BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat kita hindari.Melalui komunikasi, sosialisasi antar individu dapat berjalan sesuai dengan keinginan individu-individu itu sendiri. Dan melalui komunikasi juga individu dapat mengadakan suatu hubungan dengan lingkunganya. Jadi, dengan demikian komunikasi merupakan unsur pokok dalam tata pelaksanaan hidup manusia, yaitu dalam mengadakan hubungan antar manusia untuk saling mempengaruhi antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya.

Dikatakan bahwa Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti "*sama"*. Sama disini yang dimadsud adalah "*sama makna"* (Effendy, 2006: 9), jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yag disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. (Effendy,1993 : 30)

Carl I. Hovland mendefinisakan "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan)." (Mulyana, 2007: 68)

Gerald R. Miller menjelaskan bahwa “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaiakan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.” (Mulyana, 2007: 68)

Harold Lasswell menjelaskan bahwa “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*? Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana?” (Mulyana, 2007: 68)

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*chanel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari berbagai pendapat atau definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli jelas bahwa komunikasi mempunyai arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran, pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan maupun harapannya. Komunikasi dilakukan tidak hanya untuk memberikan informasi agar orang lain menjadi tahu, tetapi komunikasi juga bertujuan untuk mencapai

kesepakatan bersama, pengertian bersama dan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku orang lain.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Berbicara mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*to inform*)

   Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educated*)

   Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikiranya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

   Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

   Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan

lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang di harapkan.(Effendy, 1997 : 36).

Dilihat dari fungsi dan keberadaanya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan, karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dimana dengan komunikasi manusia dapat mengembangkan dirinya dengan berbagai informasi yang manusia dapat.

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Dalam setiap komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan. Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan komunikasi, adalah :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the social*)

   (Effendy, 2006:8)

Selanjutnya untuk mencapai tujuan tersebut, maka sebelumnya harus diteliti, apa yang menjadi tujuan dilakukannya komunikasi itu. Tujuan komunikasi menurut Udai Pareek dalam buku komunikasi organisasi yaitu:

1. Memberikan informasi, yakni pengiriman informasi dari sumber kepada orang lain atau sekelompok orang, atau dapat berupa kebijakan organisasi, peraturan-peraturan, perkembangan organisasi.

2. Umpan balik (*feedback*), berguna untuk mengetahui prestasi kerja karyawan dan memperoleh langkah-langkah perbaikan yang diperlukan sekaligus memberikan motivasi kepada pihak organisasi untuk mengembangkan rencana-rencana yang menantang dan realistic.
3. Pengendalian, yaitu pengontrolan setiap pelaksanaan program agar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan dan untuk memenuhi sasaran yang tepat dalam pelaksanaan serta menghindari adanya kesenjangan informasi.
4. Pengaruh, yaitu komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, seorang manajer, berkomunikasi dengan para karyawannya untuk menciptakan suasana yang baik, sikap yang benar dan hubungan yang menyenagkan.
5. Pemecahan masalah *(problem solving)*, yaitu komunikasi antara pihak pimpinan dan karyawan bertujuan untuk menemukan penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi.
6. Pengambilan keputusan, memerlukan berbagai macam komunikasi misalnya, pertukaran informasi, pendapat, dan penilaian alternative pemecahan masalah.
7. Mempermudah perubahan yaitu komunikasi antar karyawan dapat membantu kesulitan perubahan terhadap tindakan perbaikan dalam organisasi.
8. Pembentukan kelompok komunikasi, jika komunikasi terputus, maka kesatuan akan hancur, dalam perselisihan yang berat hubunga baik hanya dapat dikembalikan melalui proses komunikasi yang berkelanjutan. Dalam

hal ini komunikasi yang merupkan ungkapan perasaan, perhatian sangat penting.

9. Menjaga pintu yaitu sebagai penyaring informasi baik yang datang dari dalam organisasi ataupun dari luar organisasi, sehingga informasi yang berkembang senantiasa relevan denag kepentingan komunikan dan kebutuhan informasi. (Yeni 2003 : 22-23)

2.2 Tinjaun Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Dedy Mulyana dalam buku yang berjudul ”Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, yaitu :

> ”Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip. (Mulyana, 2005 : 75).

Pengertian komunikasi organisasi menurut Wiryanto dalam buku yang berjudul ”Pengantar Ilmu Komunikasi” adalah sebagai berikut, ”Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi”. (Wiryanto, 2004:54).

Menurut Goldhaber yang dikutip oleh S. Djuarda Sendjaja dalam buku yang berjudul ”Teori Komunikasi”, pengertian komunikasi organisasi adalah ”Arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain”. (Sendjaja, 1994:133). Dengan landasan dan konsep pengertian komunikasi organisasi yang telah dijelaskan diatas sehingga batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu: komunikasi antara manusia yang terjadi dalam konteks organisasi.

2.3 Tinjauan Hubungan Masyarakat

2.3.1 Pengertian Hubungan Masyarakat.

Menurut J.C., Seidel, *Public Relation Direstor, Devision of Housing, state of New York,* yang dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvirano Ardianto dalam buku yang berjudul ”Dasar-dasar *Public Relation*” adalah *Public Relation* adalah :

”Proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelenggannya, pegawainya dan pubik terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan". (Soemirat dan Ardianto 2005:13).

Sedangkan menurut John E. Maison, yang dikutip oleh Rhenaldi Kasali dalam buku yang berjudul ”Manajemen *Public Relation*”, mendefiniskan secara umum, *Public Relation* adalah *”Public Relation is planned, persuasive communications designed to influence significant public”*. (*Public Relation* adalah

merencanakan, menggunakan komunikasi dengan cara membujuk untuk memepengaruhi kahalayak sasaran)". (Kasali, 2000:6)

Berbeda dengan definisi yang berkaitan dengan manajemen adalah definisi yang dikeluarkan oleh Danny Grinswold, *Public Relation News (Internasional Public Relations Weekly for Executives)* yang dikutip oleh Rhenaldi Kasali dalam buku yang berjudul "Manajemen *Public Relations*", dimana *Public Relations* adalah :

> "Fungsi menejmen yang melekukan evaluasi terhadap sikap dua publik, megidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemehaman dan penerimaan publik". (Kasali,2000:7).

Lebih lanjut Fraser P. Seitel, dalam bukunya *"The Practice of Public Relations*" yang dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvirano Ardianto dalam buku yang berjudul "Dasar-dasar *Public Relations*", memeberikan definisi tentang Public Relations yaitu :

> "*Public Relations* merupakan fungsi manjemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alurb komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menengani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. Public Relations membanru manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. Public Relations secara efektif memebantu menejemn mementau berbagai perubahan". (Soemirat dan Ardianto, 2005:13).

Dari beberapa definisi yang telah dikemukan, ada beberapa kesamaan antara pengertian yang satu dengan yang lainnya. Ada unsur-unsur utama yang sama yang menyangkut antara lain :

1. *Public Relations* sebagai fungsi manajemn yang melekat pada organiasi merupakan suatu kegiatan yang berorientasi/bertujuan untuk memperoleh

goodwill, menciptan dan membina pengertian dan pengakuan dari publik, membina dan memelihara kerjasama, menciptakan citra serta membentuk dan memelihara hubungan yangsaling menguntungkan antara organisasi dan publik-publiknya.

2. Orientasi kegiatan *Public Relations* adalah organisasi dan publik, artinga apabila antara kepentingan organisasi dan publik seimbang, maka hal ini akan menentukan sukses atau gagalnya tujuan organisasi.
3. Kegiatan *Public Relations* adalah kegiatan yang terencana, artinya setiap kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* telah melelui tahapan-tahapan dimana setiap tahapan ini melelui perencanaan yang matang dan asal-asalan. Ini berarti *Public Relations* ada;ah suatu rangkaian kegitan yang di organisasikan sebagai suatu rangkaian program yang terpadu dan teratur. Jadi *Public Relations* bukanlah kegiatan yang sifatnya sembaranagan.
4. Perencanaan dalam kegiatan *Public Relation* adalah perencanaan dengan tujuan yang baik untuk menciptakan opini publik yang *Favourable* dan menguntungkan semua pihak.
5. Aktivitas *Public Relations* adalah aktivitas komunikasi timbal balik atau dua arah sebagai upaya menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan masyarakat. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya mutual understanding, mutual confidence dan image yang baik.

Jadi dalam ke lima unsur utama tersebut diatas menunjukan adanya hubungan kait mengkiat secara holistik yang merupakan proses berkesinambungan delam fungsional *Public Relations* yang melekat dengan manajmen organisasi, dalam upya mencapai tujuan dan sasaran utama badan usaha/organisasi.

2.3.2 Peranan Hubungan Masyarakat.

Didalam peranannya diharapkan Humas menjadi "mata" dan "telinga", serta "tangan kanan" bagi top manajemen dari organisasi/lembaga yang ruang lingkup tugasnya antara lain, meliputi aktivitas:

1. Membina hubungan kedalam (*public internal*).

   Yang dimaksud dengan *public internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/lembaga/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Dan mampu mengidentifikasi atau mengenai hal-hal yang menimbulkan gambaran negative di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

2. Membina hubungan keluar (*public eksternal*).

   Yang dimaksud dengan *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakam tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif public terhadap lembaga yang diwakilinya.

Jadi, peran *Humas* bersifat dua arah, seperti yang dijelaskan diatas, yaitu berorientasi kedalam *(inward looking)* dan keluar *(outward looking)*. (Rosady ruslan,1999:20-21)

2.3.3 Fungsi Hubungan Masyarakat.

Menurut *Edward L Bernay* dalam bukunya *Public Relation, University of Oklahoma Press*. Yang menjelaskan bahwa Humas mempunyai 3 fungsi utama Humas yaitu:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintergrasikan siakp dan perbuatn suatu lembaga/badan, sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.(Rosady Ruslan, 1999:19)

2.4 Tinjauan Tentang Strategi

Agar keberadaan *public relation* dapat berfungsi dengan benar maka sebelum mengimplementasikan programnya perlu disusun rencana strategis. Menurut Ahmad S Adnanputra, strategi merupakan bagian terpadu dari suatu rencana sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan merupakan salah satu fungsi dasar manajemen. Sedangkan strategi *public relation* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relation* dalam kerangka rencana *public relation*.

Dengan menerapkan strategi *Public Relations* (PR) bahwa seorang *Public Relations (PR)* dituntut harus dapat menyatakan kebijaksanaan kepada public sesuai keputusan manajemen organisasinya, dimana fungsi itu dilakukan atas

dasar kepentingan publiknya, karena pada prinsipnya seorang *Public Relations (PR)* harus dapat mengetahui dan menanggapi sikap publiknya dengan cara mengatur dan menekankan tanggung jawab manajemen guna melayani kepentingan publiknya yang selanjutnya harus dapat disampaikan kembali kepada publik-publiknya untuk menjadi perhatian organisasi tersebut.

Dengan demikian untuk menunjang segala hal yang berkaitan dengan kepentingan organisasi, khususnya untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publik terhadap organisasi, maka seorang *Public Relations* harus dapat membuat program kerja yang baik yang dapat diterima oleh semua publik yang berkepentingan terhadap organisasi.

Oleh karena itu seorang *Public Relations* (PR) dituntut untuk mempunyai kreativitas yang tinggi, sehingga dapat membuat program-program kerja yang mempunyai kualitas demi untuk memberi keuntungan dan kepuasan bagi kedua belah pihak yakni kepentingan organisasi disatu sisi dan public-publik yang terkait disisi yang lain.

Jauch & Glueck mengemukakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. (Jauch & Glueck, 1997:12)

Pearce dan Robinson yang dikutip oleh Rhenald Kasali, mengembangkan langkah-langkah strategi *Public Relations*, sebagai berikut:

1. Menentukan misi perusahaan. Termasuk pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi dan sasaran perusahaan.
2. Mengembangkan profil perusahaan *(company profile)* yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan perusahaan yang dimilikinya.
3. Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
4. Analisa terhadap peluang yang tersedia pada lingkungan.
5. Identifikasi atas pilihan yang dikehendaki yang tidak dapat dilengkapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
6. Pemilihan strategi atas objektif jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai objektif tersebut.
7. Mengembangkan objektif tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan objektif jangka panjang dan garis besar objektif.
8. Implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran dan mengawinkan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, tekhnologi, dan sistem balas jasa yang memungkinkan.
9. Review dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai masukan bagi pengambilan keputusan di masa yang akan datang. (Kasali, 2000: 43).

2.5 Tinjauan Tentang Sosialisasi

2.5.1 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi mencakup pemerikasaan mengenai lingkungan cultural, lingkungan social dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi social dan tingkah laku social berdasarkan hal tersebut sosialisasi merupakan mata rantai paling penting diantara sistem-sistem social lainya, karena delam sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sampai dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi mengandung makna memperkenalkan, memberitahukan, menjelaskan tentang suatu masalah (Kamus Besar Bahasa Indonesia 1990:855). Sosialiasasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat. (Effendy, 2005 : 27)

Mensosialisasikan adalah proses untuk mencapai kematangan dalam hubungan-hubungan social dengna kata lain merupakan proses belajar untuk penyesuaian terhadap norma-norma kelompok, moral tradisi dan meleburkan diri menjadi satu kesatuan. (Natawijaya, 1979 : 97)

Para sosiolog umunya sependapat bahwa pusat perhatian ilmunya adalah kelompok dan struktur social. Sosialisasi merupakan contoh gejala yang

memerlukan analisis sosiolog maupun psikologis. Sosialisasi mencakup proses yang berkaitan dengan kegiatan individu untuk mempelajari tertib social, lingkungannya dan menyerasikan pola interaksi yang terwujud dalam konfromitas dan konfromita merupakan penghindaran dari konflik. (Soekanto, 1982 : 70) .

Dari urain diatas terdapat persamaan mengenai sosialisasi, terletak pada objek sosialisasi yaitu : masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manuasia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia didalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok.

Pada dasarnya penyebaran informasi mengenai nilai-nilai dan norma-norma adalah inti dari sosialisasi untuk menenamkan nilai-nilai, sikap-sikap dan pengetahuan pada objek sosialisasi. Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah system kepada seseorang, dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksi-reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan social, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya.

2.5.2 Jenis-jenis Sosialisasi

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan prosesnya, terdapat jenis-jenis sosialisasi, menurut Peter L. Bergerdan Luckman terdapat dua jenis sosialisasi yaitu :

1. Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosilisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak.
2. Sosialisasi sekunder, adalah suatu sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memeperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.[4]

Kedua proses berlangsung dalam institute total, yaitu tempat tinggal dan tempat bekerja. Dalam kedua institutsi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dalam jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalankan proses kehidupan dari diatur secara formal.

2.5.3 Syarat Terjadi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan system dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting berdasarkan hal tersebut, sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat, yaitu :

1. Memberikan dasar atau fondasi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektifdalam masyarakat.
2. Memungkinkan lestarinya suatu masyarakat, karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja sehingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu.[5]

[4] wikipediaindonesia,http://id.wikipedia.org/wiki/sosialisasi
[5] wikipwdia http://id.wikepedia.org/wiki/sosialisasi

Berdasarkan unraian diatas, dapat disimpulkan bahwa melelui sosialisasi masyarakat dapat berpartisipasi untuk kepentingan hidupnya dan menciptakan generasi untuk kelestarian kehidupan selanjutnya.

2.6 Tinjauan Tentang Undang-undang No. 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman, baik sintetis maupun semisintetis, yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri, dan dapat menimbulkan ketergantungan.
2. Prekursor Narkotika adalah zat atau bahan pemula atau bahan kimia yang dapat digunakan dalam pembuatan Narkotika.
3. Produksi adalah kegiatan atau proses menyiapkan, mengolah, membuat, dan menghasilkan Narkotika secara langsung atau tidak langsung melalui ekstraksi atau nonekstraksi dari sumber alami atau sintetis kimia atau gabungannya, termasuk mengemas dan atau mengubah bentuk Narkotika.
4. Impor adalah kegiatan memasukkan Narkotika dan Prekursor Narkotika ke dalam Daerah Pabean.

5. Ekspor adalah kegiatan mengeluarkan Narkotika dan Prekursor Narkotika dari Daerah Pabean.
6. Peredaran Gelap Narkotika dan Prekursor Narkotika adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan yang dilakukansecara tanpa hak atau melawan hukum yang ditetapkan sebagai tindak pidana Narkotika dan Prekursor Narkotika.
7. Pengangkutan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan memindahkan Narkotika dari satu tempat ke tempat lain dengan cara, moda, atau sarana angkutan apa pun.
8. Pedagang Besar Farmasi adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk melakukan kegiatan pengadaan, penyimpanan, dan penyaluran sediaan farmasi, termasuk Narkotika dan alat kesehatan.
9. Industri Farmasi adalah perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk melakukan kegiatan produksi serta penyaluran obat dan bahan obat, termasuk Narkotika.
12. Transito Narkotika adalah pengangkutan Narkotika dari suatu negara ke negara lain dengan melalui dan singgah di wilayah Negara Republik Indonesia yang terdapat kantor pabean dengan atau tanpa berganti sarana angkutan.
13. Pecandu Narkotika adalah orang yang menggunakan atau menyalahgunakan Narkotika dan dalam keadaan ketergantungan pada Narkotika, baik secara fisik maupun psikis.
14. Ketergantungan Narkotika adalah kondisi yang ditandai oleh dorongan untuk menggunakan Narkotika secara terusmenerus dengan takaran yang meningkat agar menghasilkan efek yang sama dan apabila penggunaannya dikurangi dan

atau dihentikan secara tiba-tiba, menimbulkan gejala fisik dan psikis yang khas.

15. Penyalah Guna adalah orang yang menggunakan Narkotika tanpa hak atau melawan hukum.
16. Rehabilitasi Medis adalah suatu proses kegiatan pengobatan secara terpadu untuk membebaskan pecandu dari ketergantungan Narkotika.
17. Rehabilitasi Sosial adalah suatu proses kegiatan pemulihan secara terpadu, baik fisik, mental maupun sosial, agar bekas pecandu Narkotika dapat kembali melaksanakanfungsi sosial dalam kehidupan masyarakat.
18. Permufakatan Jahat adalah perbuatan dua orang atau lebih yang bersekongkol atau bersepakat untuk melakukan, melaksanakan, membantu, turut serta melakukan, menyuruh, menganjurkan, memfasilitasi, member konsultasi, menjadi anggota suatu organisasi kejahatan Narkotika, atau mengorganisasikan suatu tindak pidana Narkotika.
19. Kejahatan Terorganisasi adalah kejahatan yang dilakukan oleh suatu kelompok yang terstruktur yang terdiri atas 3 (tiga) orang atau lebih yang telah ada untuk suatu waktu tertentu dan bertindak bersama dengan tujuan melakukan suatu tindak pidana Narkotika.

BAB II

DASAR, ASAS, DAN TUJUAN

Pasal 2

Undang-Undang tentang Narkotika berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pasal 3

Undang-Undang tentang Narkotika diselenggarakan berasaskan:

a. Keadilan
b. Pengayoman
c. Kemanusiaan
d. Ketertiban
e. Perlindungan
f. Keamanan
g. Nilai-nilai Ilmiah
h. Kepastian Hukum

Pasal 4

Undang-Undang tentang Narkotika bertujuan:

a. Menjamin ketersediaan Narkotika untuk kepentingan pelayanan kesehatan dan atau pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi
b. Mencegah, melindungi, dan menyelamatkan bangsa Indonesia dari penyalahgunaan Narkotika
c. Memberantas peredaran gelap Narkotika dan Prekursor Narkotika
d. Menjamin pengaturan upaya rehabilitasi medis dan social bagi Penyalah Guna dan pecandu Narkotika.

PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA
BAB XV
KETENTUAN PIDANA

Pasal 111

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hukum menanam, memelihara, memiliki, menyimpan, menguasai, atau menyediakan Narkotika Golongan I dalam bentuk tanaman, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 4 (empat) tahun dan paling lama 12 (dua belas) tahun dan pidana denda paling sedikit Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah) dan paling banyak Rp8.000.000.000,00 (delapan miliar rupiah).
2) Dalam hal perbuatan menanam, memelihara, memiliki, menyimpan, menguasai, atau menyediakan Narkotika Golongan I dalam bentuk tanaman sebagaimana dimaksud pada ayat (1) beratnya melebihi 1 (satu) kilogram atau melebihi 5 (lima) batang pohon, pelaku dipidana dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).

Pasal 112

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hokum memiliki, menyimpan, menguasai, atau menyediakan Narkotika Golongan I bukan tanaman, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 4 (empat) tahun dan paling lama 12 (dua belas) tahun dan pidana denda paling sedikit

Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah) dan paling banyak Rp8.000.000.000,00 (delapan miliar rupiah).

2) Dalam hal perbuatan memiliki, menyimpan, menguasai, atau menyediakan Narkotika Golongan I bukan tanaman sebagaimana dimaksud pada ayat (1) beratnya melebihi 5 (lima) gram, pelaku dipidana dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).

Pasal 113

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hokum memproduksi, mengimpor, mengekspor, atau menyalurkan Narkotika Golongan I, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun dan pidana denda paling sedikit Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).
2) Dalam hal perbuatan memproduksi, mengimpor, mengekspor, atau menyalurkan Narkotika Golongan I sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam bentuk tanaman beratnya melebihi 1 (satu) kilogram atau melebihi 5 (lima) batang pohon atau dalam bentuk bukan tanaman beratnya melebihi 5 (lima) gram, pelaku dipidana dengan pidana mati, pidana penjara seumur hidup, atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama

20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).

Pasal 114

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hokum menawarkan untuk dijual, menjual, membeli, menerima, menjadi perantara dalam jual beli, menukar, atau menyerahkan Narkotika Golongan I, dipidana dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda paling sedikit Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).
2) Dalam hal perbuatan menawarkan untuk dijual, menjual, membeli, menjadi perantara dalam jual beli, menukar, menyerahkan, atau menerima Narkotika Golongan I sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang dalam bentuk tanaman beratnya melebihi 1 (satu) kilogram atau melebihi 5 (lima) batang pohon atau dalam bentuk bukan tanaman beratnya 5 (lima) gram, pelaku dipidana dengan pidana mati, pidana penjara seumur hidup, atau pidana penjara paling singkat 6 (enam) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).

Pasal 115

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hokum membawa, mengirim, mengangkut, atau mentransito Narkotika Golongan I, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 4 (empat) tahun dan paling lama 12 (dua belas) tahun dan pidana denda paling sedikit Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah) dan paling banyak Rp8.000.000.000,00 (delapan miliar rupiah).
2) Dalam hal perbuatan membawa, mengirim, mengangkut, atau mentransito Narkotika Golongan I sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam bentuk tanaman beratnya melebihi 1 (satu) kilogram atau melebihi 5 (lima) batang pohon beratnya melebihi 5 (lima) gram, pelaku dipidana dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).

Pasal 116

1) Setiap orang yang tanpa hak atau melawan hokum menggunakan Narkotika Golongan I terhadap orang lain atau memberikan Narkotika Golongan I untuk digunakan orang lain, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun dan pidana denda paling sedikit Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).

2) Dalam hal penggunaan narkotika terhadap orang lain atau pemberian Narkotika Golongan I untuk digunakan orang lain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan orang lain mati atau cacat permanen, pelaku dipidana dengan pidana mati, pidana penjara seumur hidup, atau pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana denda maksimum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditambah 1/3 (sepertiga).