

FENOMENA KOMUNIKASI PEREMPUAN PENGONSUMSI MINUMAN KERAS di CAFÉ X.O KAWASAN MEGAMAS MANADO

Oleh :

Feren Rania Rantung

Meity D Himpong

Reiner R Onsu

Email : ferenrantung11@gmail.com

RINGKASAN

Fenomena yang terjadi saat ini sudah banyak kaum hawa yang mengonsumsi minuman keras atau minuman beralkohol. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang fenomena komunikasi perempuan mengonsumsi minuman keras. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memanfaatkan informan yaitu perempuan sebagai sumber data penelitian dengan menggunakan landasan teori fenomenologi dari Alfred Schutz yang dimana para perempuan mengonsumsi minuman keras memiliki motif, tindakan, serta makna dalam perbuatan mengonsumsi minuman keras. Dari penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan antara lain : (1) Motif mereka ketika mengonsumsi minuman keras karena adanya faktor internal yang dimana keinginan untuk bersenang-senang dengan teman-teman, dan adanya juga keingintahuan yang sangat besar dalam mengonsumsi minuman keras, serta adanya faktor eksternal yang dimana adanya dorongan dan lingkungan sekitar seperti ajakan dari teman-teman yang mengonsumsi minuman keras. (2) Tindakan mereka ketika mengonsumsi minuman keras baik dalam tindakan komunikasi verbal maupun nonverbal mereka menjadi lebih jujur dan terbuka dengan lawan bicara mereka, penyampaian pesan, maksud dan artikulasi menjadi tidak jelas, berpakaian yang lebih seksi, serta emosi yang tidak terkontrol sehingga terkadang menimbulkan keributan dan kekacauan. (3) Makna yang mereka dapat ketika mengonsumsi minuman keras yaitu mereka merasa senang, bahagia dan mereka menikmati dengan perbuatan mengonsumsi minuman keras, tanpa memikirkan pendapat negatif orang lain tentang

mereka.

Kata Kunci : Fenomena, Komunikasi, Perempuan, Minuman Keras

***THE PHENOMENON OF COMMUNICATION BETWEEN WOMEN WHO DRINK ALCOHOL
AT THE X.O CAFÉ MEGAMAS MANADO***

By:

Feren Rania Rantung

Meity D Himpong

Reiner R Onsu

Email : ferenrantung11@gmail.com

SUMMARY

The phenomenon that occurs at this time is many women who consume liquor or alcoholic beverages. Therefore this study discusses the communication phenomenon of women who consume alcohol. This study uses a qualitative research method by utilizing informants namely women as a source of research data using the phenomenological theoretical foundation of Alfred Schutz in which women who consume alcohol have motives, actions, and meanings in the act of consuming alcohol. From this study produced several conclusions, among others: (1) Their motives when consuming alcoholic drinks because of internal factors where the desire to have fun with friends, and also there is a very great curiosity in consuming alcoholic beverages, as well as the presence of external factors which is where there is encouragement and the environment as an invitation from friends who consume liquor. (2) Their actions when consuming liquor both in verbal and nonverbal communication acts they become more honest and open with their interlocutors, the delivery of messages, intentions and articulation becomes unclear, sexier clothes, and uncontrolled emotions that sometimes cause commotion and chaos. (3) The meaning they get when consuming liquor is that they feel happy, happy and they enjoy the act of consuming alcohol, without thinking about the negative opinions of others about them.

Key Word : Phenomenon, Communication, Women, Alcohol

1. PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi saat ini sudah banyak kaum hawa yang mengonsumsi minuman keras atau minuman beralkohol. Perempuan mengonsumsi minuman keras yang terlihat di cafe-cafe menjadi perhatian bagi keluarga, masyarakat, bahkan pemerintah. Salah satu cafe yang banyak terlihat perempuan mengonsumsi minuman keras adalah cafe x.o kawasan megamas manado. Biasanya para perempuan mengonsumsi minuman keras ini terlihat disaat malam minggu sekitar jam 21.00 sampai jam cafe tutup yang biasanya cafe tersebut tutup sampai jam 02.00, bahkan bukan hanya malam minggu saja namun di hari biasa pun seringkali terlihat banyak perempuan yang mengonsumsi minuman keras. Tentunya ada berbagai macam alasan ketika mereka mengonsumsi minuman keras, perubahan dari remaja ke dewasa, dan bahkan ditahap dewasa pun merupakan

awal dari kehidupan yang baru, berbagai macam motif muncul ketika mengonsumsi minuman keras baik itu motif internal maupun motif eksternal, berupa keingintahuan yang sangat besar, ingin bersenang-senang dengan teman, dorongan dari orang lain, ajakan dari teman-teman untuk minum minuman keras, banyaknya tuntutan dan tugas yang harus dipenuhi, dan stress membuat periode ini diwarnai dengan ketegangan emosi yang membuat individu mencari pelampiasan dan kesenangan dengan mengonsumsi minum-minuman keras tanpa memikirkan dampak yang akan mereka rasakan baik itu dalam kesehatan, sosial lingkungan, studi dan pekerjaan.

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting dalam kehidupan sosial. Dalam keseharian disadari atau tidak, komunikasi menjadi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia melakukan komunikasi baik itu dalam bentuk komunikasi verbal dengan cara tertulis atau lisan serta



komunikasi nonverbal berupa gerakan tubuh, ekspresi, pakaian dan intonasi suara. Begitu juga dengan perempuan pengonsumsi minuman keras yang berada di cafe x.o ini dalam pengaruh alkohol atau ketika mengonsumsi minuman keras ada berbagai macam bentuk tindakan komunikasi yang ditunjukkan baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal yang dilakukan tanpa berpikir panjang yang dapat mengganggu kenyamanan orang lain mulai dari cara berbicara penyampaian pesan atau maksud serta cara berpakaian. Ketika mereka dalam pengaruh minuman alkohol atau minuman keras efek yang ditimbulkan yaitu adanya perubahan emosi menjadi tidak stabil yang dimana mereka menjadi cepat tersinggung sehingga penyampaian pesan atau maksud tidak tersampaikan dengan baik sehingga membuat keributan bahkan sampai terjadi pertengkaran dan kekacauan tanpa memikirkan dampak serta pendapat negatif orang lain tentang diri mereka sendiri dan merasa hal yang mereka lakukan adalah benar.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka saya sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul Fenomena Komunikasi Perempuan Pengonsumsi Minuman Keras di Cafe X.O Kawasan Megamas Manado.

Rumusan Masalah

Bagaimana Fenomena Komunikasi Perempuan Pengonsumsi Minuman Keras di Cafe X.O Kawasan Megamas Manado?

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu sosial khususnya mengenai bidang kajian ilmu komunikasi serta memberikan informasi tentang fenomena komunikasi yang mendukung dalam teori fenomenologi.

2. Manfaat Praktis

Dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi peneliti sendiri, keluarga serta masyarakat tentang fenomena yang terjadi. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan bahan kajian yang sama.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Fenomena

Fenomena berasal dari bahasa Yunani; *phainomenon*, "apa yang terlihat", fenomena juga bisa berarti: suatu gejala, fakta, kenyataan, kejadian dan hal-hal yang dapat dirasakan dengan pancaindra bahkan hal-hal yang mistik atau klenik. Kata turunan adjektif, fenomenal, berarti: "sesuatu yang luar biasa". Fenomena terjadi di semua tempat yang biasa diamati oleh manusia. Suatu kejadian adalah suatu fenomena. Fenomena adalah rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu.

Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi Berelson dan Starainer yang dikutip oleh Fisher dalam bukunya Teori-Teori komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya melalui penggunaan simbol, kata, angka, grafik dan lain-lain (Fisher, 1990:10).

Bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal (*verbal*)

communication) merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan (*oral*) dan tulisan (*written*). Berbicang dengan orang, menelepon, berkirim surat, membacakan buku, melakukan presentasi diskusi, atau menonton televisi merupakan contoh komunikasi verbal.

1. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat atau *body language* sebagai sarana berkomunikasi dengan orang lain. contoh perilaku nonverbal adalah mengepalkan tinju, menggigit jari sendiri, membuang muka, tersenyum, menjabat tangan atau menggelengkan kepala saat ingin menyampaikan sesuatu. (Mondry, 2008)

Pengertian Perempuan

Pengertian perempuan secara etimologis berasal dari kata empu yang berarti "tuan", yaitu orang yang mahir atau berkuasa, kepala, hulu, yang paling besar. Namun menurut Zaitunah Subhan (2004) kata perempuan berasal dari kata empu yang artinya dihargai.

Pengertian Minuman Keras

Minuman keras adalah minuman yang mengandung etanol. Etanol adalah bahan psikoaktif dan konsumsinya menyebabkan penurunan kesadaran. Di berbagai negara, penjualan minuman keras dibatasi ke sejumlah kalangan saja, umumnya orang-orang yang telah melewati batas usia tertentu (Darmawan, 2010).

Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti 'menampak' dan *phainomenon* merujuk pada 'yang menampak'. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinch. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita

mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain) (Kuswarno, 2009:2).

Fenomenologi adalah studi yang mencerminkan sebuah pengalaman kehidupan. Dalam fenomenologi yang dipelajari adalah dunia kehidupan sosial (*lifeworld*) seperti yang biasa kita alami, tanpa proses berpikir, tanpa konsep, teori dan kategori. Penelitian fenomenologi berusaha memahami kehidupan atau makna pengalaman dan mencoba untuk mendeskripsikan serta memberi interpretasi atau makna pada kebiasaan-kebiasaan yang muncul atas kesadaran, bahasa, pengetahuan, dan perasaan yang tidak diketahuinya. (Given, 2008:614).

Schutz mengatakan bahwa tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Menurutnya, tindakan sosial mendasarkan diri pada pengalaman, makna dan kesadaran.

Schutz mengkonseptualisasi makna sebagai cara untuk memperluas tindakan, baik tindakan yang sudah selesai dilakukan maupun tindakan yang

akan dimulai. Schutz juga memaknai intersubjektivitas sebagai proses dimana konstruksi dari pengalaman sehari-hari muncul. Keunikan individu dalam melakukan tindakan merujuk pada motif dan makna dari tindakan subjektif. Motif merupakan "konteks makna yang ada pada diri individu sebagai landasan dalam bertindak." Motif bukan elemen terpisah satu sama lain. Motif sebagai elemen terintegrasi dalam sistem dan konsisten. Untuk mendeskripsikan keseluruhan tindakan individu bisa dilihat dari tindakan "*in order to motive*" artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana harapan, minta dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan "*because of motive*" artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu.

Alfred berpendapat bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti pemahaman secara subyektif terhadap sesuatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan

proses interaksi sosial. Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan beraksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

Schutz membedakan antara makna dan motif. Makna berkaitan dengan bagaimana aktor menentukan aspek apa yang penting dari kehidupan sosialnya. Sementara motif menunjuk pada alasan seseorang melakukan sesuatu.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini berada di Cafe X.O Jl Abduraman Wahid Kawasan Megamas Kota Manado.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Dalam buku ini, metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia (Afrizal,2014).

Informan Penelitian

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan informan yaitu perempuan pengonsumsi minuman keras dimana ada yang berumur 15 sampai 18 tahun berjumlah 4 orang, dan ada yang berumur 19 sampai 22 tahun berjumlah 6 orang. Total informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang

Fokus Penelitian

Dengan demikian, dari teori yang ada maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa motif sehingga mengonsumsi minuman keras?
2. Bagaimana tindakan yang dilakukan ketika mengonsumsi minuman keras?
3. Apa makna ketika mengonsumsi minuman keras?

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Arikanto (Gunawan 2013: 143), observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian

secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.

2. Wawancara

Menurut Gunawan (2013: 160), wawancara pada penelitian kualitatif memiliki sedikit perbedaan dibandingkan dengan wawancara lainnya. Wawancara penelitian ditujukan untuk mendapatkan informasi.

3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Pada dasarnya dokumen digunakan untuk memperkuat penelitian kualitatif agar dapat lebih dipercaya.

Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.



2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Verifikasi Data (*Conclusion drawing/verification*)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Jika kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal didukung dengan bukti yang valid maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan data yang dipercaya.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Cafe X.O merupakan salah satu

cafe yang berada di daerah kawasan megamas manado, yang merupakan juga daerah B on B atau *Boulevard on Business* yang dimana kawasan ini tidak hanya menjadi pusat perdagangan tersibuk, tapi juga menjadi salah satu eksotisme yang menarik untuk dikunjungi sehingga ada banyak sekali cafe-cafe yang ada disana yang menjadi tempat santai bahkan tempat berkumpul dan menjadi salah satu kawasan yang sering diincar khususnya anak muda, salah satunya yaitu Cafe X.O.

Cafe X.O ini sudah ada sejak dari tahun 2019 tepatnya di bulan mei, dan sekarang ini sudah hampir sekitar satu tahun cafe ini ada. Dalam menu cafe ini tersedia makanan serta minuman yang ada, mulai dari makanan berat hingga snack ada berbagai macam pilihan minuman juga mulai dari milkshake hingga minuman beralkohol.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dari fokus penelitian pertama yaitu motif ketika mereka mengonsumsi minuman keras. Motif memiliki pengertian sebagai dorongan yang muncul akibat adanya tujuan tertentu. Secara umum, motif



yang melatar belakangi perempuan mengonsumsi minuman keras ada dua, yaitu motif internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri sendiri, sedangkan eksternal berasal dari luar diri seseorang (Nugraha, 2014: 20). Peneliti mendapatkan jawaban sebagian besar dari informan yang ada mereka mengakui bahwa motif mereka mengonsumsi minuman keras karena ingin bersenang-senang dengan teman-teman ini merupakan salah satu motif internal atau berasal dari dalam diri mereka sendiri, mereka juga mengakui bahwa ketika mereka stress mereka melampiaskan dengan mengonsumsi minuman keras. Berapa informan lainnya juga mengatakan bahwa mereka mengonsumsi minuman keras karena adanya dorongan dari teman-teman atau lingkungan sekitar, ini merupakan faktor eksternal atau berasal dari luar diri seseorang. Mereka juga mengakui bahwa semua informan mengonsumsi minuman keras dibawah umur 21 tahun yang dimana itu merupakan tahap remaja atau remaja ke dewasa yang dimana mereka masih mencari jati diri mereka, mencoba hal-hal baru dan ada rasa keingintahuan yang sangat besar serta ingin mengetahui hasilnya seperti

apa

Berdasarkan hasil wawancara dari fokus penelitian yang kedua yaitu tindakan ketika mereka mengonsumsi minuman keras. Membahas tentang tindakan dalam hal ini peneliti membahas tentang tindakan komunikasi yang dimana komunikasi sendiri memiliki pengertian yaitu komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu (Effendy, 1984:6). Ada dua bentuk komunikasi dalam membahas penelitian ini yaitu yang pertama komunikasi verbal yang dimana komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta,



data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar pikiran dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar” (Hardjana, 2003: 23). Dalam kaitannya komunikasi verbal dengan komunikasi perempuan yang mengonsumsi minuman keras dari hasil wawancara yang ada para informan juga mengakui mereka menjadi lebih jujur dan suka menyampaikan atau mengungkapkan perasaan, emosi, maksud serta masalah-masalah mereka. Beberapa informan juga mengakui bahwa setelah mereka mengonsumsi minuman keras mereka menjadi cepat emosi dan tidak terkontrol sehingga terkadang mereka membuat keributan yang dapat mengganggu orang sekitar mereka. Bentuk komunikasi lainnya juga yang mereka tunjukkan yaitu komunikasi nonverbal yang dimana pengertian dari komunikasi nonverbal menurut Julia T. Wood (2009: 131) “Komunikasi non verbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri. Ini mencakup bagaimana kita mengucapkan kata-kata (infleksi, volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel)”

dari hasil wawancara yang ada ketika mereka pergi untuk mengonsumsi minuman keras mereka lebih menggunakan pakaian yang seksi, serta intonasi suara mereka menjadi lebih kuat ketika mereka berbicara hal ini termasuk dalam bentuk komunikasi nonverbal.

Berdasarkan hasil wawancara dari fokus penelitian yang ketiga yaitu tentang makna, pada dasarnya manusia akan melakukan pemaknaan terhadap setiap perbuatan yang mereka lakukan dalam hal ini yaitu perbuatan mengonsumsi minuman keras tentunya ketika mereka mengonsumsi minuman keras terjadi komunikasi pada diri mereka sendiri, komunikasi ini disebut dengan *self indication*. Semua informan melalui proses *self indication* ketika mereka mengonsumsi minuman keras. Dari hasil wawancara yang ada peneliti mendapatkan jawaban dari informan bahwa mereka mempunyai makna sendiri dimana ketika mereka mengonsumsi minuman keras mereka merasa senang, bahagia dan mereka menikmati dengan perbuatan mengonsumsi minuman keras, bahkan adapula yang mengatakan bahwa minuman keras merupakan tempat

pelarian yang sangat menyenangkan ketika sedang stress. Hal ini merupakan satu pemaknaan yang muncul dari dalam diri setiap mereka yang mengonsumsi minuman keras.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti maka pada bab ini peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Motif

Motif mereka ketika mengonsumsi minuman keras karena adanya faktor internal yang dimana keinginan untuk bersenang-senang dengan teman-teman, dan adanya juga keingintahuan yang sangat besar dalam mengonsumsi minuman keras, serta adanya faktor eksternal yang dimana adanya dorongan dan lingkungan sekitar seperti ajakan dari teman-teman yang mengonsumsi minuman keras.

2. Tindakan

Tindakan mereka ketika mengonsumsi minuman keras baik dalam tindakan komunikasi verbal

maupun nonverbal mereka menjadi lebih jujur dan terbuka dengan lawan bicara mereka, penyampaian pesan, maksud dan artikulasi menjadi tidak jelas, berpakaian yang lebih seksi, serta emosi yang tidak terkontrol sehingga terkadang menimbulkan keributan dan kekacauan.

3. Makna

Makna yang mereka dapat ketika mengonsumsi minuman keras yaitu mereka merasa senang, bahagia dan mereka menikmati dengan perbuatan mengonsumsi minuman keras, tanpa memikirkan pendapat negatif orang lain tentang mereka.

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Jika yang menjadi motif yaitu bersenang-senang, sebaiknya lebih meluangkan waktu dengan melakukan hobi atau menciptakan sesuatu yang kreatif sehingga dapat membanggakan bagi orang tua, keluarga, serta bangsa.

2. Sebaiknya para pengonsumsi minuman keras mengurangi jumlah kadar alkohol dalam mengonsumsi minuman keras agar supaya mereka masih berada dalam jangkauan yang masih sadar sehingga tidak menimbulkan masalah seperti keributan, kekacauan bahkan pertengkaran dan merugikan diri sendiri bahkan orang lain.
3. Ada baiknya menyadari perbuatan mengonsumsi minuman keras merupakan hal yang tidak baik yang dapat merugikan diri sendiri yang dimana dapat mengganggu kesehatan, bahkan dapat berdampak di ekonomi, sosial dan studi atau pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Hardjana Agus M.. 2003. *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Dermawan, Steven. 2010. *Pengertian Minuman Keras dan Dampaknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Bahasa Indonesia*. BalaiPustaka, Jakarta.
- Donsbach, Wolfgang. (2008). *The International Encyclopedia of Communication*. Singapore : Blackwell Publishing.
- dr. Eva Viora, SP. KJ. 2014. *Jenis Minuman Keras*. Bina Kesehatan Jiwa Kemenkes RI.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung, Rosda Karya.
- Given, L. M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Nugraha Fuad. Anis dan Kandung Supto, 2014, *panduan praktis penelitian kualitatif*, Yogyakarta, graha ilmu.
- Fisher, Aubrey, 1990. *Teori-teori dan Komunikasi*. Bandung, Remaja Rosdakarya
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif :Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hasbiansyah. 2008. *Pendekatan fenomenologi: Penelitian dalam ilmu sosial dan komunikasi*. (Mediator vol9 Nomor 1. Juni 2008).
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja RosdakaryaOffset, Bandung
- Sadli dan Nuk. 1988. *Perempuan Penentu Kecendrungan Indonesia*. Jakarta: Pertiwi
- Schutz, Alfred. 1967. *The Phenomenology of The Social World*. Terj Der Sinnhafie Aufbau Der Sozialen. Jerman
- Sugiyono, Dr. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit ALFABETA
- Suharso dan Ana Retnoningsih. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi Lux. Semarang:Widya Karya.
- Sukandarrumidi. 2002. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Zaitunah Subhan, 2004, *Kesetaraan dan Keadilan Gender*. Jakarta
- Widianarko, Budi. 2000. *"Teknologi, Produk, Nutrisi & Keamanan"*. Jakarta