

## PERAN KOMUNIKASI TOKOH AGAMA DALAM MENEKAN TINGKAT KONSUMSI MIRAS DI KALANGAN REMAJA KELURAHAN MALENDENG

Oleh:

Allen Permana

A. M. Golung

Edmon R. Kalesaran

e-mail: [allenpermana@yahoo.com](mailto:allenpermana@yahoo.com)

### Abstrak

*Penelitian ini dengan judul "Peran Komunikasi Tokoh Agama Dalam Menekan Tingkat Konsumsi Miras Di Kalangan Remaja Kelurahan Malendeng", bermaksud untuk mengkaji secara mendalam tentang bagaimana peran komunikasi tokoh agama dalam menekan tingkat konsumsi miras di kalangan remaja kelurahan malendeng.*

*Penelitian ini menggunakan teori kredibilitas sumber dengan pendekatan metode penelitian kualitatif. Hasil yang diperoleh bahwa pengaruh minuman keras pada masyarakat Kelurahan Malendeng cukup signifikan, ditandai dengan seringnya kelompok remaja dan masyarakat yang duduk nongkrong sambil mengkonsumsi minuman keras yang mengakibatkan sering terjadinya kekacauan.*

*Dengan hasil penelitian seperti itu maka penulis sarankan: Sebaiknya upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras perlu melibatkan penggunaan berbagai media komunikasi dan juga perlu di tingkatkan koordinasi dalam bentuk pertemuan antara masyarakat, tokoh agama, pemerintah dan pihak berwajib kepolisian guna menekan tingkat konsumsi minuman keras di kalangan remaja.*

*Kata Kunci : Peran komunikasi, tokoh agama, menekan tingkat konsumsi miras, remaja*

### Abstract

*Introduction: This study titled The Role of Religious Leaders in Communications Pressing Alcohol Consumption Among Adolescents In Malendeng village, intends to examine in depth about how the role of religious leaders in the communications reduce the level of alcohol consumption among teenagers Malendeng village. Methods: This study used the theory of source credibility and qualitative research methods. Results: that the influence of liquor at the village community Malendeng significantly, marked by frequent groups of teenagers and people who sat hang out while consuming liquor resulting in frequent occurrence of chaos. Suggestion: Should efforts to push the level of alcohol consumption need to use a variety of advanced communications and media should be improved coordination in the form of meetings between communities, religious leaders, government and police authorities in order to reduce the level of alcohol consumption among adolescents.*

*Keywords: communication Role of religious leaders in suppressing the level of alcohol consumption among teenagers*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Sekarang ini banyak sekali terjadi penyimpangan atau kenakalan-kenakalan remaja yang meresahkan masyarakat. Pada dasarnya hal itu bukan merupakan peristiwa *herediter* (bawaan sejak lahir, warisan) dan juga bukan merupakan warisan biologis. Tingkah laku menyimpang itu bisa dilakukan oleh siapa pun juga, baik pria maupun wanita. Hal ini juga dapat terjadi pada usia anak, dewasa atau pun lanjut usia. Tindakan menyimpang bisa dilakukan secara sadar, yaitu dipikirkan, direncanakan dan diarahkan

pada satu maksud tertentu secara sadar benar. Misalnya didorong oleh impuls-impuls yang hebat didera oleh dorongan-dorongan paksaan yang sangat kuat (kompulsi-kompulsi) dan oleh obsesi-obsesi. Penyimpangan atau pun kenakalan di kalangan remaja bisa juga dilakukan secara tidak sadar benar. Misalnya karena sedang menghadapi masalah yang sangat berat seseorang dengan mudah terpengaruh temannya untuk mengkonsumsi obat-obatan terlarang atau minuman keras.

Minuman keras saat ini merupakan permasalahan yang cukup berkembang di dunia remaja dan menunjukkan kecenderungan yang meningkat dari tahun ketahun yang akibatnya dirasakan dalam bentuk kenakalan-kenakalan perkuliahian, munculnya geng-geng remaja, perbuatan asusila, dan maraknya premanisme pada kalangan remaja. Kebiasaan meminum alkohol dan generasi muda telah banyak dibicarakan oleh para ahli dari berbagai dunia. Harapan para remaja agar dapat dianggap dewasa oleh lingkungan sekitarnya perlu mendapat perhatian yang serius. Remaja merupakan generasi penerus bangsa yang memiliki potensi untuk berkembang sesuai dengan harapan masyarakat.

Pengaruh teman, lingkungan maupun didalam keluarga menjadi faktor yang penting pada remaja untuk memulai kecanduaan minuman beralkohol. Memulai meminum minuman beralkohol merupakan hasil dari proses pengaruh buruk sosial, di mana orang yang bukan peminum ketika berhubungan dengan pemabuk (pecandu alkohol) akan mengakibatkan rasa ketertarikan untuk mencoba meminum minuman beralkohol tersebut. Remaja perlu untuk memiliki nilai yang tepat bagaimana mereka seharusnya berperilaku.

Umumnya orang awam berpendapat bahwa alkohol merupakan suatu stimulan, padahal sesungguhnya alkohol merupakan racun protoplasmik yang mempunyai efek depresen pada sistem syaraf. Akibatnya, seorang pemabuk semakin kurang kemampuannya mengendalikan diri, baik secara fisik, psikologis maupun sosial. Soerjono Soekanto, (2005 : 376).

Minuman keras dalam perkembangannya memiliki jaringan-jaringan yang lebih luas. Jaringan-jaringan ini biasanya terbentuk di berbagai lokasi, di berbagai daerah yang dimungkinkan mudah untuk melakukan peredaran dan mudah untuk mendapatkan konsumen. Salah satu daerah yang dianggap rawan untuk peredaran minuman keras di Kecamatan paal dua adalah Kelurahan Malendeng.

Kemudahan akses inilah yang mengakibatkan remaja di kelurahan tersebut jadi sangat mudah untuk mengkonsumsi minuman keras, parahnya lagi di kelurahan ini minuman keras tidak hanya mudah di dapatkan tapi juga sangat murah. Sebut saja minuman keras dengan label "Cap Tikus" yang harganya berkisar Rp.18.000 per 600ml di gunakan untuk 3 orang saja bisa memabukkan. Oleh karena itu, harus segera diadakan langkah konstruktif untuk membasmi atau setidaknya meminimalisasi kebiasaan minum minuman keras di kalangan remaja yang mengakibatkan deviasi-deviasi sebagaimana telah disebutkan.

Salah satu langkah atau upaya menekan tingkat konsumsi miras pada kalangan remaja adalah dengan mengoptimalkan peranan tokoh agama, dalam memberikan pesan agar tidak mengkonsumsi minuman keras tersebut. Dimana tokoh agama merupakan panutan masyarakat yang bisa didengar dan dihormati akan tingkah laku serta himbauan akan bahaya dari minuman keras tersebut. Namun dengan perkembangan masyarakat saat ini yang semakin demokratis, yang memiliki pemahaman-pemahaman sendiri dalam kehidupan termasuk gaya hidup, tentunya akan menjadi sebuah hambatan bagi tokoh agama dalam upaya memberikan pencerahan bagi remaja yang sudah mulai terkena

imbias pergaulan dengan miras tersebut. melalui penelitian ini akan dikaji secara mendalam bagaimana cara berkomunikasi tokoh agama dalam menekan konsumsi miras pada remaja, secara keseluruhan dari aspek proses komunikasi sampai pada media komunikasi yang digunakan. Menjadi sebuah tantangan bagi tokoh agama yang berada di kelurahan Malendeng dalam upaya memerangi bahaya minuman keras tersebut.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran komunikasi tokoh agama dalam menekan tingkat konsumsi miras di kalangan remaja kelurahan malendeng.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian Ini Yaitu Untuk Mengetahui Peran Komunikasi Tokoh Agama Dalam Menekan Tingkat Konsumsi Miras Di Kalangan Remaja Kelurahan Malendeng.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI**

### **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap masyarakat manusia, baik yang primitif maupun yang modern, berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu – individu lainnya sehingga meningkatkan kesempatan individu itu untuk tetap hidup. Rakhmat,( 1998:1). Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama Mulyana (2005:4).

### **Unsur-unsur Komunikasi**

Komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

*Sumber*, Semua peristiwa komunikasi akan melihatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim inormasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

*Pesan*, Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *massage*, *content* atau *informasi* Hafied Cangara (2008:22-24).

*Media*, Media adalah alat sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pesan-pesan yang diterima pancaindra selanjutnya

diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan biasanya digunakan media massa Hafied Cangara (2008:123-126).

*Penerima*, Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber.

*Pengaruh atau efek*, Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan Hafied Cangara (2008:22-27).

### **Komunikasi Antarpribadi**

Littlejohn (dalam Suranto aw, 2011:3) memberikan definisi komunikasi antarpribadi (*Interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M.Hardjana (dalam Suranto Aw, 2011:3) mengatakan, komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

### **Pengertian Miras**

Minuman keras adalah berbagai macam jenis minuman beralkohol mengandung ethanol (*ethyl alcohol*). (Joewana, 2001 : 9) Contohnya : bir, anggur, brandy, wiski, vodka, arak, tual dan lain-lain. Masalah yang timbul dari tingkah laku orang mabuk alkohol akanditinjau secara sosiologis, karena tinjauan yang dipakai dalam penelitian ini adalah tinjauansosiologis yang berkaitan dengan masalah ini. Alkohol menekan kerja otak (depresansia). Setelah diminum, alkohol diserap oleh tubuh dan masuk ke dalam pembuluh darah. Alkohol dapat menyebabkan mabuk, jalan sempoyongan, bicara cadel, kekerasan atau perbuatan merusak, ketidakmampuan belajardan lain-lain. (Joewana, dkk :13) Telaah terhadap tingkah laku orang mabuk akan dilandaskan pada asumsi bahwa hal tersebut merupakan suatu bentuk penyimpangan atau deviasi. Penyimpangan tersebut berakibat negatif karena merupakan suatu gangguan terhadap keserasian yang ada dalam masyarakat.

### **Konsep Konsumsi Minuman Keras**

Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)). Selanjutnya, Pengertian Konsumsi adalah kegiatan usaha manusia agar dapat memenuhi kebutuhan barang atau bahkan juga kebutuhan jasa. Kegiatan konsumsi maksudnya atau artinya merupakan kegiatan manusia untuk menggunakan barang maupun jasa secara berangsur-berangsur atau sekaligus habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan. Orang yang menjalankan kegiatan konsumsi dikatakan sebagai Konsumen. Misalnya membeli pakaian karena ingin menjaga tubuh, menjauhkan rasa malu, dan ingin memperoleh

kepuasan. Untuk mengetahui lebih jauh tentang konsumsi mari kita lihat ciri-ciri konsumsi dan tujuan konsumsi seperti dibawah ini..

Dapat disimpulkan bahwa tujuan konsumsi secara umum adalah untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai kepuasan yang maksimal agar tercapai kemakmuran, kesejahteraan, dan kehidupan yang layak. Sama halnya dengan konsumsi minuman keras yang dilakukaj oleh anak remaja di kelurahan Malendeng, hal tersebut merupakan bagian dari memenuhi kebutuhan atau kepuasan akan minuman keras tersebut.

### **Remaja**

Masa remaja atau *adolescence* diartikan sebagai perubahan emosi dan perubahan sosial pada masa remaja. Robert P. Masland,( 2006; 1). Ada tiga aspek perkembangan pada remaja menurut Papila dan Olds (2001). Seperti yang dikemukakan oleh Calon (dalam Monks, dkk 1994) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Dengan demikian secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu awal masa remaja dan akhir masa remaja. Usia remaja tersebut dapat dibagi antara lain sebagai berikut:

- a) Masa remaja awal : Usia 12 atau 14 - usia 17 tahun
- b) Masa remaja akhir : Usia 17 - 21 tahun. Garis pemisah antara awal masa dan akhir masa remaja terletak kira-kira disekitar usia tujuh belas tahun. (Soedjarwo, 1980 : 206)

### **Tokoh Agama**

#### **1. Pendeta**

Dalam agama Kristen, pendeta adalah seorang pengajar umum dalam jemaat. Ia memiliki kewajiban untuk menentukan suasana dalam jemaat sehingga jemaat dapat lebih giat memenuhi panggilannya sebagai sebuah persekutuan yang belajar-mengajar. Selain itu, pendeta juga merupakan seorang pengajar khusus, yaitu ia harus melibatkan diri secara langsung sebagai seorang pengajar. Terdapat tiga wadah dimana pendeta dapat secara langsung mengajar, yaitu pada kelas Katekhisasi, kelas pendidikan teologi jemaat, dan mimbar.

#### **2. Ustadz**

Ustadz (bahasa Arab jamak , asatidz) adalah istilah yang sangat sering dipakai di Indonesia untuk panggilan kalangan orang yang dianggap pintar dan ahli di bidang ilmu agama. Ustadz sejajar dengan istilah buya, kyai, da'i, mubaligh. Di sebagian pesantren, pengasuh/pimpinan pesantren disebut Ustadz. Di sebagian pesantren yang lain, ustadz statusnya di bawah kyai.

### **Teori Kredibilitas Sumber**

The source credibility approach merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini, teori ini adalah salah satu pendekatan yang digunakan dalam komunikasi persuasif, dengan asumsi dasarnya bahwa; " kredibilitas sumber atau komunikator yang mempunyai

kredibilitas tinggi sangat berpengaruh pada sikap/perilaku orang lain". infante,( 1990:174). Tan menambahkan bahwa "sumber yang kredibel lebih efektif dalam persuasi dari pada sumber yang tidak kredibel". Selaku pelaku utama dalam proses komunikasi, sumber memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Tan,( 1981:112).

Dalam proses komunikasi, komunikator (sumber) memiliki peranan penting menentukan keberhasilan dalam mempengaruhi komunikan, kemampuan komunikator mempengaruhi komunikan berkaitan erat dengan karakter yang melekat pada komunikator itu sendiri. Asumsi tersebut didasarkan pada pendapat bahwa karakteristik komunikator yang mencakup keahlian dan kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan, merupakan faktor yang sangat berpengaruh dan menentukan keberhasilan komunikator melaksanakan komunikasi. Tan, (1981:104) sementara Hovland dalam Krech, (1962:231) mengemukakan bahwa pesan yang disampaikan komunikator yang memiliki kredibilitas (keahlian dan kepercayaan) tinggi akan lebih banyak berpengaruh kepada perubahan sikap dan perilaku penerima pesan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Boglan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2007 ; 4) metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang perlu diamati dan diarahkan kepada latar dan individu dan secara utuh.

### **Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini memfokuskan pada peran komunikasi komunikasi antarpribadi tokoh agama dalam menekan tingkat konsumsi miras di kalangan remaja melalui :

1. Bagaimana proses komunikasi antarpribadi tokoh agama dalam menekan tingkat konsumsi miras pada remaja
2. Media atau saluran komunikasi apa saja yang digunakan tokoh agama dalam memberikan pesan agar tidak mengkonsumsi minuman keras dikalangan remaja

### **Informan Penelitian**

Informan dalam penelitian ini ditetapkan 5 orang yaitu dengan yaitu 2 tokoh agama dan 3 remaja sementara kriteria pemilihan informan ditentukan secara purposive dimana menyesuaikan dengan situasi di lapangan yaitu:

1. Pendeta yang memimpin jemaat (di kelurahan malendeng)
2. Ustad yang memimpin jema'ah (di kelurahan malendeng)
3. Remaja yang berusia 12-17 tahun beragama kristen yang mengkonsumsi minuman keras.
4. Remaja yang berusia 12-17 tahun beragama muslim yang mengkonsumsi minuman keras.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Selanjutnya dijelaskan oleh Sugiyono (2009:225) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*dept interview*). Wawancara mendalam (*dept interview*) dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dari para tokoh agama pendeta, ustad, dan remaja berusia 12-17 tahun (masa pubertas) yang mengkonsumsi miras (minuman keras) yang berada di kelurahan malendeng, kecamatan paal 2.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif menurut Bognan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (2007:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain. Data yang peneliti kumpulkan akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut :

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Minuman keras adalah minuman yang mengandung alkohol yang bila dikonsumsi secara berlebihan dan terus-menerus dapat merugikan dan membahayakan jasmani, rohani maupun bagi kepentingan perilaku dan cara berfikir kejiwaan sehingga akibat lebih lanjut akan mempengaruhi kehidupan keluarga dan hubungan dengan masyarakat sekitar. Salah satu dampak modernisasi dari faktor sosial ekonomi baru ini cukup nyata di tengah masyarakat kita adalah penyalahgunaan minuman keras pada kalangan remaja. Bila keadaan ini dibiasakan maka bencana yang akan terjadi. Remaja yang telah keracunan alkohol atau minuman keras, adalah remaja yang tidak efektif bagi kehidupan sosialnya.

Alkohol merupakan zat psikoaktif yang bersifat adiksi atau adiktif. Penyalahgunaan minuman keras saat ini merupakan permasalahan yang cukup berkembang di dunia remaja dan menunjukkan kecenderungan yang meningkat dari tahun ketahun, yang akibatnya dirasakan dalam bentuk kenakalan- kenakalan, perkelahian, munculnya geng-geng remaja, perbuatan asusila, dan maraknya premanisme pada kalangan remaja. Berdasarkan latar belakang yang ada maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Bahaya Minuman Keras Terhadap Remaja".

Dari hasil penelitian mendapatkan bahwa pengaruh minuman keras pada masyarakat kelurahan malendeng cukup signifikan, ditandai dengan seringnya kelompok masyarakat yang duduk nongkrong sambil mengkonsumsi minuman keras, sering terjadinya kekacauan berupa perkelahian pada malam hari, keonaran dengan motor yang ribut serta berbagai macam tindakan akibat miras tersebut.

Rata-rata pemahaman tentang bahaya minuman keras serta akibatnya sudah pada tingkat memahami, hal ini di buktikan dengan beberapa pendapat yang dapat kami

rangkum adalah minuman keras sangat berbahaya bagi kesehatan manusia dan bisa mengakibatkan kematian, apabila di konsumsi secara berlebihan selanjutnya akan dijelaskan mengenai hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam *depth interview* tentang bentuk komunikasi yang sering di gunakan tokoh agama dalam menekan tingkat konsumsi miras pada remaja. Seperti kata seorang tokoh agama: "Biasanya saya selalu menyampaikan himbauan langsung kepada masyarakat atau jemaat ketika berada di gereja pada saat memberikan khotbah. Kebanyakan bentuk komunikasinya dalam bentuk ceramah dengan jemaat. Dan sering juga saya menyampaikan pesan-pesan tentang bahaya minuman keras tersebut secara individu kepada masyarakat atau remaja, ketika bertemu di jalan atau dalam setiap kesempatan. Pendekatan komunikasi secara kelompok melalui ceramah dengan jemaat merupakan bentuk komunikasi yang sering di lakuka oleh para pemuka agama dalam upaya menekan konsumsi minuman keras dikalangan remaja di kelurahan malendeng."

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang apakah dalam upaya menekan tingkat konsumsi miras pada remaja anda menggunakan pendekatan komunikasi verbal.

Salah satu cara untuk berkomunikasi adalah dalam bentuk komunikasi verbal atau lebih jelasnya adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain melalui tulisan maupun lisan. Bentuk komunikasi verbal ini sangat sering digunakan oleh pemuka agama, baik itu pendeta maupun ustad dalam memberikan pemahaman tentang bahaya minuman keras tersebut kepada remaja yang ada di kelurahan malendeng tersebut. Komunikasi verbal seperti ceramah langsung dan berkomunikasi langsung dengan masyarakat da remaja di kelurahan malendeng.

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata.

Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Pendekatan komunikasi no verbal secara tidak langsung di gunakan oleh para pemuka agama dalam menekan tingkat konsumsi minuman keras di kalangan remaja yang ada di kelurahan malendeng, contonya dalam bentuk penampilan serta karakter dari pemuka agama baik pendeta maupun ustad, dapat memberikan pesan bagi remaja untuk selalu melakukan hal yang baik seperti pendeta maupun ustad tersebut dalam kesehariannya dengan tidak mengkonsumsi minuman keras tersebut.

Komunikasi persuasif merupakan salah satu pendekatan komunikasi yang selalu digunakan oleh pemukan agama baik itu pendeta maupun ustad dalam upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras di kalalngan remaja di wilayah kelurahan malendeng tersebut, melalui pesan yang mengandung unsur membujuk serta mengajak agar mereka remaja jangan lagi mengkonsumsi minuman keras tersebut. Upaya seseorang untuk mempengaruhi dan mengubah pandangan, pendapat, sikap dan perilaku orang lain dengan cara membujuk, merupakan kegiatan persuasi.

Pendekatan komunikasi instruksional jarang di gunakan oleh pemuka agama dalam upaya menekan tingkat konsumsu minuman keras di kalangan remaja di wilayah kelurahan malendeng, karena kebanyakan lebih pada persiasif communication. Lebih

kepada *soft communications* (komunikasi yang lembut), bukan pada instruksional atau perintah.

Media komunikasi atau saluran komunikasi yang sering di gunakan adalah bentuk pertemuan dengan pemuda atau remaja gereja / masjid, sedangkan media televisi, radio serta media baru seperti jejaring sosial, masih jarang di gunakan oleh pendeta dan ustad selaku pemuka agama di Kelurahan Malendeng. Media televisi, radio, kemungkinan akan di gunakan apabila mendapat undangan acara talkshow atau pemberitaan tentang minuman keras tersebut, sementara untuk media sosial, para pemuka agama belum terlalu memanfaatkan dalam upaya memberikan penyampaian bahaya minuman keras tersebut.

Media pertemuan dengan pemerintah merupakan salah satu cara yang sering juga di lakukan oleh pemuka agama guna membahas tentang minuman keras tersebut, kebanyakan dalam bentuk rapat koordinasi dengan aparat pemerintah kelurahan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Setelah melalui tahapan hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini akan dijelaskan hasil kesimpulan penelitian ini antara lain adalah:

1. Peran tokoh agama dalam upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras di Kelurahan Malendeng, dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini belum terlalu optimal, karena belum memanfaatkan secara keseluruhan pendekatan serta berbagai bentuk dan media komunikasi.
2. Pengaruh minuman keras pada remaja di Kelurahan Malendeng cukup memprihatkan, hal ini ditandai dengan adanya tindakan-tindakan kriminalitas serta keonaran yang pelakunya adalah kalangan remaja, yang telah terkontaminasi alkohol.
3. Pemahaman para tokoh agama serta masyarakat tentang bahaya minuman keras sangat baik, ditandai dengan mereka mengetahui pengaruh dan akibat dari mengkonsumsi minuman keras tersebut.
4. Pendekatan komunikasi verbal merupakan pendekatan komunikasi yang paling sering digunakan dalam upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras dikalangan remaja di Kelurahan Malendeng. Melalui ceramah langsung dengan masyarakat atau jemaat.
5. Pendekatan komunikasi nonverbal juga merupakan bentuk komunikasi yang digunakan walaupun secara tidak langsung, para tokoh agama seperti pendeta dan ustad lebih memanfaatkan karakter pribadi serta penampilan sebagai bentuk komunikasi non verbal demimenekan konsumsi miras di kalangan remaja Malendeng.
6. Media sosial baru belum juga di optimalkan oleh tokoh agama dalam upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras di kalangan remaja Malendeng.

### **Saran**

Dari hasil kesimpulan mendapatkan beberapa hal yang perlu menjadi masukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Upaya menekan tingkat konsumsi minuman keras perlu menggunakan berbagai media komunikasi canggih seperti televise dan radio, serta juga media sosial, sebagai saluran untuk menyampaikan pesan tentang bahaya minuman keras tersebut.

2. Perlu di tingkatkan koordinasi dalam bentuk pertemuan antara masyarakat, tokoh agama, pemerintah dan pihak berwajib kepolisian guna menekan tingkat konsumsi minuman keras di kalangan remaja yang ada di wilayah kelurahan Malendeng tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2008. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dugan, D.O. 1989. *Laughter and Tears: Best Medicine for Stress*. Nursing Forum, 24.
- Hidayat, Dasrun .2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hurlock, E.B. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Penerjemah Istiwidayanti & Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- Joewana, S. 2001. *Narkoba: Petunjuk Praktis Bagi Keluarga Untuk Mencegah Penyalahgunaan Narkoba*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Krech, Crutfield and Ballachey. 1962. *Individual and Society*. New York: Mc. Graw Hill Bokk Company inc.
- Masland, Robert p. 2004. *Apa Yang Ingin di Ketahui Remaja Tentang Seks*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- S.Djuarsa Sendjaja, dkk. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Rakhmat, Jalaludin. 1998. *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi, Perspektif, ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitain PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rumini, Sri dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Soekanto, Soejono. 2005. *Pokok – Pokok Sosiologi Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suranto Aw. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantatif Kualitatif dam R&D*. Bandung: CV. Alfabera
- Tan, Alexis. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Colombus: Grid Publishing Inc. Indianola, United States.
- Widjaja, H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

## Sumber Lain:

Data Kelurahan Malendeng 2014