

Pengaruh Narasi Instagram @divisihumaspolri Terhadap Kesadaran Gen Z Tentang Penedaran Narkoba

Nabila Ardelia Ghaisany¹

¹) Institut Komunikasi dan Bisnis the London School of Public Relations
e-mail: nabilaardelia07@gmail.com¹

Article History

Received: 6/4/2025

Revised: 15/4/2025

Accepted: 26/4/2025

Kata Kunci: *Instagram Naration, Gen Z, Drug Trafficking, Social Media, Digital Communication.*

Abstract: *In the era of the Industrial Revolution 5.0, the use of social media, especially Instagram, is important in disseminating information and increasing public awareness, especially for Gen Z regarding social issues such as drug trafficking. This study aims to determine the extent to which the narrative delivered through the @divisihumaspolri Instagram account can influence Gen Z's awareness of drug trafficking. This research uses quantitative methods by distributing questionnaires to 100 respondents who are Gen Z followers of the @divisihumaspolri Instagram account. The data obtained was analyzed using regression and correlation analysis with SPSS software. The results showed that there was a significant influence of the @divisihumaspolri Instagram narrative on Gen Z awareness of drug trafficking, with the results of a high correlation coefficient (0.947) indicating a very strong relationship between the @divisihumaspolri Instagram narrative and Gen Z awareness of drug trafficking, then with a coefficient of determination of 89.7%. Respondents rated the narrative as very clear, complete, credible, educative, and visually appealing. This finding is in line with the Uses and Gratification theory as well as previous research that emphasizes the active role of audiences in choosing media and the importance of Instagram as an effective medium in anti-drug campaigns. This shows that social media can be an effective tool to raise public awareness, especially Gen Z about drug trafficking. Therefore, a more interactive and educative communication strategy needs to be implemented to achieve more optimal results.*

PENDAHULUAN

Pada era Revolusi Industri 5.0, dunia mengalami perubahan besar yang ditandai dengan kolaborasi antara manusia dan teknologi cerdas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi publik. Revolusi ini tidak hanya menekankan efisiensi dan produktivitas industri, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan, keberlanjutan, dan kesejahteraan sosial.

Dalam konteks ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi hampir seluruh lini kehidupan masyarakat, mulai dari bisnis, pendidikan, hingga interaksi sosial sehari-hari. Transformasi digital yang terjadi membuka peluang baru bagi individu maupun organisasi untuk menyebarluaskan informasi secara cepat, luas, dan efektif.

Salah satu perkembangan paling signifikan dalam era digital adalah kemunculan media sosial, yang kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk terhubung, berkomunikasi, serta berbagi berbagai bentuk konten secara instan dan global. Menurut data We Are Social tahun 2024, Instagram merupakan platform media sosial terbesar kedua di Indonesia dengan tingkat penetrasi pengguna yang sangat tinggi, yaitu mencapai 85,3% dari total pengguna media sosial di tanah air. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai saluran komunikasi publik yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan sosial.

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial, termasuk Instagram. Karakteristik Gen Z yang melek teknologi, kritis, dan responsif terhadap isu-isu sosial menjadikan mereka target utama dalam berbagai kampanye informasi, baik yang bersifat edukatif maupun preventif. Salah satu isu krusial yang tengah dihadapi oleh generasi muda saat ini adalah penyalahgunaan dan pengedaran narkoba. Berdasarkan data dari Badan Narkotika Nasional (BNN) tahun 2024, mayoritas pengguna narkoba di Indonesia berasal dari kalangan generasi muda, termasuk Gen Z. Fenomena ini menjadi tantangan serius bagi pemerintah dan masyarakat dalam upaya pencegahan serta penanggulangan peredaran narkoba di lingkungan anak muda.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Polri melalui akun Instagram @divisihumaspolri memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik untuk menyampaikan berbagai informasi, termasuk kampanye anti-narkoba. Akun ini secara aktif membangun narasi yang informatif, edukatif, dan persuasif guna meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya Gen Z, terhadap bahaya penyalahgunaan dan pengedaran narkoba. Narasi yang dibangun tidak hanya berfokus pada penyampaian fakta dan data, tetapi juga menggunakan pendekatan visual yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta interaksi yang responsif dengan para pengikutnya. Strategi komunikasi ini diharapkan mampu membentuk opini publik dan mendorong perubahan perilaku yang lebih positif di kalangan generasi muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana narasi yang dibangun oleh akun Instagram @divisihumaspolri dapat mempengaruhi tingkat kesadaran Gen Z terhadap bahaya pengedaran narkoba. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Gen Z yang merupakan pengikut akun tersebut, penelitian ini menganalisis hubungan antara kualitas narasi yang disampaikan dengan tingkat pemahaman dan kesadaran responden mengenai isu narkoba. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari narasi Instagram @divisihumaspolri terhadap kesadaran Gen Z tentang pengedaran narkoba, dengan koefisien korelasi yang sangat tinggi (0,947) dan koefisien determinasi sebesar 89,7%. Artinya, narasi yang dibangun oleh akun tersebut mampu memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan Gen Z terkait bahaya narkoba.

Selain itu, responden menilai bahwa narasi yang disampaikan oleh @divisihumaspolri sangat jelas, kredibel, edukatif, dan menarik dari segi visual. Hal ini sejalan dengan teori Uses and Gratification yang menekankan peran aktif audiens dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Instagram dinilai sebagai media yang efektif dalam menyampaikan kampanye anti-narkoba karena mampu memadukan konten informatif dengan

visualisasi yang menarik dan interaktif. Temuan ini juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial, khususnya di kalangan generasi muda.

Dengan demikian, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, oleh institusi pemerintah seperti Polri terbukti memiliki dampak positif dalam upaya pencegahan dan penanggulangan peredaran narkoba di kalangan Gen Z. Namun, agar hasil yang dicapai dapat lebih optimal, diperlukan strategi komunikasi yang lebih interaktif, edukatif, dan adaptif terhadap dinamika perilaku serta preferensi audiens muda. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan program komunikasi publik yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam mendukung kampanye anti-narkoba di Indonesia.

Kajian Teoritik

Kesadaran Diri

Kesadaran diri adalah kemampuan individu untuk memahami dirinya sendiri, termasuk pikiran, perasaan, dan perilaku, serta membedakan dirinya dari orang lain dalam konteks waktu dan situasi tertentu. Kesadaran diri penting untuk memberikan kejelasan dan pemahaman terhadap tindakan seseorang (Maharani & Mustika, 2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran diri meliputi pikiran (disadari dan tidak disadari), perasaan, motivasi, perilaku, pengetahuan, dan lingkungan sekitar (Bulechek dalam Rahayu, 2015).

Aspek kesadaran diri menurut Goleman (2018) terdiri dari:

1. Emotional self-awareness: menyadari dan memahami emosi serta dampaknya terhadap tindakan.
2. Accurate self-assessment: mengenali kelebihan dan kekurangan diri secara jujur dan terus belajar dari pengalaman.
3. Self-confidence: memiliki kepercayaan diri yang kuat untuk bertindak dan mengambil keputusan meskipun dalam situasi sulit.

Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997-2012, yang tumbuh dalam era kemajuan teknologi dan informasi yang pesat. Mereka dikenal intuitif terhadap teknologi, selalu terhubung dengan internet, dan memiliki karakteristik unik seperti kolaboratif, multitasking, kreatif, percaya pada kesetaraan, dan realistis (Dimock, 2019; Seemiller & Grace, 2016). Peran Generasi Z dalam media sosial sangat aktif, kreatif, dan sering menjadi konten kreator. Mereka juga menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengadvokasi isu sosial dan politik, memicu perubahan sosial melalui kampanye digital (Lestari & Dwijayanti, 2020; Kholis, 2021).

Narkoba

Narkotika adalah senyawa yang dapat menimbulkan ketergantungan dan gangguan fisik maupun psikologis. Penyalahgunaan narkoba telah menyebar luas tanpa memandang usia, status sosial, atau gender (Wardani & Sulistyowati, 2020). Dampak fisik meliputi kerusakan organ vital dan gangguan fungsi kognitif, sedangkan dampak psikologis termasuk depresi, kecemasan, dan gangguan jiwa berat (Handoyo, 2023). Penanganan narkoba harus dilakukan secara komprehensif dengan melibatkan keluarga, masyarakat, dan pendekatan rehabilitasi yang mengintegrasikan terapi medis, psikologis, dan sosial (Wijaya, 2022; Kusuma, 2024). Perkembangan teknologi juga

mempengaruhi peredaran narkoba yang kini banyak melalui platform digital, sehingga diperlukan kolaborasi antara aparat penegak hukum, ahli teknologi, dan masyarakat untuk pencegahan (Wardani & Sulistyowati, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Tipe dan Sumber Data

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik, yang menekankan pada pengukuran yang objektif, rasional, dan empiris menggunakan data numerik serta analisis statistik (Sugiyono, 2017; Creswell & Creswell, 2023). Penelitian ini bersifat eksplanatif, bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara narasi Instagram @divisihumaspolri sebagai variabel independen dan kesadaran Generasi Z terhadap pengedaran narkoba sebagai variabel dependen. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan perangkat lunak statistik SPSS untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan Google Forms kepada pengikut Instagram @divisihumaspolri yang termasuk dalam Generasi Z. Kuesioner tersebut menggunakan skala semantic differential, yaitu skala bipolar yang mengukur sikap responden terhadap narasi dengan rentang angka 1 hingga 9, memberikan titik netral di tengah untuk menangkap nuansa emosional dan persepsi secara lebih akurat (Osgood et al., 1957; Azwar, 2022; Suryanto & Marlina, 2023). Selain itu, data sekunder juga digunakan sebagai pelengkap, berupa literatur, artikel, dan sumber terpercaya lainnya untuk mendukung analisis dan interpretasi data.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji statistik seperti analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel, analisis regresi linier sederhana untuk memprediksi pengaruh narasi Instagram terhadap kesadaran Gen Z, serta uji t untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017; Ghozali, 2018). Koefisien determinasi (R^2) juga digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi kesadaran Gen Z yang dapat dijelaskan oleh narasi Instagram tersebut. Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) untuk menentukan apakah pengaruh yang ditemukan signifikan secara statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh pengikut atau followers Instagram @divisihumaspolri yang berjumlah sekitar 1.200.000 orang per 24 Oktober 2024, dengan fokus pada kelompok Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki ciri dan sifat tertentu yang telah ditentukan untuk dianalisis. Pengambilan populasi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh narasi yang disampaikan melalui akun Instagram @divisihumaspolri terhadap kesadaran Generasi Z mengenai pengedaran narkoba. Karena populasi yang memenuhi kriteria tersebut tidak dapat diketahui secara pasti, maka digunakan metode purposive sampling untuk memilih sampel yang relevan.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Cochran untuk menghitung jumlah responden yang diperlukan dengan tingkat keyakinan 95% ($z = 1,96$), peluang benar dan salah masing-masing 50%, serta margin of error sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sampel ini dipilih secara purposive, yaitu dengan

kriteria khusus sebagai pengikut Instagram @divisihumaspolri yang termasuk dalam Generasi Z. Dengan demikian, sampel yang diambil diharapkan dapat mewakili populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang valid mengenai pengaruh narasi Instagram terhadap kesadaran narkoba di kalangan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

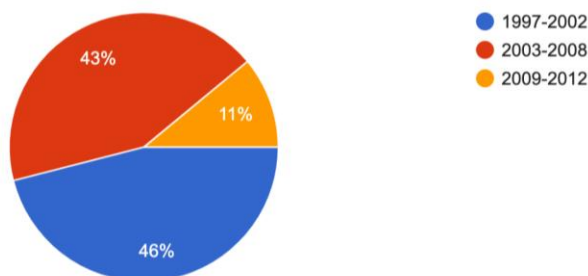
Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara digital menggunakan platform Google Forms yang disebarakan kepada Generasi Z yang mengikuti akun Instagram @divisihumaspolri.

Tabel 1- Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

		Tahun Kelahiran			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1997-2002	46	46.0	46.0	46.0
	2003-2008	43	43.0	43.0	89.0
	2009-2012	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: dari Olah Data Peneliti, 2025

Tahun Kelahiran
100 responses



Sumber: dari Olah Data Peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel dan gambar di atas dari hasil data responden berdasarkan tahun kelahiran diketahui sebanyak 100 responden dengan mayoritas responden merupakan kelahiran tahun 1997-2002 sebanyak 46% atau 46 orang dan kelahiran tahun 2003-2008 sebanyak 43% atau 43 orang. Sementara itu, hanya 11% atau 11 orang responden yang merupakan kelahiran tahun 2009-2012.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan taraf signifikansi 5% dan nilai r tabel sebesar 0,197.

Tabel 2 - Hasil Uji Validitas Variabel (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	59.42	72.509	.729	.920
X.2	60.03	71.464	.742	.919
X.3	60.19	70.782	.741	.919
X.4	59.88	69.440	.771	.917
X.5	60.28	71.981	.730	.920
X.6	59.64	73.263	.719	.920
X.7	60.00	70.303	.749	.919
X.8	60.27	74.502	.710	.921
X.9	59.73	73.027	.736	.919

Variabel pertama yaitu Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) terdiri dari 9 item butir pertanyaan yang diberi kode X1 hingga X9. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation untuk variabel X menunjukkan hasil yang sangat memuaskan dengan rentang antara 0.710 hingga 0.771. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa setiap item memiliki korelasi yang kuat dengan total skor variabel, sehingga dapat dinyatakan valid karena melebihi batas minimum validitas sebesar 0.3.

Berikut hasil uji validitas variabel (Y):

Tabel 3 – Pengujian Validitas Variabel Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	37.71	23.036	.759	.830
Y.2	37.03	26.292	.643	.852
Y.3	37.66	26.206	.575	.862
Y.4	37.95	25.725	.623	.854
Y.5	37.60	24.081	.696	.842
Y.6	37.75	24.614	.714	.839

Variabel kedua dalam penelitian ini adalah Kesadaran Gen Z Tentang Peredaran Narkoba (Y) yang terdiri dari 6 item butir pertanyaan dengan kode Y1 hingga Y6. Hasil uji validitas untuk variabel Y menunjukkan nilai Corrected Item-Total Correlation untuk variabel Y juga menunjukkan hasil yang sangat baik dengan rentang antara 0.575 hingga 0.759, dimana semua item memiliki korelasi yang kuat dengan total skor variabel dan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji Cronbach Alpha digunakan untuk memeriksa reliabilitas kedua variabel. Alat penelitian yang reliabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih tinggi dari 0,60.

Berikut hasil uji reliabilitas variabel Tagline (X):

Tabel 4 – Pengujian Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	9

Berikut hasil uji reliabilitas variabel Minat Beli (Y):

Tabel 5 – Pengujian Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	6

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) dengan nilai Cronbach Alpha 0,928 dan variabel Kesadaran Gen Z Tentang Penedaran Narkoba (Y) dengan nilai 0,869, keduanya lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel tersebut. Selain itu, hasil uji validitas dan reliabilitas secara keseluruhan mengonfirmasi bahwa semua item pertanyaan valid dan instrumen memiliki kualitas yang sangat baik, sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 6 – Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90329952
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.056
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.161 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,161 > 0,025$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian sudah berdistribusi normal.

Hasil Analisis Korelasi

Tabel 7 – Pengujian Korelasi
Correlations

		NARASI INSTAGRAM	KESADARAN GEN Z
NARASI INSTAGRAM	Pearson Correlation	1	.947**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
KESADARAN GEN Z	Pearson Correlation	.947**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan data pada tabel, koefisien korelasi antara variabel Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) dan variabel Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba (Y) adalah sebesar 0,947. Nilai koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangatlah tinggi dan positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) akan diikuti dengan peningkatan Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba (Y). Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut adalah signifikan.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 8 – Pengujian Regresi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.326	1.378		3.864 .000
	NARASI INSTAGRAM	.590	.020	.947	29.168 .000

a. Dependent Variable: KESADARAN GEN Z

Berikut ini adalah persamaan regresi linier dasar yang dapat dibuat menggunakan data dalam tabel:
 $Y = 5,326 + 0,590X$

Keterangan:

- Konstanta (a) = 5,326, artinya jika skor Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) adalah 0, maka estimasi prediksi skor Kesadaran Gen Z Tentang Penedaran Narkoba (Y) adalah 5,326.
- Koefisien regresi (b) = 0,590, artinya setiap peningkatan skor Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) sebesar satu unit akan meningkatkan estimasi prediksi skor Kesadaran Gen Z Tentang Penedaran Narkoba (Y) sebesar 0,590 unit.

Pengujian Beda

Tabel 9 – Pengujian beda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.326	1.378		3.864 .000
	NARASI INSTAGRAM	.590	.020	.947	29.168 .000

a. Dependent Variable: KESADARAN GEN Z

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 29,168 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kesadaran Gen Z Tentang Penedaran Narkoba (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11 – Pengujian Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.897	.896	1.913

a. Predictors: (Constant), NARASI INSTAGRAM

b. Dependent Variable: KESADARAN GEN Z

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,897 atau 89,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 89,7% variasi dalam variabel Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Narasi Instagram @divisihumaspolri (X). Dengan kata lain, besarnya pengaruh Narasi Instagram @divisihumaspolri (X) terhadap Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba (Y) adalah sebesar 89,7%, sedangkan sisanya sebesar 10,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa narasi Instagram @divisihumaspolri memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran Generasi Z mengenai pengedaran narkoba, dengan kontribusi mencapai 89,7 persen berdasarkan data dari 100 responden. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa akun Instagram sebagai media edukasi efektif dalam meningkatkan kesadaran akan bahaya narkoba. Analisis deskriptif memperlihatkan bahwa konten yang disajikan oleh @divisihumaspolri dinilai sangat relevan, menarik, dan efektif oleh audiens Gen Z, yang tercermin dari nilai rata-rata indikator di atas 7.

Meskipun pemahaman Gen Z terhadap isu pengedaran narkoba cukup baik, penelitian menemukan bahwa kesadaran emosional dan dorongan untuk bertindak masih perlu ditingkatkan. Hal ini menunjukkan bahwa konten edukatif yang informatif belum sepenuhnya mampu membangkitkan empati dan motivasi tindakan di kalangan Gen Z. Oleh karena itu, diperlukan strategi penyajian narasi yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu menggerakkan aspek afektif dan konatif agar kesadaran ini berujung pada tindakan nyata dalam pencegahan narkoba.

Temuan penelitian ini mendukung teori Uses and Gratification yang menyatakan bahwa audiens aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasinya, di mana Gen Z secara aktif mengikuti akun @divisihumaspolri untuk mendapatkan informasi terkait narkoba. Koefisien korelasi yang tinggi (0,947) menguatkan hubungan erat antara narasi Instagram tersebut dengan kesadaran Gen Z, sekaligus memperkuat temuan penelitian lain yang menilai Instagram sebagai media kampanye pencegahan narkoba yang efektif. Secara keseluruhan, pemanfaatan Instagram oleh Divisi Humas Polri terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman Generasi Z tentang bahaya pengedaran narkoba, yang sangat penting dalam upaya pencegahan penyalahgunaan narkoba di kalangan generasi muda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang berjudul “Pengaruh Narasi Instagram @divisihumaspolri Terhadap Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba” maka

dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian menunjukkan bahwa narasi Instagram @divisihumaspolri memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kesadaran Gen Z tentang pengedaran narkoba.
2. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,897, atau 89,7%, menunjukkan bahwa narasi Instagram @divisihumaspolri memiliki pengaruh sebesar 89,7 persen terhadap kesadaran Gen Z tentang pengedaran narkoba. Dengan kata lain, besarnya pengaruh Narasi Instagram @divisihumaspolri terhadap variabel Kesadaran Gen Z Tentang Pengedaran Narkoba adalah 89,7%, dan variabel lain diluar penelitian ini memengaruhi 10,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifa, N. (2022). "Tantangan Media Sosial: Perundungan di Dunia Maya dan Penyebaran Berita Tidak benar," *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(2), 123-135.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Aulia Fadhilah Hana, Wulandari, S. H., Hasan, B. M., & Fantini, E. (2023). "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Komunikasi Secara Langsung Pada Generasi Z di Jakarta Selatan," *Discourse: Indonesian Journal of Social Studies And Education*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.69875/djosse.v1i1.65>
- Azwar, S. (2022). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bareskrim Polri. (2024). "Laporan Statistik Kasus Peredaran Narkoba. Emp Pusiknas Bareskrim Polri," tersedia di (https://pusiknas.polri.go.id/detail_artikel/untuk_para_bandar_dan_pengedar_narkoba,_bnn:_jangan_main-main_dengan_negara)
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2019). *Analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Choudhury, A., & Kapoor, S. (2022). "Measuring Affective Responses to Brand Communications: Application of Semantic Differential Scales in Marketing Research," *Journal of Brand Management*, 29(1), 52-67.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.)*. London: SAGE Publications.
- Diamond, L. (2023). "Instagram Content Strategy: Building Engagement and Presence," *Social Media Journal*, 8(3), 78-90.
- Dimock, M. (2019). "Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. Pew Research Center," Retrieved from (<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/defining-generations-where-millennials-end-and-generation-z-begins/>)
- Divisi Humas Polri (2024). "Instagram Divisi Humas Polri: September 2024," Retrieved from (<https://www.instagram.com/divisihumaspolri?igsh=MWxjeHM0d3dvZmJ2Zw==>)
- Divisi Humas Polri (2025). "Instagram Divisi Humas Polri Pengedaran Narkoba: Januari 2025," Retrieved from (<https://www.instagram.com/divisihumaspolri?igsh=MWxjeHM0d3dvZmJ2Zw==>)
- Humas BNN (2019). "Pengertian Narkoba dan Bahaya Narkoba Bagi Kesehatan," *Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia*. Tersedia di (<https://bnn.go.id/pengertian-narkoba-dan-bahaya-narkoba-bagi-kesehatan>)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goleman, D. (2018). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. London: Bantam

Books.

- Handayani, S. (2021). "Peran Divisi Humas Polri Dalam Membangun Komunikasi Publik," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 78-90.
- Haryono, S. (2019). *Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Depok: Luxima Metro Media.
- Hatami Zade, A., Hosseini, S. B., Mofidi Shemirani, S. M., & Faizi, M. (2022). "The Role of Implicit Characteristics of Materials in Spatial Quality Perception Using Semantic Differential," *Journal of Applied Sciences*, 12(4), 1890.
- Hidayat, M., Ahmad, F., & Putri, S. (2024). "Memahami Kesadaran Digital Gen Z Dalam Konteks Isu Sosial Kontemporer," *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(1), 45-58.
- Hidayat, R., Susanto, A., & Pratiwi, D. (2024). "Pengaruh Narasi Media Sosial Terhadap Kesadaran Masyarakat," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1-15.
- Higashihara, K. (2021). *The development of Industry 5.0: Integrating technology and social activities*. In Ruskandi, A., Pratama, A., & Asri, R. (Eds.), *Innovations in Industry 5.0* (pp. 45-60). Jakarta: Penerbit Universitas.
- Ibrahim, M., & Irwansyah, A. (2022). "Generasi Z dan Peran Teknologi Dalam Kehidupan Sehari-Hari," *Jurnal Sosial dan Budaya*, 8(3), 201-215.
- Jaakonmaki, R., Kallio, J., & Kallio, M. (2017). "Engagement Rate in Social Media: A Comparative Study," *International Journal of Social Media Research*, 5(1), 34-50.
- Johnson, K., & Smith, L. (2023). "Key Factors in Social Media Strategy Success," *Journal of Marketing Research*, 22(4), 456-470.
- Kholis, M. (2021). "Generation Z and Social Media Activism: A New Era of Engagement," *Journal of Youth Studies*, 24(5), 678-692.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. London: Pearson.
- Kriyantono, R. (2020). "Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif," Jakarta: Prenada Media.
- Kuncoro, M. (2020). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi (5th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). "Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Kusuma, A. (2024). "Modern Approaches to Drug Rehabilitation: Integrating Medical and Social Aspects," *Journal of Substance Abuse Treatment*, 45(1), 12-25.
- Lee, S. Y., Hansen, S. S., & Lee, J. K. (2020). "What Makes Us Click "Like" On Social Media? Examining Psychological, Technological, And Motivational Factors on Virtual Endorsement," *Computer Communications*, 73(2), 332-341.
- Lestari, D., & Dwijayanti, R. (2020). "The Role of Generation Z in Social Media: Creators and Activists," *Journal of Digital Communication*, 11(2), 100-115.
- Maharani, L., & Mustika, M. (2016). "Hubungan Self Awareness Dengan Kedisiplinan Peserta Didik Kelas VIII Di SMP Wiyatama Bandar Lampung (Penelitian Korelasional Bidang Bk Pribadi)," *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, Vol. 3(No. 1), 20.
- Mardiana. (2018). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Tingkat Pidana Narkotika di Sulawesi Tenggara," *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 101-107. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik>
- Miles, S. (2019). "Strategies for Active Engagement on Instagram," *Social Media Marketing Review*, 7(2), 45-60.
- Miles, S. (2021). "The Growth of Instagram: Trends and Predictions," *Journal of Social Media*

- Studies*, 9(1), 23-35.
- NapoleonCat. (2024). "Instagram Statistics in Indonesia: January 2024," Retrieved from (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia>)
- Nugroho, A. (2021). "The Impact of Social Media on Narrative Construction," *Journal of Communication Studies*, 15(4), 200-215.
- Nugroho, A. (2023). "Sejarah dan Perkembangan Internet: Dari ARPANET Hingga Era Digital," *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(1), 15-30.
- Nurudin, M. (2020). "Instagram as a Visual Communication Platform," *Journal of Visual Communication*, 12(3), 150-165.
- Noordiono, A. (2016). "Karakter Generasi Z dan Proses Pembelajaran Pada Program Studi Akuntansi," (*Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga*).
- Permatasari, A., & Wulandari, A. (2020). "Konten Kreatif Instagram Sebagai Media Komunikasi Online," *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 112-128.
- Pradana, R. (2023). "Era digital dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Manusia," *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 45-60.
- Pratiwi, S. (2023). "The Dynamics of Narrative in Social Media," *Journal of Digital Narratives*, 6(2), 45-60.
- Prayudi, A. (2022). "Narkotika dan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Kesehatan*, 9(1), 101-115.
- Purwanto, A., & Meilinda, R. (2023). "Keterlibatan Publik Melalui Media Sosial: Studi kasus Divisi Humas Polri," *Jurnal Administrasi Publik*, 14(2), 88-102.
- Puspita, A., & Irwansyah, M. (2022). "Penggunaan Media Sosial dalam Edukasi Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba di Kalangan Generasi Z," *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 45-58.
- Qadir, M., & Ramli, M. (2024). "Evolusi Media Sosial: Dari Six Degrees hingga TikTok," *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(1), 34-50.
- Rahman, F., & Sulistyorini. (2020). *Dasar-Dasar Narasi Digital: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rahman, A. (2021). "Factors Influencing Drug Abuse: A Comprehensive Study," *Journal of Substance Use*, 18(3), 150-165.
- Rahayu, S. (2015). "Self-Awareness and Its Impact on Behavior," *Journal of Psychology*, 10(2), 75-90.
- Ratnasari, D., & Widiastuti, R. (2023). "Strategi komunikasi untuk Gen Z: Menggunakan Media Sosial Sebagai Alat Edukasi," *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 7(2), 150-165.
- Ramadhan, R. R., & Rochim, M. (2022). "Hubungan Konten Instagram @infobnn_ri Dengan Kesadaran Pengikut tentang Bahaya Narkoba," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 123-135. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.3772>
- Ruggiero, T. E. (2000). "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century," *Mass Communication and Society*, 3(1), 3-37.
- Ruskandi, A., Pratama, A., & Asri, R. (2021). *Innovations in Industry 5.0*. Jakarta: Penerbit Universitas.
- Santoso, H., & Hartini, S. (2023). "Media Sosial Sebagai Ruang Ekspresi dan Kreativitas," *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 6(1), 22-35.
- Saputro, B. (2024). "Ancaman Narkoba di Kalangan Generasi Muda: Tinjauan dari Perspektif Sosial," *Jurnal Sosial dan Kesehatan*, 10(1), 55-70.

- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sukardi. (2021). *Metodologi penelitian pendidikan: Kompetensi dan praktiknya*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Suryanto, A., & Marlina, L. (2023). "Penggunaan Skala Semantic Differential Dalam Penelitian Komunikasi Digital," *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(2), 156-170.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HUMASBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Common*, 118-133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Wahyurini, G., Soemardjo, H. A., & Sumiati (2023). "Efektivitas Instagram @BNN_CEGAHNARKOBA Sebagai Media Kampanye Pencegahan Narkoba," *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, (E-ISSN: 2829-2006), 510-519. <https://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/160/132>
- Wardani, R., & Sulistyowati, A. (2020). "The Impact of Drug Abuse on Society: A Global Perspective," *International Journal of Drug Policy*, 75, 102-110.
- We Are Social. (2024). "Digital 2024: Global Overview Report," Retrieved from (<https://wearesocial.com/digital-2024>)
- Widarjono, A. (2020). *Analisis Regresi Dengan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widodo, B., & Sari, M. (2022). "Pola Penyebaran Narasi Digital Di Platform Media Sosial." *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*, 5(1), 12-28.
- Widyaningrum, D., & Kurniawan, F. (2023). "Persepsi Gen Z Terhadap Kampanye Anti-Narkoba di Media Sosial," *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 78-92.
- Wijaya, H. (2022). "Community Empowerment in Drug Prevention: a Holistic Approach," *Journal of Community Health*, 47(1), 25-40.
- Wulandari, R., Sari, D., & Prasetyo, A. (2023). "Edukasi Bahaya Narkoba Melalui Media Sosial: Peran Instagram," *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 45-60.