

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Fenomena

Penyalahgunaan narkoba di Indonesia terus menjadi ancaman serius yang tidak hanya berdampak pada aspek kesehatan, tetapi juga merusak tatanan sosial, ekonomi, dan keamanan nasional. Salah satu kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh narkoba adalah generasi muda, khususnya Gen Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan data BNN (2023), peningkatan prevalensi penyalahgunaan narkoba secara signifikan terjadi pada kelompok usia 15–24 tahun, yang secara langsung mengindikasikan perlunya strategi pencegahan yang lebih fokus dan relevan bagi kelompok usia tersebut.

Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah tidak luput dari persoalan ini. Dalam dua tahun terakhir, angka kasus penyalahgunaan narkoba di kota ini meningkat, dan Semarang tercatat sebagai kota dengan jumlah kawasan rawan narkoba terbanyak di Jawa Tengah. Selain sebagai pusat pemerintahan dan pendidikan, Semarang juga dikenal sebagai “Port of Java”, sebuah posisi strategis yang menjadikannya rawan sebagai jalur masuk distribusi narkoba dari luar negeri. Penyalahgunaan narkoba di kota ini menjadi semakin kompleks dengan modus penyelundupan yang semakin canggih dan sasarannya yang semakin mengarah pada generasi muda.

Dalam konteks ini, Humas Polda Jawa Tengah memiliki peran strategis dalam menyusun dan menyampaikan pesan-pesan publik terkait bahaya narkoba melalui berbagai strategi komunikasi. Sebagai garda terdepan dalam komunikasi publik di lingkungan kepolisian, fungsi Humas tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial. Peran ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosialisasi, kampanye edukatif, penyuluhan di sekolah-sekolah, serta produksi konten digital yang disebarakan melalui media sosial.

Namun, berdasarkan temuan lapangan dari wawancara dengan pihak Humas Polda Jateng, masih terdapat berbagai hambatan dalam pelaksanaan sosialisasi tersebut. Misalnya, kurangnya minat masyarakat terhadap kegiatan edukatif, keterbatasan

personel, serta tantangan menjangkau wilayah pelosok. Selain itu, pemahaman masyarakat terhadap narkoba, terutama Gen Z, masih bervariasi. Sebagian masih belum memahami bentuk dan jenis narkoba yang sering disalahgunakan, atau bahkan tidak menyadari bahwa obat-obatan tertentu dapat tergolong sebagai narkotika jika disalahgunakan.

Fenomena lainnya adalah adanya perubahan cara komunikasi generasi muda, yang cenderung lebih responsif terhadap media visual dan narasi personal yang menyentuh aspek emosional. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dua arah dan narasi yang menyentuh hati, seperti kisah nyata mantan pengguna atau kampanye berbasis komunitas, mulai diintegrasikan ke dalam program sosialisasi. Namun, efektivitas strategi komunikasi ini perlu terus dianalisis dan dievaluasi agar tujuan utama kampanye, yaitu menurunkan angka penyalahgunaan narkoba di kalangan Gen Z, dapat tercapai secara optimal.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa komunikasi strategis dalam konteks pencegahan narkoba bukanlah sekadar transmisi informasi, melainkan sebuah proses yang kompleks yang memerlukan segmentasi sasaran, desain pesan yang tepat, pemilihan media yang sesuai, serta kemampuan advokasi dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menggali lebih dalam bagaimana strategi komunikasi Humas Polda Jateng dirancang, diimplementasikan, serta direspons oleh publik, terutama kalangan Gen Z di Kota Semarang.

4.2 Horizontalization (Pernyataan Signifikan)

Dalam proses pengumpulan data melalui wawancara, ditemukan berbagai pernyataan signifikan dari informan yang mencerminkan pengalaman, pemahaman, serta praktik nyata di lapangan dalam melaksanakan strategi komunikasi Humas Polda Jateng terkait pencegahan narkoba. Pernyataan-pernyataan ini menjadi dasar awal dalam menyusun tema makna dari fenomena yang diamati.

Salah satu informan menyampaikan bahwa tujuan utama dari kegiatan sosialisasi adalah untuk membangun kesadaran kolektif masyarakat, khususnya generasi

muda, mengenai ancaman narkoba. Sosialisasi dilakukan tidak hanya sebagai bentuk penyampaian informasi satu arah, tetapi juga sebagai cara untuk mendorong perubahan perilaku melalui pendekatan persuasif dan humanis. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Polda Jateng menempatkan dirinya tidak semata sebagai komunikator formal, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial.

Informan juga menyoroti bahwa materi sosialisasi yang disampaikan disusun secara terpadu, dengan kolaborasi antara fungsi Humas, Resnarkoba, dan tokoh masyarakat. Mereka menyampaikan materi yang mencakup jenis-jenis narkoba, modus penyebaran, sanksi hukum, serta dampak sosial dan kesehatan. Salah satu catatan penting adalah bahwa masyarakat masih banyak yang belum memahami bahwa obat-obatan seperti tramadol dan dextro termasuk narkotika bila disalahgunakan. Hal ini menunjukkan adanya celah dalam literasi narkoba yang masih harus dijembatani oleh komunikasi strategis yang lebih adaptif.

Lebih lanjut, informan menyebutkan bahwa kampanye dilakukan melalui berbagai kanal, termasuk siaran radio, media sosial, hingga kunjungan langsung ke sekolah dan komunitas. Di sini, pendekatan segmentasi khalayak sangat ditekankan: gaya bahasa, metode penyampaian, dan pemilihan media disesuaikan dengan karakteristik audiens, terutama Gen Z yang lebih responsif terhadap media digital. Pemanfaatan konten video pendek, infografis, dan narasi berbasis pengalaman (seperti testimoni mantan pengguna) dianggap lebih efektif dalam menyentuh sisi emosional audiens.

Namun, strategi komunikasi ini tidak lepas dari tantangan. Beberapa hambatan yang dihadapi antara lain rendahnya minat masyarakat terhadap penyuluhan hukum, keterbatasan personel, serta resistensi sebagian masyarakat yang masih menganggap narkoba sebagai masalah individu, bukan masalah sosial. Untuk menjawab tantangan ini, Humas berinovasi dengan menggabungkan sosialisasi dengan kegiatan kreatif seperti mural, vlog kompetisi, dan podcast edukatif.

Penting pula dicatat bahwa kegiatan advokasi menjadi bagian penting dari strategi. Informan menjelaskan bahwa advokasi dilakukan melalui pendekatan langsung ke sekolah, pesantren, dan komunitas, dengan melibatkan tokoh lokal untuk menumbuhkan komitmen bersama. Mereka menyebutkan bahwa keberhasilan

kampanye sangat bergantung pada kemampuan menjadikan mitra eksternal sebagai bagian dari ekosistem penyebaran pesan, bukan hanya sebagai penerima informasi. Pernyataan signifikan lainnya menggarisbawahi pentingnya evaluasi. Humas Polda Jateng menggunakan pre-test dan post-test, diskusi kelompok kecil, serta monitoring media sosial untuk mengevaluasi efektivitas kampanye. Dari evaluasi ini, diperoleh data tentang pemahaman peserta, daya serap pesan, dan sentimen publik terhadap kegiatan. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menyempurnakan strategi ke depannya.

4.3 Clustering

Dari horizontalization di atas, muncul beberapa unit informasi utama yang menjadi tema-tema sentral diantaranya Tujuan dan Arah Strategi Komunikasi, Media dan Kanal Komunikasi, Pendekatan Komunikasi yang Digunakan, Hambatan dan Pelaksanaan Strategi, serta Evaluasi dan Monitoring.

4.3.1 Tujuan dan Arah Strategi Komunikasi

Salah satu tema yang muncul dengan jelas dari narasi para informan adalah bahwa strategi komunikasi yang disusun oleh Humas Polda Jawa Tengah memiliki arah yang sangat kuat pada penanaman kesadaran dan pencegahan sejak dini. Para informan menegaskan bahwa kegiatan sosialisasi dirancang untuk menanamkan nilai-nilai kesadaran hukum, menjelaskan bahaya narkoba, serta memosisikan aparat sebagai pelindung, bukan sekadar penindak.

Pernyataan seperti “tujuan utama sosialisasi kita itu bukan hanya menakut-nakuti, tapi membangun kesadaran mereka untuk menjauhi narkoba karena mereka sendiri tahu bahayanya” mencerminkan bahwa strategi komunikasi tidak hanya berbasis otoritas, tetapi juga pendekatan persuasif.

4.3.2 Media dan Kanal Komunikasi

Tema kedua yang kuat muncul adalah penggunaan media sebagai kanal strategis komunikasi publik, baik media konvensional maupun digital. Informan menjelaskan bahwa sosialisasi dilakukan melalui beberapa jalur: media massa (radio, TV lokal), penyuluhan langsung ke sekolah, serta media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok.

Menurut mereka, keberhasilan menjangkau Gen Z sangat ditentukan oleh pemilihan media yang sesuai dengan preferensi komunikasi kelompok usia tersebut. “Kita harus masuk lewat media yang mereka pakai sehari-hari. Kalau kita masih pakai brosur saja, ya enggak akan nyampe,” ujar salah satu informan. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi bersifat adaptif terhadap perubahan teknologi komunikasi.

4.3.3 Pendekatan Komunikasi yang Digunakan

Dari pernyataan informan, terlihat bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan cenderung berbasis pengalaman dan naratif. Salah satu strategi yang sering digunakan adalah mengangkat kisah nyata mantan pengguna narkoba, baik melalui video dokumenter, testimoni, maupun pembicara langsung dalam kegiatan penyuluhan.

“Kalau ceramah biasa, anak-anak cepat bosan. Tapi begitu yang ngomong itu mantan pengguna sendiri yang tobat, mereka langsung diam dan dengerin,” kata salah satu informan. Ini menandakan bahwa komunikasi persuasif yang menyentuh aspek emosional memiliki dampak lebih besar dibanding pendekatan instruksional atau formal.

4.3.4 Evaluasi dan Monitoring

Meskipun strategi telah dijalankan secara masif, sistem evaluasi belum sepenuhnya terstruktur. Informan menyebut bahwa pre-test dan post-test, serta feedback langsung dari peserta atau guru, menjadi indikator utama keberhasilan. Selain itu, mereka juga melakukan monitoring melalui interaksi media sosial, seperti jumlah like, komentar, dan share pada konten yang dipublikasikan.

Evaluasi ini masih bersifat deskriptif dan tidak seluruhnya berbasis angka kuantitatif atau sistem pelaporan formal. Namun demikian, temuan ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya umpan balik dan pengukuran efektivitas kampanye.

4.4 Deskripsi Tekstural dan Struktural

4.4.1 Deskripsi Tekstural

Deskripsi Tekstural (*“Apa yang dialami oleh para informan?”*)

Informan yang merupakan anggota Humas Polda Jawa Tengah menggambarkan bahwa strategi komunikasi untuk pencegahan penyalahgunaan narkoba pada Gen Z bukanlah pekerjaan yang mudah. Mereka mengalami langsung bagaimana dinamika generasi muda yang sangat cair, cepat berubah, dan cenderung skeptis terhadap pendekatan formal. Dalam praktiknya, kegiatan penyuluhan yang dulunya bersifat satu arah dan berskala besar kini harus dirombak menjadi bentuk komunikasi yang lebih bersifat dialogis, interaktif, dan terpersonalisasi.

Para informan mengungkapkan bahwa penyampaian pesan yang efektif harus menyentuh sisi emosional audiens. Salah satunya adalah melalui narasi kisah nyata penyintas narkoba yang memiliki daya pengaruh tinggi. Ketika audiens mendengar pengalaman pribadi mantan pengguna narkoba yang sempat mengalami keterpurukan dan kehilangan masa depan, mereka menjadi lebih fokus dan meresapi pesan yang disampaikan.

Secara teknis, media sosial dipilih sebagai kanal utama karena menjangkau audiens Gen Z yang lebih aktif di dunia digital. Namun, penyampaian melalui media digital juga membawa tantangan tersendiri. Para informan menjelaskan bahwa belum semua anggota Humas memiliki keahlian dalam membuat konten yang menarik, kreatif, dan konsisten. Meskipun demikian, mereka menyadari pentingnya untuk terus beradaptasi dengan gaya komunikasi baru dan mencoba berbagai pendekatan kreatif agar pesan antinarkoba tetap relevan.

Selain itu, dalam pelaksanaan di lapangan, mereka sering kali menghadapi kendala terkait keterbatasan sumber daya, baik personel maupun logistik. Penyuluhan ke sekolah-sekolah membutuhkan koordinasi yang baik dan waktu yang cukup, sedangkan audiens Gen Z memiliki rentang perhatian yang pendek sehingga materi harus padat, visual, dan tidak membosankan.

semua anggota Humas memiliki keahlian dalam membuat konten yang menarik, kreatif, dan konsisten. Meskipun demikian, mereka menyadari pentingnya untuk terus beradaptasi dengan gaya komunikasi baru dan mencoba berbagai pendekatan kreatif agar pesan antinarkoba tetap relevan.

Selain itu, dalam pelaksanaan di lapangan, mereka sering kali menghadapi kendala terkait keterbatasan sumber daya, baik personel maupun logistik. Penyuluhan ke sekolah-sekolah membutuhkan koordinasi yang baik dan waktu yang cukup, sedangkan audiens Gen Z memiliki rentang perhatian yang pendek sehingga materi harus padat, visual, dan tidak membosankan.

4.4.2 Deskripsi Struktural

Deskripsi Struktural (*“Bagaimana mereka mengalami fenomena tersebut?”*)

Pengalaman informan dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi dapat digambarkan sebagai sebuah proses dinamis yang penuh adaptasi. Mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai kreator pesan yang harus memahami audiensnya secara sosiologis dan psikologis. Dalam konteks Gen Z, strategi harus dikembangkan secara berbeda dibandingkan dengan pendekatan ke masyarakat umum atau generasi yang lebih tua.

Pendekatan struktural memperlihatkan bahwa strategi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari realitas sosial tempat pesan disampaikan. Informan menyampaikan bahwa Gen Z cenderung menyukai komunikasi yang cepat, padat, menghibur, dan tidak terkesan menggurui. Oleh karena itu, bentuk komunikasi seperti meme, reels, video pendek di TikTok, dan storytelling visual lebih efektif daripada poster atau ceramah konvensional.

Mereka juga mengalami realitas bahwa keberhasilan kampanye komunikasi tidak ditentukan oleh seberapa banyak materi yang disampaikan, tetapi oleh seberapa jauh pesan tersebut benar-benar diterima, diingat, dan menjadi bagian dari pertimbangan perilaku audiens. Dengan kata lain, keberhasilan strategi sangat tergantung pada kemampuan untuk membangun empati, keterhubungan, dan keterlibatan emosional dalam komunikasi.

Lebih jauh, mereka menyadari pentingnya kolaborasi sebagai bagian dari struktur komunikasi yang berkelanjutan. Kemitraan dengan sekolah, komunitas, tokoh agama, hingga influencer lokal menjadi bagian dari strategi komunikasi yang bersifat menyebar, tidak terpusat, dan berbasis komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang mereka jalankan bersifat lintas sektor, adaptif terhadap konteks lokal, dan didasarkan pada pengalaman langsung dalam menghadapi tantangan lapangan

4.5 Deskripsi Menyeluruh (*composite description*)

Dari keseluruhan pengalaman informan yang dihimpun melalui wawancara, dapat dirangkum bahwa strategi komunikasi Humas Polda Jawa Tengah dalam pencegahan penyalahgunaan narkoba di kalangan Gen Z merupakan suatu proses komunikasi publik yang bersifat dinamis, adaptif, dan terus berkembang seiring perubahan sosial dan teknologi. Strategi ini tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan menyampaikan informasi, melainkan juga oleh sensitivitas terhadap kondisi sosial, karakteristik audiens, dan efektivitas media yang digunakan.

Informan mengalami bahwa komunikasi dengan generasi muda memerlukan pendekatan yang berbeda dari penyuluhan formal konvensional. Gen Z menunjukkan karakteristik yang unik: aktif di media sosial, memiliki minat terhadap visualisasi, serta cenderung merespons narasi yang menyentuh sisi emosional atau personal. Hal ini mendorong Humas untuk mengembangkan konten edukasi yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur, singkat, dan menyentuh. Mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, melainkan juga sebagai kreator konten dan fasilitator komunikasi dua arah.

Pada saat yang sama, struktur implementasi strategi ini menunjukkan bahwa keberhasilan tidak hanya bergantung pada media atau isi pesan, tetapi juga pada cara membangun kemitraan dan advokasi lintas sektor. Informan menggambarkan bahwa keterlibatan sekolah, komunitas, tokoh masyarakat, hingga influencer lokal menjadi bagian integral dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan legitimasi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan bersifat kolaboratif, partisipatif, dan kontekstual.

Namun, realitas di lapangan juga menunjukkan bahwa strategi ini menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi internal seperti keterbatasan SDM dan keahlian digital, maupun dari sisi eksternal seperti kurangnya literasi narkoba di kalangan masyarakat dan resistensi audiens terhadap pendekatan institusional. Meski demikian, Humas Polda Jateng berusaha menjawab tantangan tersebut dengan terus berinovasi dalam pendekatan, memperkuat evaluasi, serta menjaga fleksibilitas dalam pelaksanaan program komunikasi.

Secara keseluruhan, pengalaman para informan mencerminkan bahwa strategi komunikasi pencegahan narkoba tidak dapat dilihat hanya sebagai program sosialisasi semata, tetapi sebagai bagian dari proses perubahan sosial yang memerlukan strategi adaptif, empatik, dan berbasis komunitas. Dengan memosisikan komunikasi sebagai proses yang melibatkan perasaan, makna, dan keterlibatan sosial, Humas Polda Jateng berupaya membentuk persepsi dan perilaku generasi muda agar mampu menolak narkoba dengan kesadaran penuh, bukan karena ketakutan semata.

4.6 Hambatan dan Pelaksanaan Strategi

Informan juga mengangkat beberapa hambatan utama yang mereka hadapi dalam menjalankan strategi komunikasi. Hambatan tersebut meliputi terbatasnya SDM Humas, kurangnya pelatihan dalam produksi konten digital, serta resistensi masyarakat terhadap penyuluhan hukum.

Di sisi lain, tantangan juga datang dari audiens Gen Z yang mudah bosan, memiliki perhatian pendek (*short attention span*), dan sering kali skeptis terhadap narasi institusional. “Kita kadang susah juga cari format yang pas, karena kalau kelihatan kayak penyuluhan formal, anak-anak langsung angkat HP dan enggak fokus lagi,” ujar salah satu narasumber.