

MENKOMUNIKASIKAN KRATOM SEBAGAI OBAT PENGHILANG CANDU NARKOBA**Krisna Aditiya¹, Indra Novianto Pamungkas²**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257Email: krisnaaditiya@student.telkomuniversity.ac.id¹, indra.imi28@gmail.com²

ABSTRAK

Kratom merupakan tumbuh-tumbuhan yang dipercaya memiliki manfaat kesehatan, seperti diare, menambah stamina bahkan bisa menjadi obat untuk para pecandu narkoba, tetapi kratom di Indonesia tergolong barang yang abu-abu, peneliti bertujuan bagaimana mengkomunikasikan kratom dalam mempromosikan sebagai obat penghilang candu narkoba, Perkrindo selaku organisasi yang berkaitan dengan kratom berperan penting dalam pengambilan data, mengenai penelitian ini, metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan, teknik observasi, teknik wawancara dan teknik dokumentasi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan 1 teori dan 2 tinjauan pustaka, yaitu teori komunikasi serta tinjauan pustaka, kratom dan *Brand Awareness* (Kesadaran merek), dari penelitian ini peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Perkrindo dalam mengkomunikasikan kratom sebagai obat penghilang candu narkoba, belum bisa dilakukan, tetapi Perkrindo mengkomunikasikan kratom dengan cara membuat, event, kampanye, seminar dan informasi yang disampaikan hanya informasi umum mengenai kratom serta manfaat dari segi ekonomi dan sosial.

Kata kunci: Komunikasi, Komunikasi Kesehatan, Brand Awareness, Kratom

ABSTRACT

Kratom is a plant that is believed to have health benefits, such as diarrhea, increase stamina and can even be a drug for drug addicts, but kratom in Indonesia is classified as a gray item, researchers aim at how to communicate kratom in promoting as a drug for opiate drug addiction. Perkrindo as an organization concerned with kratom plays an important role in data collection, regarding this research, the research method used by researchers is qualitative research methods and data collection techniques using, observation techniques, interview techniques and documentation techniques, in this study researchers used 1 theory and 2 literature review, namely communication theory and literature review, kratom and Brand Awareness (brand awareness), from this study the researchers drew the conclusion that communication carried out by Perkrindo in communicating kratom as a drug for opiate drugs, could not be done, it still could not be done, still i Perkrindo communicates kratom by making, events, campaigns, seminars and information conveyed only general information about kratom and its economic and social benefits

Keywords: Communication, Health Communication, Brand Awareness, Kratom

PENDAHULUAN

Peneliti disini ingin memberikan informasi tentang, bagaimana komunikasi dari kratom yang dimana kratom ini, memiliki manfaat kesehatan yang salah satunya yaitu dapat menyembuhkan untuk pengguna narkoba. Di Indonesia sendiri jumlah penggunaan narkoba di tingkat pelajar, di Survei oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menunjukkan 2,3 juta pelajar atau mahasiswa di Indonesia pernah mengonsumsi narkoba. Angka itu setara dengan 3,2 persen dari populasi kelompok tersebut (Suwarso 2019). Untuk mengurangi kecanduan narkoba sebenarnya alam sudah menyediakan obatnya tetapi kita sebagai manusia terkadang kurang peka terhadap apa yang sudah di sediakan alam seperti kratom ini adalah tanaman liar yang ada di Kalimantan. Konteks dalam penelitian ini mengintegrasikan teori komunikasi, untuk mengkonstruksikan dengan kajian pustakan kratom dan *brand awareness*. Pada penelitian ini peneliti mengambil kebaruan dimana terdapat aktivitas baru, yang ada di masyarakat yaitu tentang kratom, yang dimana memiliki manfaat yang luar biasa, tetapi di Indonesia sendiri kratom tidak terlalu terkenal, dan kratom di Indonesia, bila dilihat dari sudut pandang hukum masih abu-abu. Padahal beberapa penelitian tentang kratom menunjukkan, bahwa kratom bisa menjadi salah satu obat bagi pencandu narkoba, tentunya dengan dosis yang tepat, disini peneliti berfokus pada komunikasi kesehatan, dimana peneliti hanya ingin memberitahu bahwa kratom itu ada, dan memiliki manfaat salah satunya, dari beberapa riset yang penulis lihat, kratom memiliki kemampuan untuk menghilangkan candu pada narkoba. Setelah itu peneliti juga berharap agar pemerintah Indonesia, bisa mengkaji ulang tentang kratom, dan memanfaatkan untuk keperluan kesehatan, karena daun kratom ini tersebar di Kalimantan dan menjadi salah satu mata pencarian warga Kalimantan barat.

Daun ini sangat istimewa. Memiliki nama Kratom (*Mitragyna speciosa Korth*). Spesies tropis dari famili *Rubiaceae* atau masih sekeluarga dengan tanaman kopi. Kratom ditemukan di Asia Tenggara seperti Thailand, Indonesia, Malaysia, Myanmar, dan Filipina. Namun, populasi terbesar kratom sesungguhnya adalah di Kalimantan. Kratom punya banyak nama lokal. Ia disebut *ketum* dan *purik* di Kalimantan barat, kayu *sapat* atau *sepat* di Kalimantan tengah dan Kalimantan selatan, dan *kedamba* atau *kedemba* di Kalimantan timur, tumbuhan tepi sungai ini memiliki keistimewaan yang terletak pada khasiatnya. Sejak dulu kala, masyarakat mengonsumsi daun kratom untuk mengatasi kelelahan. Khasiat utama kratom adalah suplemen bagi tubuh (Kratom (*Mitragyna speciosa Korth*): Manfaat, Efek Samping, dan Legalitas, Jurnal Kementerian Kesehatan, 2017, hlm 176: Muliawan 2019)

Masyarakat Kalimantan khususnya Kalimantan barat, telah mengonsumsi seduhan daun kratom. Bahkan, para petani dulu sering mengunyah daun kratom segar demi mendapat tenaga ekstra. Teh kratom juga dipercaya meringankan diare, lelah, nyeri otot, dan batuk. Seduhan ini juga meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan tekanan darah tinggi, menambah energi, mengatasi depresi, antidiabetes dan antimalaria, serta stimulan seksual. menurut peneliti dari Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Ekosistem Hutan, Dipterokarpa, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Rina Wahyu Cahyani. Menurutnya, khasiat daun kratom ini disebabkan dua zat aktif yang dikandungnya. Kedua zat tersebut adalah *mitraginin* dan *7-hidroksimitraginin*. Kedua senyawa ini memiliki efek analgesik, efek yang sama dari kelompok obat pereda nyeri. Dalam dosis rendah, kratom memberikan efek stimulan. Seseorang akan merasa memiliki lebih banyak energi, lebih waspada, dan lebih bahagia. Mirip seperti kopi. “Sementara untuk dosis yang lebih tinggi, efek kratom hampir sama seperti senyawa opiat yaitu efek analgesik (obat pereda nyeri) dan sedasi (obat penenang),” terang Rina ketika ditemui di kantornya di Jalan AW Syahrani, Samarinda, Senin, 9 September 2019. Mengingat kemampuan daun ini, Rina berkata, “Banyak yang menyebut sebagai daun surga dari Kalimantan.” Kratom masih sekeluarga dengan kopi. Maka, efek ketergantungannya pun mirip kopi. Menurut Rina, apabila dikonsumsi dengan cara yang tidak benar, kecanduan kratom seperti halnya ketergantungan kafein. Namun berdasarkan

penelitiannya, efek Kratom tidak lebih berbahaya dibanding ganja dan kokain. Proses pengolahan daun kratom yang paling menentukan efek yang dihasilkan.(Muliawan 2019)

Dilansir laman *BBC*, selain dikonsumsi, kratom juga diyakini mampu membuat relaks, mencegah kelelahan, bahkan membantu para pecandu opium untuk berhenti. Di sisi lain, petani juga mengandalkan tanaman ini untuk menyambung hidup. Diketahui ada sekitar 300 ribu petani di Kalimantan yang mengandalkan kratom sebagai mata pencaharian. Dilansir dari jurnal ilmiah yang ditulis Mariana Raini dari Pusat Penelitian dan Pengembangan Biomedis dan Teknologi Dasar Kesehatan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Kemenkes RI, menuliskan soal manfaat, efek samping dan legalitas tanaman ini. Kratom sering dimanfaatkan dalam pengobatan herbal untuk mengobati beberapa penyakit seperti diare, pereda nyeri, batuk, hipertensi, dan lemah syahwat.(Wildiarini 2019)

Namun, peneliti kratom Dr. Ari Widiyantoro dari FMIPA Universitas Tanjungpura berpendapat justru bukan pelarangan yang dibutuhkan terkait kratom, melainkan pengawasan lewat aturan resmi Kementerian Kesehatan, mengingat potensi kratom terkait kebutuhan medis. "Cuman masalahnya penggunaannya harus diatur, dosisnya terutama, dan siapa yang harus memakai," kata Dr. Ari. Selain itu, dia juga mendukung agar dilakukan standarisasi produksi kratom karena para petani dan pengumpul kratom saat ini menjual daun tanpa membedakan usia daun, padahal semakin tua daun maka kadar mitragininnya semakin tinggi sehingga dampaknya ke pengguna juga akan berbeda. packagingnya tidak bagus sehingga bakteri salmonela masuk. Itu memberikan cemaran kepada pasien sehingga tingkat kematian, infeksi menjadi tinggi," Dr. Ari menambahkan. Dia juga menganjurkan agar riset terkait kratom terus dilakukan untuk mendalami efek-efek kratom, termasuk efek yang berbahaya. Lantas, apa efek dan kandungan dalam daun kratom. Berdasarkan penelitiannya, Dr. Ari menjelaskan bahwa kratom mengandung mitraginin yang berfungsi sebagai katalisator opium agar bisa bekerja dengan baik. Mitraginin ini juga dapat berfungsi sebagai pengganti opium sehingga jika diberikan kepada pengguna opium maka ketergantungan mereka pelan-pelan dapat berkurang.(Rachmawati 2019). Setiap bulan, rata-rata 300 hingga 500 ton kratom diekspor dari Kalbar, sekitar 80%nya adalah dalam bentuk bubuk, sisanya dalam bentuk daun kering remahan.(*BBC.Com* 2019).

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menghadirkan teori dan tinjauan pustaka sebagai dasar untuk pelaksanaan penelitian. Teori yang dihadirkan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi dan Tinjauan pustaka yang dihadirkan dalam penelitian ini adalah informasi mengenai kratom dan *brand awareness* dengan detail sebagai berikut.:

1. Komunikasi

Teori komunikasi pada penelitian ini sebagai dasar teori karena kegiatan komunikasi tidak lepas dari adanya komunikasi yang dilakukan kepada khalayak yang bertujuan untuk memberikan informasi. Baik itu bersifat verbal maupun non verbal, contoh dari verbal yaitu bisa melalui acara berita maupun film dokumentasi, dan contoh dari non verbal bisa juga menggunakan simbol atau poster. Pada penelitian ini, komunikasi yang ingin dibangun oleh peneliti, adalah bagaimana cara untuk mengkomunikasikan kratom sebagai salah satu obat penghilang candu narkoba, dimana penyampaian informasi melalui komunikasi ini dapat memberikan informasi baru kepada khalayak dan mengingat peran komunikasi sangatlah penting di dalam penelitian ini. Komunikasi adalah sebuah pertukaran ide atau pikiran yang secara verbal dimana pada pengiriman atau penyampaian informasi. Penyampaian informasi belum tentu bisa diterima atau dipahami oleh penerima pesan. (Littlejohn, Stephen W., Karen A Foss 2017).

Komunikasi memiliki sebuah proses relasional yang terdiri dari lima fitur komunikasi seperti, pesan, pembuatan pesan, penafisan pesan, pesan relasional dan pesan yang mendapat pesan. Kelima fitur tersebut dijelaskan sebagai berikut (Griffin 2012) :

a. Pesan

Pesan adalah inti dari studi komunikasi. Profesor komunikasi Universitas Colorado Robert Craig mengatakan bahwa dalam komunikasi akan melibatkan berbicara dan mendengarkan, menulis dan membaca, tampil dan menyaksikan, atau secara umum yaitu melakukan apa pun yang melibatkan pesan di media dalam situasi apapun. Dalam penelitian ini pesan merupakan salah satu unsur yang penting, untuk memberitahu khalayak, tentang komunikasi kesehatan dari daun kratom. Di damana pesan ini harus memberikan informasi yang menarik sehingga inti dari pesan ini dapat di mengerti oleh khalayak.(Griffin 2012).

b. Pembuatan Pesan

Pembuatan pesan sangat berkaitan dengan adanya konten dan bentuk teks biasanya, diciptakan, direncanakan, dibuat, disusun, dipilih, atau diadopsi oleh komunikator. Masing-masing istilah ini sering digunakan menyiratkan bahwa komunikator biasanya membuat pilihan dalam bentuk dan substansi pesan yang disadari. Dalam penelitian ini bertujuan mempromosikan kratom sebagai salah satu obat penghilang candu narkoba, sehingga proses pembuatan pesan adalah unsur yang sangat penting bagi komunikator.(Griffin 2012)

c. Penafsiran Pesan

Penafsiran sebuah pesan tidak dapat dilakukan dengan menafsirkan isi pesan itu sendiri . Makna pada pesan tidak terletak dari apa yang diucapkan oleh pengirim dan penerima pesan. Dalam penelitian ini penafsiran pesan dapat dilihat dari bagaimana khalayak atau seseorang merespond pesan yang ingin di sampaikan peneliti, di dalam penelitian ini penafsiran pesan hanya bisa, di tafsirkan oleh khalayak bagaimana khalayak itu, menanggapi isi dari pesan yang diberikan oleh komunikator.(Griffin 2012)

d. Proses Relasional

Komunikasi adalah proses relasional tidak hanya terjadi antara dua orang atau lebih, tetapi juga dapat mempengaruhi sifat koneksi di antara orang-orang itu. Filsuf Yunani, Heraclites, mengamati bahwa “seseorang tidak dapat melangkah ke sungai yang sama dua kali.” Dari kalimat tersebut mendefinisikan makna yang luas. komunikasi adalah suatu proses. Sama seperti sungai, aliran komunikasi selalu berubah-ubah, tidak pernah sepenuhnya sama, dan hanya dapat dijelaskan dengan mengacu pada apa yang terjadi sebelumnya dan apa yang akan datang. Dalam hal ini, proses relasional menjadi suatu hal yang berpengaruh dalam kegiatan komunikasi kesehatan, dalam mempromosikan kratom sebagai obat penghilang candu narkoba.(Griffin 2012)

e. Pesan yang Mendapat Respon

Komponen terakhir dari komunikasi berkaitan dengan efek pesan pada orang yang menerimanya. Untuk alasan apa pun, jika pesan gagal merangsang reaksi kognitif, emosional, atau perilaku apa pun, tidak ada gunanya menyebutnya sebagai komunikasi. Dimana komunikasi adalah proses relasional untuk menciptakan dan menafsirkan pesan yang menimbulkan respons. Dalam penelitian ini, respon yang di tunjukan dari seseorang yang mendengar informasi kesehatan tentang kratom menjadi hal yang penting bahwa pesan yang ingin disampaikan berhasil atau tidak, dalam komponen terakhir ini tentunya, komunikator akan mendapatkan respon yang berbeda dari seriap komunikannya.(Griffin 2012)

2. Brand Awareness

Brand awareness disini dilakukan untuk membangun kesadaran khalayak terhadap kratom, bahwa kratom bisa menjadi obat sebagai penghilang candu narkoba, brand awareness di butuhkan sebagai jembatan dalam mengkomunikasi kratom sebagai penghilang candu narkoba, brand awareness (kesadaran merek) adalah salah satu tujuan dominan kampanye iklan yang juga membantu memahami apakah target pasar membuat keputusan pembelian melalui pengingatan kembali tentang merek.(Rahman 2018;Rossiter & Percy, 1985) Kesadaran merek berarti arti penting merek dalam benak pelanggan yang menggabungkan pengenalan merek, penarikan kembali merek, kesadaran top-of-mind (Aaker, 1996; Keller, 1993;Rahman 2018) dominasi merek, opini merek, pengetahuan merek (Aaker, 1996; Keller 1993;Rahman 2018) menemukan bahwa periklanan memungkinkan penarikan merek yang membawa keberhasilan pemasaran dan periklanan.(Aaker, n.d, Rahman 2018.)

Ehrenberg, Barnard, Kennedy, dan Bloom memaparkan bahwa iklan mempertahankan arti penting merek untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi merek dan merangsang kesadaran merek. Calon pembeli mendapatkan kesadaran merek dari iklan yang mengarahkan konsumen dari pembelian baru-baru ini (Ehrenberg & Barnard, 1997;Rahman 2018)

Surachman (2008: 7; Damayanti and Pamungkas 2018) , tingkat penerimaan awal dari seseorang ketika melihat dan atau mendengar suatu informasi tentang produk beserta mereknya adalah kesadaran merek (brand awareness), yaitu kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Peran kesadaran merek (brand awareness) dalam keseluruhan kekuatan suatu merek (brand equity) tergantung pada sejauh mana tingkatan kesadaran yang dicapai oleh suatu merek. Bagaimana merek tersebut dapat menembus ingatan konsumen sehingga ketika ditanyakan merek dari suatu kategori tertentu maka konsumen akan dengan spontan menjawab merek.(Damayanti and Pamungkas 2018)

3. Kratom

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah kratom dimana tinjauan pustaka mengenai Kratom adalah tanaman (*Mitragyna speciosa Korth*). Kratom ditemukan di Asia Tenggara seperti Thailand, Indonesia, Malaysia, Myanmar, dan Filipina. Namun, populasi terbesar kratom sesungguhnya adalah di Kalimantan. Kratom punya banyak nama lokal. Ia disebut *ketum* dan *purik* di Kalimantan barat, kayu *sapat* atau *sepat* di Kalimantan tengah dan Kalimantan selatan , dan *kedamba* atau *kedemba*.(Muliawan 2019)

Kratom merupakan tumbuhan kokoh berakar tunggang. Daunnya sedikit lebar dan bersirip. Batangnya gemuk, bisa mencapai diameter 0,9 meter ketika berusia 10-15 tahun. Bagian yang paling khas adalah bunga yang berbentuk bulat dan bergerigi. Biasanya, bunga atau buah ini tumbuh di ujung batang. Kratom tumbuh dengan alami dan cepat (*fast growing*) di lahan kritis terutama tepi sungai dan rawa pasang-surut. Sebaran kratom di Kaltim banyak ditemukan di Kota Bangun, Kutai Kartanegara. Sementara di Samarinda, tanaman tersebut tumbuh di pinggiran Sungai Karang Mumus di utara kota.(Muliawan 2019)

Masyarakat Kalimantan khususnya Kalimantan barat, telah mengonsumsi seduhan daun kratom. Bahkan, para petani dulu sering mengunyah daun kratom segar demi mendapat tenaga ekstra. "Teh kratom" juga dipercaya meringankan diare, lelah, nyeri otot, dan batuk. Seduhan ini juga meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan tekanan darah tinggi, menambah energi, mengatasi depresi, antidiabetes dan antimalaria, serta stimulan seksual. menurut peneliti dari Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Ekosistem Hutan, Dipterokarpa, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Rina Wahyu Cahyani. Menurutnya, khasiat daun kratom ini disebabkan dua zat aktif yang dikandungnya. Kedua zat tersebut adalah *mitraginin* dan *7-hidroksimitragynin*. Kedua senyawa ini memiliki efek analgesik, efek yang sama dari kelompok obat pereda nyeri. Dalam dosis rendah, kratom memberikan efek stimulan. Seseorang akan merasa memiliki lebih banyak energi, lebih waspada, dan lebih bahagia. Mirip seperti kopi(Muliawan 2019).

Tanaman psikoaktif, yang dimanfaatkan sebagai jamu dan ramuan medis tradisional, di sejumlah wilayah Asia Tenggara sejak ribuan tahun silam. Sebuah kajian literatur mengungkap kratom berabad-abad lalu telah menjadi bagian dari tanaman yang dikonsumsi masyarakat, terutama mereka yang menetap di Thailand bagian selatan dan Malaysia bagian utara. Kratom termasuk dalam tanaman keluarga kopi (*Rubiaceae*) penghasil alkaloid penting seperti kafeina. Tanaman tropis itu tumbuh setinggi 4-16 meter dan masyarakat biasa memanfaatkan bagian daunnya yang memiliki lebar melebihi telapak tangan orang dewasa. Sejak dulu, petani maupun nelayan biasa mengonsumsi daun kratom

sebagai herbal stimulan yang diyakini berkhasiat mendongkrak produktivitas kerja serta mengusir rasa lelah. Mereka biasa mengonsumsi daun kratom dengan cara dikunyah seperti daun sirih ataupun diseduh layaknya teh. Tanaman berjenis *mitragyna speciosa* itu tumbuh di negara-negara tropis seperti Thailand, Filipina, Malaysia, Papua Nugini, dan termasuk di Indonesia. Kratom belakangan dikenal luas di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa lantaran dianggap berkhasiat sebagai alternatif medis rekreasi. Kratom dijual dan dipasarkan layaknya suplemen dalam bentuk kapsul dan serbuk halus. Selain dilabeli ampuh sebagai herbal rekreasi penghilang rasa nyeri, kratom juga diperuntukkan bagi pengguna yang ingin terlepas dari kecanduan narkotik. (Fauzi 2016)

Komoditas dan pasar pengguna kratom berkembang diiringi dengan serangkaian penelitian ilmiah. Di bidang ilmu kedokteran, sejumlah peneliti mengakui kratom sebagai tanaman yang bisa dimanfaatkan untuk kebutuhan pengobatan alternatif. Profesor yang menekuni bidang pengobatan darurat di University of Massachusetts Medical School, Edward W. Boyer, mengantongi catatan hasil penelitian yang mengungkap alasan kratom bisa menjadi tanaman medis rekreasi. Jika dikonsumsi dalam dosis rendah, kata Boyer, kratom bisa berperan sebagai stimulan serta membantu meningkatkan fokus. Sementara untuk penggunaan dengan dosis tinggi, kratom bisa menjadi obat penenang yang menghasilkan efek anti-nyeri layaknya candu. Menurut Boyer, sensasi relaksasi itu terjadi karena kandungan aktif dalam kratom, yakni *mitragynine* dan *7-hydroxymitragynine*, mengikat pada *opioid receptors* dalam tubuh manusia. Boyer menyebut kratom sama ampuhnya seperti morfin dalam hal menghilangkan rasa nyeri. "Anda bisa mendapatkan analgesik yang sangat manjur (dari kratom)," kata Boyer seperti dikutip CNN. (Fauzi 2016)

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian kualitatif dilakukan melalui proses induktif, yaitu berangkat dari konsep khusus ke umum, konseptualisasi kategorisasi dan deskripsi yang dikembangkan berdasarkan masalah yang terjadi di lokasi penelitian. Menurut Patton yang dimaksud dengan paradigma dalam penelitian adalah suatu pandangan, suatu perspektif umum atau cara untuk memisah-misahkan dunia nyata yang kompleks, kemudian memberikan arti atau makna dan penafsiran-penafsiran. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur *statistic* atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian ini adalah untuk mengetahui makna, berdasarkan dari metode penelitian ini yang prosesnya bersifat induktif dan di dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua metode penelitian kualitatif yaitu Post-Positivisme, dan Konstruktivisme. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data merupakan hal yang esensial. Pengumpulan data penelitian kualitatif bukanlah mengumpulkan data melalui instrument, seperti halnya penelitian kuantitatif di mana instrumennya dibuat untuk mengukur variable-variable penelitian, tetapi, pengumpulan data dalam penelitian kualitatif instrument utama adalah peneliti sendiri, untuk mencari data dengan berinteraksi secara simbolik dengan informan atau subjek yang diteliti. Hubungan kerja antara peneliti dengan subjek penelitian hanya berlaku untuk pengumpulan data, dengan melalui kegiatan atau teknik pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara dan pengumpulan dokumen. (Ghony and Almanshur 2012)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

komunikasi yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kratom sebagai obat peghilang candu narkoba belum bisa dilakukan, karena pemerintah belum menyepakati hasil penelitian tentang kratom yang sudah ada, sehingga komunikasi yang dilakukan oleh perkrindo hanyalah mengkomunikasikan kratom secara umum, tidak memberitaukan manfaat atau khasiatnya. Pemerintah masih mendiskusikan dengan para pakar kesehatan, peneliti dan juga perwakilan dari perkrindo, tidak jarang peneliti dari luar ikut serta dalam perkumpulan tersebut. Dalam hal perkrindo melakukan komunikasi tentang kratom melalui event, kampanye yang diselenggarakan setiap tahunnya dan juga seminar yang sering di hadiri oleh pihak pemerintah masyarakat umum dan peneliti, dan ini beberapa gambaran dari event, kampanye dan seminar:

Gambar



Source: Olahan peneliti

Picture 1 Event, kampanye dan seminar

Dan juga bila kita lihat teori komunikasi yang didapatkan dari kratom ini lebih mengarah ke teori word of mouth atau mulut ke mulut, kenapa demikian karena di dalam proses komunikasi yang terjadi di dalam kratom ini, muncul berdasarkan kepercayaan dari dulu sampai sekarang sehingga informasi tersebut di sampaikan melalui mulut ke mulut sehingga sampai ke generasi sekarang, hal di dukung oleh beberapa pernyataan oleh informan, mereka mengetahui kratom sendiri di karenakan kepercayaan mereka, memang sejak dulu kratom sering di konsumsi oleh masyarakat sana yang di percaya memiliki beberapa manfaat kesehatan. Bila dikaitkan oleh teori komunikasi yang di paparkan oleh littlejohn dimana komunikasi itu sendiri pertukaran ide atau pikiran yang baik secara verbal, dimana pada pengiriman atau penyampaian informasi, dan tentunya informasi ini bisa terima atau tidak itu tergantung dengan penerima pesannya, kita bisa lihat di foto yang ada di atas ada beberapa pesan di kampanye tersebut dan juga di dalam seminar tersebut ada sesi Tanya jawab sehingga penyampaian informasi sangat sering terjadi dan ada yang setuju dengan informasi tersebut dan juga ada tidak setuju dan menyangkahkan informasi tersebut dan hal itu bisa dipastikan adanya aktivitas komunikasi yang besar sehingga teori yang dipaparkan oleh littlejohn ini bisa di seuaikan dengan penelitian ini. kesadaran mengenai kratom ini dipengaruhi oleh budaya sehingga, tanpa melakukan kampanye besar-besaran mereka sudah menyadarinya, di karenakan informasi mengenai brand disini brandnya adalah kratom sudah tertanam sejak kecil sehingga ketika penulis menayakan tentang kratom mereka sudah tahu kratom itu apa sehingga bila kita sambungkan dalam teori ini kesadaran merek (brand awareness) mengenai kratom ini sudah di tahap top of mind karena memang masyarakat disana sejak dahulu sudah mengetahui tentang kratom dan sudah terbiasa mengkonsumsi kratom, sehingga kratom sudah tertanam sejak kecil, memang kratom sudah digunakan sebagai jamu yang di percaya dapat menyembuhkan penyakit, hal ini juga dipengaruhi oleh budaya mereka sehingga, kesadaran mengenai kratom itu sendiri mereka sudah sadar sejak awal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diperoleh kesimpulan atas identifikasi masalah yang sudah disebutkan pada Pendahuluan penelitian ini. Kesimpulan tersebut adalah. Komunikasi yang dilakukan oleh Perkrindo untuk mempromosikan kratom adalah, menggunakan event, kampanye dan seminar, dimana dalam mengkomunikasikan kratom Perkrindo hanya memberikan informasi kratom secara umum, Perkrindo lebih mengkomunikasikan kratom dilihat dari segi ekonomi dan sosial, karena manfaat ekonomi dan sosial sangat dirasakan oleh pelaku industri kratom dilahat ada desa yang tadinya zona merah menjadi desa zona hijau atau desa yang mandiri, dalam mempromosikan kratom sebagai obat penghilang candu narkoba, budaya yang ada di Kalimantan barat ikut andil dalam mengkomunikasikan kratom sebagai tanaman obat, dimana kepercayaan sejak dulu dari masyarakat lah yang membuat kesadaran masyarakat mengenai kratom ini cukup tinggi sehingga, masyarakat disana pada umumnya sudah mengetahui manfaat dari daun kratom ini, sehingga bila dikaitkan ke daala teori komunikasi yang dilakukan dalam mempromosikan kratom sebagai obat penghilang candu narkoba, lebih kearah teori word of mouth atau mulut ke mulut, kenapa demikian karena di dalam proses komunikasi yang terjadi di dalam kratom ini, muncul berdasarkan kepercayaan dari dulu samapai sekarang sehingga informasi tersebut di sampaikan melalui mulut ke mulut sehingga sampai ke generasi sekarang.

SARAN

A. Saran Teoritis

1. perkrindo harus mebuat penelitian dan melibatkan pemerintah dan berbagai lembaga yang bersangkutan untuk menjelaskan kandungan dalam kratom dan menyepakati hasil dari penelitian tersebut apakah baik bagi kesehatan atau tidak.
2. perkrindo seharusnya membuat media untuk mempermudah dan memperluas jangkauan dalam mengkomunikasikan kratom.
3. 3perkrindo dalam seminarnya sebaiknya mengundang media-media yang besar agar isi dan hasil dari seminar tersebut dapat di jadikan data untuk memberikan informasi bahwa kratom ini adalah masalah yang serius dan pemerintah pusat dapat melihat masalah ini lebih dalam agar penyelesaian masalah ini dapat cepat terselesaikan.
4. perkrindo lebih baik membuat kampanye di media online juga agar masyarakat di seluruh Indonesia mengetahui kampanye yang di lakukan oleh perkrindo
5. pemerintah seharusnya cepat menangani hal ini karena ke abu-abuan kratom ini seharusnya dapat di perjelas di karenakan di negara Thailand dan Malaysia sudah ada peraturan yang mengatur mengenai kratom ini.

B. Saran Praktis

1. dalam segi ilmu komunikasi ini, topik yang mengenai kratom, belum ada yang meneliti dari segi ilmu komunikasi, peneliti berharap banyak yang meneliti kratom ini dari segi ilmu komunikasinya, di karenakan peneliti melihat ada beberapa aktivitas yang menarik mengenai kratom ini dan bisa saja mendapatkan perkebangan dari teori komunikasi yang sudah ada.
2. Dikarenakan belum banyaknya penelitian terkait komunikasi kesehatan mengenai kratom ini, peneliti mengalami hambatan dalam mencari referensi maupun buku yang dapat membantu penelitian ini, khususnya di lingkup Telkom University. Maka, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola perpustakaan di Telkom University (Open Library Telkom University) untuk menyediakan referensi dan buku terkait komunikasi kesehatan dan mengenai kratom ini. Diharapkan dengan bertambahnya referensi dan buku terkait komunikasi kesahatan dan kratom di lingkup Telkom University, mahasiswa maupun tenaga akademisi akan lebih banyak yang meneliti topik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. n.d. *Managing Brand Equity*. New York: THE FREE PRESS A Division of Simon & Schuster Inc. 1230 Avenue of the Americas New York, N.Y.
- Anshory, Ya M Nurul. 2019. "Kepala BBPOM Beri Penjelasan Terkait Larangan Jual Kratom Dalam Bentuk Olahan - Tribun Pontianak." *TribunPontianak.Co.Id*, 2019.
<https://pontianak.tribunnews.com/2019/03/22/kepala-bbpom-beri-penjelasan-terkait-larangan-jual-kratom-dalam-bentuk-olahan>.
- BBC.Com*. 2019. "Kratom: Legalitas Dipertanyakan Atas Tanaman Yang Jadi Sumber Nafkah Ratusan Ribu Petani Di Kalimantan," August 31, 2019. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-49148381>.
- Damayanti, Elsa., and Indra Novianto Adibayu Pamungkas. 2018. "KONTEN DIGITAL MARKETING MELALUI INSTAGRAM WARTEG HIPSTER SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS" 5.
- Denzin, Norman K, and Yvonna S Lincoln. 2009. *HANDBOOK OF QUALITATIVE RESEARCH*. Edited by Daryatno. Badrus Samsul Fata. Abi. John Rinaldi. Edisi baha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Evans, W. Douglas, Kristen Holtz, Tanya White, and Jeremy Snider. 2014. "Effects of the Above the Influence Brand on Adolescent Drug Use Prevention Normative Beliefs."
- Fauzi, Gilang. 2016. "Mengenal Kratom: 'Jamu Alternatif' Para Pecandu." *Cnnindonesia.Com*, December 26, 2016. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161226151940-255-182189/mengenal-kratom-jamu-alternatif-para-pecandu>.
- Ghony, M Djunaidi, and Fauzan Almanshur. 2012. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Edited by Rina Tyas Sari. 1st ed. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Griffin, EM. 2012. "A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY." In , 8th ed., 473. New York: McGraw-Hill.
- Hansen, Jan-Cedric, Jean-Philippe Carpentier, and Sebastien Modicom. 2013. "Medicinal Brand vs. Medicinal Product Communication in the Healthcare Market."
- Huansuriya, Thipnapa, Jason T. Siegel, and William D. Crano. 2014. "Parent-Child Drug Communication: Pathway From Parents' Ad Exposure to Youth's Marijuana Use Intention."
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Ju, Ilwoo, and Jin Seong Park. 2015. "Communication Strategies in Direct-to-Consumer Prescription Drug Advertising (DTCA): Application of the Six Segment Message Strategy Wheel."
- Kamran, Sohail, Muhammad Saqlain, Zakir Khan, Sajid Mahmood, Hussain Ali, Nafees Ahmad, and Kifayat Ullah Shah. 2019. "Cost Analysis of Registered Brands of Oral Antidepressant Drugs in Pakistan: A Descriptive Analysis." *Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research* 00 (00): 1-7. <https://doi.org/10.1080/14737167.2019.1666001>.
- Kayongo, Collins Xavier, and Ann Neville Miller. 2018. "Men's Response to Obulamu Campaign Messages about Male Involvement in Maternal Health: Mukono District, Uganda."
- Littlejohn, Stephen W., Karen A Foss, John G Oetzel. 2017. *Theories of Human Communication- 11 Edition*.
- M. Alperstein, Neil. 2014. "Awareness of and Attitudes Toward Direct-to-Consumer Prescription Drug Advertising Among Young Adults."
- Michael, Mackert., Kathleen Case., Allison. Lazard, Jeeyun Oh, Jessica Wagner. Hughes, Ernest Hawk, Jennifer Cofer, Alex Hurst, & Nagla Elerian, and Lakey David. 2018. "Building a Health

- Communication Brand for University of Texas System Tobacco Control.”
- Mufit. 2019. “Selain Kuat Stamina, Daun Kratom Juga Dapat Sembuhkan Orang Kecanduan Narkoba - Nusantaratv.Com.” *Nusantaratv.Com*, September 2, 2019. <https://nusantaratv.com/herbal/selain-kuat-stamina-daun-kratom-juga-dapat-sem-buhkan-orang-kecanduan-narkoba>.
- Muliawan, Fachrizal. 2019. “Mengenal Kratom, Daun Surga Dari Kalimantan, Dilema Antara Manfaat Dan Mudarat.” *Kaltimkece.Id*, September 9, 2019. <https://kaltimkece.id/ru-pa/kesehatan/mengenal-kratom-daun-surga-dari-kalimantan-dilema-antara-manfaat-dan-mudarat>.
- Rachmawati. 2019. “Kontroversi Kratom, Tanaman Obat Asal Kalimantan Yang Akan Dilarang BNN.” *KOMPAS.Com*, September 2, 2019. <https://regional.kompas.com/read/2019/09/02/05300091/kontroversi-kratom-tanaman-obat-asal-kalimantan-yang-akan-dilarang-bnn?page=all>.
- Rahman, Rehenuma. 2018. “Building Brand Awareness: The Role of Celebrity Endorsement in Advertisements.”
- Rakhmat, Jalaludin., and I. I Subandi. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi*. Kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Singh M.S, Darshan, Christian P. Müller Ph.D, Balasingam K. Vicknasingam Ph.D, and Sharif M. Mansor Ph.D. 2015. “Social Functioning of Kratom (*Mitragyna Speciosa*) Users in Malaysia.”
- Singh Ph.D, Darshan., and Suresh Ph.D, Narayanan. 2018. “Long-Term Cognitive Effects of Kratom (*Mitragyna Speciosa* Korth.) Use.”
- Suwarso, Indriatno eko. 2019. “Survei BNN: 2,3 Juta Pelajar Konsumsi Narkoba,” June 2019. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190622182557-20-405549/survei-bnn-23-juta-pelajar-konsumsi-narkoba>.
- Swogger Ph.D, Marc T, Elaine. Hart M.S, Fire Erowid B.A, Earth Erowid B.A, Nicole Trabold Ph.D, Kaila Yee, B.A, Kimberly A. Parkhurst B.A, Brittany M. Priddy B.S, And, and Zach Walsh Ph.D. 2015. “Experiences of Kratom Users: A Qualitative Analysis.”
- Wildiarini, Anisa. 2019. “Dilarang BNN, Tanaman Kalimantan Kratom Bisa Picu Kecanduan.” *Viva.Co.Id*, September 3, 2019. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/1177695-6-cara-gampang-turunin-berat-badan-gak-perlu-diet-dan-olahraga?medium=autonext>.

