 2021. "Legality Of Marijuana Use In The Need For Medical Treatment In Indonesia (Judging From Law Number 36 Of 2009 Concerning Health And Law Number 35 Of 2009 Concerning Narcotics)." *Journal Equity of Law and Governance* 1, no. 2 (October 6, 2021): 119–126. Accessed July 16, 2022. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/elg/article/view/3938>.
- Ika. 2022. "Guru Besar Farmasi UGM Jelaskan Penggunaan Ganja Untuk Medis." *Universitas Gadjah Mada*. Last modified 2022. Accessed July 16, 2022. <https://www.ugm.ac.id/id/berita/22651-guru-besar-farmasi-ugm-jelaskan-penggunaan-ganja-untuk-medis>.

- Isnaini, Enik. 2017. "Penggunaan Ganja Dalam Ilmu Pengobatan Menurut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika." *Jurnal Independent* 5, no. 2 (2017): 46–54.
- Kent, Michael & Li, Chaoyuan. 2019. Toward a normative social media theory for public relations. *Public Relations Review*. 46. 101857. 10.1016/j.pubrev.2019.101857.
- Kim, R. B., & Chao, Y. 2019. Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of Chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies*, 12(3), 9-21. doi:10.14254/2071- 8330.2019/12-3/1.
- Klumpers, Linda E., and David L. Thacker. 2019. "A Brief Background on Cannabis: From Plant to Medical Indications." *Journal of AOAC INTERNATIONAL* 102, no. 2 (March 1, 2019): 412–420. Accessed December 16, 2022. <https://academic.oup.com/jaoac/article/102/2/412/5658196>.
- Kriyantono, Rachmat. 2020. Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif. 2nd ed. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Merriam-Webster, Strategy Definition & Meaning accessed January 10, 2023, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/strategy>.
- Monti, Manuela Carla, Priska Frei, Sophie Weber, Eva Scheurer, and Katja Mercer-Chalmers-Bender. 2022. "Beyond Δ^9 -Tetrahydrocannabinol and Cannabidiol: Chemical Differentiation of Cannabis Varieties Applying Targeted and Untargeted Analysis." *Analytical and Bioanalytical Chemistry* 414, no. 13 (May 1, 2022): 3847–3862. Accessed July 16, 2022. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00216-022-04026-2>.
- Narayana, Dhira. 2022. Tentang kami, Lingkar Ganja Nusantara. Lgn.or.id. <https://lgn.or.id/en/tentang-kami/>.
- Nasrullah, Rully. 2015. Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi). Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Prastiwi, Devira. 2022. "Sederet Tanggapan Berbagai Pihak Soal Legalisasi Ganja Medis Di Indonesia." *Liputan6.Com*, 2022. Accessed July 22, 2022. <https://m.liputan6.com/news/read/4999270/sederet-tanggapan-berbagai-pihak-soal-legalisasi-ganja-medis-di-indonesia>.
- Quesenberry, Keith A. 2021. *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution* (United Kingdom: Rowman & Littlefield, 2021), accessed February 14, 2023, https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QWTyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=strategists+are+people+who+actually+come+up+with+new+ideas+and+concepts.&ots=BttkQkElrQ&sig=aGiQ9FAL1rf5IhhJct9miB0KFy8&redir_esc=y#v=onepage&q=strategists are people who actually.
- Rolando, Sara, Vibeke Asmussen Frank, Karen Duke, Rahel Kahlert, Agnieszka Pisarska, Niels Graf, and Franca Beccaria. 2020. "I like Money, I like Many Things'. *The Relationship between Drugs and Crime from the Perspective of Young People in Contact with Criminal Justice Systems*." *Drugs: Education, Prevention and Policy* 28, no. 1 (2020): 7–16. Accessed July 16, 2022. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09687637.2020.1754339>.
- Ruslan, Rosady. 2013. Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2016. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Septiyana, Rike, Dwi Putri, and Maulina Larasati. 2014. "Kampanye Program Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), Survey Deskriptif: Rendahnya Partisipasi Kampanye Program Generasi Berencana (GenRe) Terkait Pendewasaan Usia Perkawinan Pada Pendekatan Pusat Informasi Konseling (PIK)

- Remaja SM.” *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (December 30, 2014): 42–55. Accessed December 22, 2022. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communicology/article/view/83>.
- Smith, R. D. 2017. *Strategic Planning for Public Relations. 5th ed. New York, United States: Routledge.*
<https://books.google.co.id/books?id=9TgkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ronald+d+smith+2017&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjB88iBx8zkAhVMWisKHRo-A0gQ6AEIKjAA#v=onepage&q=ronald+d+smith+2017&f=false>.
- Sugiyono. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D.” In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 184. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. Reza. 2022. “Pro Dan Kontra Ganja Medis Untuk Kesehatan: Dari Klaim Manfaat Hingga Risiko Legalisasi.” *Suara.Com*. Accessed July 22, 2022. https://amp-suara-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.suara.com/health/2022/07/07/053000/pro-dan-kontra-ganja-medis-untuk-kesehatan-dari-klaim-manfaat-hingga-risiko-legalisasi?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAQArABIIACAw%3D%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=165.
- UU No. 35. 2009. *Narkotika*. Badan Narkotika Nasional. Jakarta.
- Utami, Shafira; Dida, Susanne; Prastowo, FX Ari Agung. 2017. ProTVF, Volume 1, Nomor 1, Maret 2017, Hal. 61-76. STRATEGI PERENCANAAN PUBLIC RELATIONS NET. TV DALAM MEMBENTUK CITRANYA SEBAGAI TELEVISI MASA KINI. *ProTVF*, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 61-76, apr. 2018. ISSN 2549-0087. Available at: <<http://jurnal.unpad.ac.id/protvf/article/view/13334/6156>>. Date accessed: 13 june 2023. doi:<https://doi.org/10.24198/ptvf.v1i1.13334>.
- Venus, Antar. 2014. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyurini, Priska Dwi. 2021. “Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Penyalahgunaan Ganja Sebagai Pengobatan.” *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum* 6, no. 2 (March 18, 2021): 252–266. Accessed July 15, 2022. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/delegalata/article/view/5014>.
- Werder, Kelly Page. 2020. “Public Sector Communication and Strategic Communication Campaigns,” in *The Handbook of Public Sector Communication* (John Wiley & Sons, Ltd, 2020), 245–258, accessed February 14, 2023, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781119263203.ch16>.