

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, Perkrindo belum bisa melakukan komunikasi mengenai manfaat kesehatan yang didapatkan ketika mengonsumsi kratom, dikarenakan pemerintah belum memberi izin untuk mengklaim bahwa kratom bisa menyembuhkan penyakit, hal ini dikarenakan pemerintah belum menyetujui penelitian dan uji klinis yang sudah ada dari kratom, berbeda dengan beberapa negara Malaysia dan Thailand yang sudah membuat peraturan mengenai kratom sehingga kratom di negara tersebut jelas manfaat dan penggunaannya seperti apa serta efek yang didapatkannya seperti apa.

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