BAB II

KAMPANYE BAHAYA MIRAS BAGI REMAJA

II.1 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.

Alkohol adalah zat yang paling sering disalahgunakan manusia, alkohol diperoleh atas peragian/fermentasi madu, gula, sari buah atau umbi-umbian. Dari peragian tersebut dapat diperoleh alkohol sampai 15% tetapi dengan proses penyulingan *(destilasi)* dapat dihasilkan kadar alkohol yang lebih tinggi bahkan mencapai 100%. Kadar alkohol dalam darah maksimum dicapai 30-90 menit. Setelah diserap, alkohol/etanol disebarluaskan ke suluruh jaringan dan cairan tubuh. Dengan peningkatan kadar alkohol dalam darah orang akan menjadi *euforia*, namun dengan penurunannya orang tersebut menjadi depresi.

Ada 3 golongan minuman keras yaitu:

- Golongan A; kadar etanol 1%-5% (bir),
- Golongan B; kadar etanol 5%-20% (anggur/wine)
- Golongan C; kadar etanol 20%-45% (Whiskey, Vodca, TKW, Manson House, Johny Walker, Kamput).

Minuman keras telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perjalanan panjang peradaban manusia. Bangsa Mesir kuno percaya bahwa bouza (sejenis bir) merupakan penemuan Dewi Osiris dan merupakan makanan sekaligus minuman. Anggur juga ditemukan oleh bangsa Mesir kuno dan dipergunakan untuk perayaan atau upacara keagamaan dan sekaligus sebagai obat. Dalam perkembangan selanjutnya, anggur dianggap sebagai minuman kaum ningrat *(aristocrat)* dan bir adalah minuman rakyat jelata *(masses)*. Di negara Indonesia juga dijumapi banyak minuman tradisional yang mengandung alkohol seperti tuak, arak dan lainnya. Setelah melalui perjalanan sejarah yang amat panjang barulah pada paruh pertengahan abad 18 para dokter di Inggris menemukan

adanya efek buruk alkohol terhadap kesehatan. Penemuan ini akhirnya melahirkan suatu peraturan mengenai penggunaan minuman keras sebagai *Gin Act* tahun 1751 (Widianarko, 2000).

Penyalahgunaan alkohol telah menjadi masalah pada hampir setiap Negara di seluruh dunia. Tingkat konsumsi alkohol di setiap Negara berbeda-beda tergantung pada kondisi sosial kultural, pola religius, kekuatan ekonomi, serta bentuk kebijakan dan regulasi alkohol di tiap negara (Sisworo, 2008).

Pada saat ini adanya peningkatan angka pecandu minuman keras pada negara-negara berkembang. *World Health Organization* (WHO) memperkirakan saat ini jumlah pecandu alkohol diseluruh dunia mencapai 64 juta orang, dengan angka ketergantungan yang beragam di setiap negara. Di Amerika misalnya, terdapat lebih dari 15 juta orang yang mengalami ketergantungan alkohol dengan 25% diantaranya adalah pecandu dari kalangan wanita.

Kelompok usia tertinggi pengguna alkohol di negara Amerika adalah 20 - 30 tahun, sementara kelompok usia terendah pengguna alkohol adalah di atas 60 tahun, dan rata-rata mereka mulai mengkonsumsi alkohol semenjak usia 15 tahun. Sementara di Canada tercatat sekitar 1 juta orang mengalami kecanduan alkohol, jumlah pecandu pria dua kali lipat dari wanita dengan kelompok umur pengguna alkohol tertinggi adalah 20 – 25 tahun. Angka mengejutkan didapatkan di Russia di mana terdapat data yang menunjukkan bahwa 40% pria dan 17% wanita di negara ini adalah alkoholik (Encarta Encyclopedia, 2006).

II.2 Faktor Determinan Penyalahgunaan Alkohol

Terdapat 4 kelompok determinan dari penyalahgunaan alkohol (sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan) yang mana peranannya sangat kompleks dan saling terkait satu sama lainnya (WHO, 2003).

a.Sosial

Penggunaan alkohol seringkali didasari oleh motif-motif sosial seperti meningkatkan *prestige* ataupun adanya pengaruh pergaulan dan perubahan gaya hidup. Selain itu faktor sosial lain seperti system norma dan nilai (keluarga dan

masyarakat) juga menjadi kunci dalam permasalahan penyalahgunaan alkohol (Sarwono, 2011).

b.Ekonomi

Masalah penyalahgunaan alkohol bisa ditinjau dari sudut ekonomi. Tentu saja meningkatnya jumlah pengguna alkohol di Indonesia juga dapat diasosiasikan dengan faktor keterjangkauan harga minuman keras (import atau lokal) dengan daya beli atau kekuatan ekonomi masyarakat. Dan secara makro, industri minuman keras baik itu ditingkat produksi, distribusi, dan periklanan ternyata mampu menyumbang porsi yang cukup besar bagi pendapatan negara (*tax, revenue dan excise*).

c.Budaya

Melalui sudut pandang budaya dan kepercayaan masalah alkohol juga menjadi sangat kompleks. Di Indonesia banyak dijumpai produk lokal minuman keras yang merupakan warisan tradisional (arak, tuak, badeg, dll) dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat dengan alasan tradisi. Sementara bila tradisi budaya tersebut dikaitkan dengan sisi agama dimana mayoritas masyarakat Indonesia adalah kaum muslim yang melarang konsumsi alkohol, hal ini tentu saja menjadi sangat bertolak belakang.

d.Lingkungan

Peranan negara dalam menciptakan lingkungan yang bersih dari penyalahgunaan alkohol menjadi sangat vital. Bentuk peraturan dan regulasi tentang minuman keras, serta pelaksanaan yang tegas menjadi kunci utama penanganan masalah alkohol ini. Selain itu yang tidak kalah penting adalah peranan provider kesehatan dalam mempromosikan kesehatan terkait masalah alkohol baik itu sosialisasi di tingkat masyarakat maupun *advokasi* pada tingkatan *decision maker* (Sarwono, 2011).

II.3 Penyalahgunaan alkohol

Penyalahgunaan alkohol dapat diklasifikasikan menjadi 5 kategori utama menurut respon serta motif individu terhadap pemakaian alkohol itu sendiri (Sundeen, 2007).

- Penggunaan alkohol yang bersifat eksperimental. Kondisi penggunaan alkohol pada tahap awal yang disebabkan rasa ingin tahu dari seseorang (remaja). Sesuai dengan kebutuhan tumbuh kembangnya, remaja selalu ingin mencari pengalaman baru atau sering juga dikatakan taraf coba-coba, termasuk juga mencoba menggunakan alkohol.
- Penggunaan alkohol yang bersifat rekreasional. Penggunaan alkohol pada waktu berkumpul bersama-sama teman sebaya, misalnya pada waktu pertemuan malam minggu, ulang tahun atau acara pesta lainnya. Penggunaan ini mempunyai tujuan untuk rekreasi bersama teman sebaya (Ra'uf, M. 2002).
- Penggunaan alkohol yang bersifat situasional. Seseorang mengkonsumsi alkohol dengan tujuan tertentu secara individual, hal itu sebagai pemenuhan kebutuhan seseorang yang harus dipenuhi. Seringkali penggunaan ini merupakan cara untuk melarikan diri dari masalah, konflik, stres dan frustasi.
- Penggunaan alkohol yang bersifat penyalahgunaan. Penggunaan alkohol yang sudah bersifat patologis, sudah mulai digunakan secara rutin, paling tidak sudah berlangsung selama 1 bulan. Sudah terjadi penyimpangan perilaku, mengganggu fungsi dalam peran di lingkungan sosial, seperti di lingkungan pendidikan atau pekerjaan.
- Penggunaan alkohol yang bersifat ketergantungan. Penggunaan alkohol yang sudah cukup berat, telah terjadi ketergantungan fisik dan psikologis. Ketergantungan fisik ditandai dengan adanya toleransi dan sindroma putus zat (alkohol). Suatu kondisi dimana individu yang biasa menggunakan zat adiktif (alkohol) secara rutin pada dosis tertentu akan menurunkan jumlah zat yang digunakan atau berhenti memakai, sehingga akan menimbulkan gejala sesuai dengan macam zat yang digunakan.

Berdasarkan respon individu terhadap penyalahgunaan alkohol seperti tersebut diatas, dampak yang diakibatkan oleh individu yang sudah berada pada fase penyalahgunaan dan ketergantungan adalah paling berat. Individu yang sudah berada pada fase penyalahgunaan dan ketergantungan akan dapat berperilaku anti sosial. Perilaku agresif, emosional, acuh, dan apatis terhadap permasalahan dan

kondisi sosisalnya adalah sifat-sifat yang sering muncul pada orang dengan penyalahgunaan dan ketergantungan terhadap alkohol.

Pada fase eksperimental, rekreasional dan situasional, dampak yang muncul biasanya diakibatkan oleh perilaku kelompok remaja pemakai alkohol pada tahap ini. Kebut-kebutan di jalan, pesta pora, aktivitas seksual, perkelahian, dan tawuran adalah perilaku yang sering ditunjukkan oleh kelompok remaja pemakai alkohol pada tahap awal ini.

II.4 Dampak Minuman Beralkohol

Dampak negatif penggunaan alkohol dikategorikan menjadi 3, yaitu dampak fisik, dampak *neurology* dan *psychologi*, juga dampak sosial (Woteki dalam Darmawan, 2010).

a.Dampak Fisik

Beberapa penyakit yang diyakini berasosiasi dengan kebiasaan minum alkohol antara lain serosis hati, kanker, penyakit jantung dan syaraf. Sebagian besar kasus serosis hati *(liver cirrhosis)* dialami oleh peminum berat yang kronis. Sebuah studi memperkirakan bahwa konsumsi 210 gram alkohol atau setara dengan minum sepertiga botol minuman keras *(liquor)* setiap hari selama 25 tahun akan mengakibatkan serosis hati (Darmawan, 2010).

Berkaitan dengan kanker terdapat bukti yang konsisten bahwa alkohol meningkatkan resiko kanker di beberapa bagian tubuh tertentu, termasuk: mulut, kerongkongan, tenggorokan, larynx dan hati. Alkohol memicu terjadinya kanker melalui berbagai mekanisme. Salah satunya alkohol mengaktifkan ensim-ensim tertentu yang mampu memproduksi senyawa penyebab kanker. Alkohol dapat pula merusak DNA, sehingga sel akan berlipatganda *(multiplying)* secara tak terkendali (Tarwoto dkk, 2010).

Peminum minuman keras cenderung memiliki tekanan darah yang relatif lebih tinggi dibandingkan non peminum *(abstainer)*, demikian pula mereka lebih berisiko mengalami stroke dan serangan jantung. Peminum kronis dapat pula mengalami berbagai gangguan syaraf mulai dari *dementia* (gangguan kecerdasan), bingung, kesulitan berjalan dan kehilangan memori. Diduga konsumsi alkohol

yang berlebihan dapat menimbulkan *defisiensi thiamin*, yaitu komponen vitamin B komplek berbentuk kristal yang esensial bagi berfungsinya sistem syaraf.

b.Dampak *Psikoneurologis*

Pengaruh addictive, imsonia, depresi, gangguan kejiwaaan, serta dapat merusak jaringan otak secara permanen sehingga menimbulkan gangguan daya ingatan, kemampuan penilaian, kemampuan belajar, dan gangguan *neurosis* lainnya (Sarwono, 2011).

c.Dampak Sosial

Dampak sosial yang berpengaruh bagi orang lain, di mana perasaan pengguna alkohol sangat labil, mudah tersinggung, perhatian terhadap lingkungan menjadi terganggu. Kondisi ini menekan pusat pengendalian diri sehingga pengguna menjadi agresif, bila tidak terkontrol akan menimbulkan tindakan yang melanggar norma bahkan memicu tindakan kriminal serta meningkatkan resiko kecelakaan (Sarwono, 2011).

Berdasarkan kisaran waktu (periode) pengaruh penggunaan alkohol dibedakan menjadi 2 kategori :

a.Pengaruh jangka pendek

Walaupun pengaruhnya terhadap individu berbeda-beda, namun terdapat hubungan antara konsentrasi alkohol di dalam darah *Blood Alcohol Concentration* (BAC) dan efeknya. Euphoria ringan dan stimulasi terhadap perilaku lebih aktif seiring dengan meningkatnya konsentrasi alkohol di dalam darah. Resiko *intoksikasi* (mabuk) merupakan gejala pemakaian alkohol yang paling umum. Penurunan kesadaran seperti koma dapat terjadi pada keracunan alkohol yang berat demikian juga nafas terhenti hingga kematian. Selain itu efek jangka pendek alkohol dapat menyebabkan hilangnya produktifitas kerja. Alkohol juga dapat menyebabkan perilaku kriminal. Ditenggarai 70% dari narapidana menggunakan alkohol sebelum melakukan tindak kekerasan dan lebih dari 40% kekerasan dalam rumah tangga dipengaruhi oleh alkohol.

b.Pengaruh Jangka Panjang

Mengkonsumsi alkohol yang berlebihan dalam jangka panjang dapat menyebabkan penyakit kronis seperti kerusakan jantung, tekanan darah tinggi, stroke, kerusakan hati, kanker saluran pencernaan, gangguan pencernaan lain (misalnya tukak lambung), impotensi dan berkurangnya kesuburan, meningkatnya resiko terkena kanker payudara, kesulitan tidur, kerusakan otak dengan perubahan kepribadian dan suasana perasaan, sulit dalam mengingat dan berkonsentrasi.

II.5 Remaja

Istilah *Adolescence* atau remaja berasal dari kata *adolescere* (kata bendanya *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa (Hurlock, 1996). Remaja adalah individu yang sedang mengalami masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa, yang pada masa tersebut terjadi perkembangan-perkembangan baik fisik, psikologis, dan sosial. Hal serupa juga dikemukakan oleh Atkinson (1991) bahwa masa remaja adalah masa transisi atau masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.

Piaget (dikutip Hurlock, 1992) mengatakan secara psikologis masa remaja adalah usia saat individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak-anak tidak lagi meras dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan berada dalam tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Mereka tidak dapat dan tidak mau lagi diperlakukan sebagai kanak-kanak karena mereka sekarang hidup dengan orang dewasa, didalam masyarakat orang dewasa menuntut penyesuaian dengan orang dewasa.

Remaja memiliki proses perkembangan yang sangat kompleks, sehingga sering menimbulkan permasalahan baik pada remaja itu sendiri maupun lingkungannya. Hal ini didukung oleh Tambun (dikutip Hartanti, 2002) bahwa remaja adalah masa perkembangan yang penuh dinamik, warna dan gejolak.

Hal senada juga diutarakan oleh Monks (1992) bahwa masa remaja merupakan salah satu tahap dalam perkembangan manusia, seperti dalam masa perkembangan yang lainnya, masa ini mempunyai ciri-ciri khusus seperti susah diatur, mudah terangsang perasaannya, dan lain sebagainya.

2.5.1 Batasan Usia Remaja

Masa remaja dapat bermula pada usia sekitar 10 tahun. (Rusmini, 2004). Sedangkan menurut pendapat lain mengatakan bahwa batasan usia remaja tidak ditentukan dengan jelas, tapi kira-kira berawal dari usia 12 sampai akhir usia belasan, saat pertumbuhan fisik hampir lengkap (Soetjiningsih, 2004). Adapun batasan usia remaja menurut beberapa sumber lain adalah (Sarwono, 2011):

- Menurut WHO mendefinisikan bahwa anak bisa dikatakan remaja apabila telah mencapai umur 10-19 tahun.
- Dalam UU No. 4 tahun 1979 mengenai kesejahteraan anak, remaja adalah individu yang belum mencapai umur 21 tahun dan belum menikah.
- Menurut UU Perkawinan No.1 tahun 1974, anak dianggap sudah remaja apabila sudah cukup matang untuk menikah yaitu umur 16 tahun untuk anak perempuan dan 19 tahun untuk anak leki-laki.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, menganggap remaja bila sudah berusia 18 tahun yang sesuai dengan saat lulus dari sekolah menengah.

2.5.2 Perkembangan remaja

Perkembangan remaja meliputi perkembangan fisik, sosial, emosi, moral dan kepribadian (Hurlock, 2000).

a. Perkembangan fisik remaja

Seperti pada semua usia, dalam perubahan fisik juga terdapat perbedaan individual. Perbedaan seks sangat jelas. Meskipun anak laki-laki memulai pertumbuhan pesatnya lebih lambat daripada anak perempuan. Hal ini menyebabkan pada saat matang anak laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Setelah masa puber, kekuatan anak laki-laki melebihi kekuatan anak perempuan. Perbedaan individual juga dipengaruhi oleh usia kematangan. Anak yang matangnya terlambat cenderung mempunyai bahu yang lebih lebar dari pada anak yang matang lebih awal (Hurlock, 2000).

b. Perkembangan sosial

Salah satu tugas perkembangan remaja yang tersulit adalah yang berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis

dalam hubungan yang sebelumnya belum pernah ada dan harus menyesuaikan dengan orang dewasa di luar lingkungan keluarga dan sekolah (Hurlock, 2000).

Pencapaian tujuan dari pola sosialisasi dewasa, remaja harus membuat banyak penyesuaian baru. Yang terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam seleksi persahabatan, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial, dan nilai-nilai baru dalam seleksi pemimpin (Hurlock, 2000).

Remaja dengan kepribadian yang labil dan pengaruh teman pergaulan di masyarakat ataupun di lingkungan sekolah bisa menjadikan remaja terjerat dalam lingkaran penyalahgunaan alkohol.

Remaja bisa mengkonsumsi alkohol karena orang tua memberikan fasilitas dan uang yang berlebihan, ini merupakan sebuah pemicu penyalahgunaan uang tersebut. Selain itu juga peredaran alkohol yang merajalela di perkotaan sampai ke pelosok desa akan mempermudah remaja untuk mendapatkan alkohol.

c. Perkembangan emosi

Masa remaja ini biasa juga dinyatakan sebagai periode “badai dan tekanan”, yaitu suatu masa dimana ketegangan emosi meninggi sebagai akibat dari perubahan fisik dan kelenjar. Meningginya perubahan emosi ini dikarenakan adanya tekanan sosial dan menghadapi kondisi baru (Monks & Haditomo, 2004).

Pada masa ini remaja tidak lagi mengungkapkan amarahnya dengan cara gerakan amarah yang meledak-ledak, melainkan dengan menggerutu, atau dengan suara keras mengritik orang-orang yang menyebabkan amarah.

d. Perkembangan moral

Pada perkembangan moral ini remaja telah dapat mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok daripadanya kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa terus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam hukuman seperti yang dialami waktu anak-anak (Hurlock, 2000).

Pada tahap ini remaja diharapkan mengganti konsep-konsep moral yang berlaku khusus dimasa kanak-kanak dengan prinsip moral yang berlaku umum dan

merumuskannya ke dalam kode moral yang akan berfungsi sebagai pedoman bagi perilakunya (Hurlock, 2000).

e. Perkembangan kepribadian

Pada masa remaja, anak laki-laki dan anak perempuan sudah menyadari sifat-sifat yang baik dan yang buruk, dan mereka menilai sifat-sifat ini sesuai dengan sifat teman-teman mereka. Mereka juga sadar akan peran kepribadian dalam hubungan-hubungan sosial dan oleh karenanya terdorong untuk memperbaiki kepribadian mereka (Hurlock, 2000).

Banyak remaja menggunakan standar kelompok sebagai dasar konsep mereka mengenai kepribadian "ideal".Tidak banyak yang merasa dapat mencapai gambaran yang ideal ini dan mereka yang tidak berhasil ingin mengubah kepribadian mereka (Hurlock, 2000).

2.5.3 Alasan Remaja Mengkonsumsi Minuman Keras

Masa ini sangatlah kritis di mana pada periode yang inilah merupakan pintu masuk pertama penyalahgunaan alkohol. Beberapa faktor penyebab penyalahggunaan alkohol pada remaja dapat diidentifikasikan berikut ini (Mason, 2002).

a. Motif ingin tahu

Pemberian informasi yang tidak tepat bisa mempengaruhi perkembangan remaja. Pada masa remaja seseorang akan mempunyai rasa ingin tahu yang sangat besar, termasuk keingintahuan terhadap alkohol.

b. Adanya kesempatan

Remaja mengenal alkohol bisa dikarenakan faktor kurangnya perhatian orang tua dan kurangnya rasa kasih sayang keluarga. Kontrol yang lemah dari orang tua akan menjadikan remaja cenderung mencari suatu pengalihan yang mampu menyenangkan dirinya, termasuk juga pada penggunaan alkohol.

c. Sarana dan prasarana

Remaja bisa mengkonsumsi alkohol karena orang tua memberikan fasilitas dan uang yang berlebihan, ini merupakan sebuah pemicu penyalahgunaan uang

tersebut. Selain itu juga peredaran alkohol yang merajalela di perkotaan sampai ke pelosok desa akan mempermudah remaja untuk mendapatkan alkohol.

d. Kepribadian

Kepribadian yang labil dan pengaruh teman pergaulan di masyarakat ataupun di lingkungan sekolah bisa menjadikan remaja terjerat dalam lingkaran penyalahgunaan alkohol.

e. Emosi dan mental lemah

Lemahnya mental seseorang akan lebih mudah dipengaruhi untuk melakukan perbuatan negatif yang akhirnya menjurus ke arah penggunaan alkohol.

II.6 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam Venus (2004, 7), mendefinisikan kampanye sebagai "serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu". Apapun ragam dan tujuannya, upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.

Ostergaard dalam Venus (2004, 10), menyebut ketiga aspek tersebut dengan istilah "3A" yaitu *awarness*, *attitude* dan *action*. Ketiga aspek ini bersifat saling terkait dan merupakan sasaran pengaruh yang harus dicapai secara bertahap agar satu kondisi perubahan dapat tercipta.

Awarness dalam aspek pertama oleh Ostergaard berarti menggugah kesadaran, menarik perhatian dan memberi informasi tentang produk dan gagasan yang disampaikan. Dalam hal ini, konsep dalam kampanye bahaya miras bagi remaja harus dapat menarik perhatian para masyarakat terutama penggunanya.

Aspek berikut diarahkan pada perubahan dalam ranah sikap atau attitude. Dalam hal ini, kampanye tentang bahaya miras bagi remaja harus memunculkan kepedulian kepada masyarakat atau penggunanya pada isu bahaya dan dampak yang akan terjadi bila mengkonsumsi miras di kalangan penggunanya.

Sementara pada aspek terakhir kegiatan kampanye bahaya miras bagi remaja agar ditunjukan untuk mengubah perilaku para pengguna secara konkrit dan terukur, yaitu dengan menanamkan kesadaran tentang bahaya yang akan di timbulkan dari mengkonsumsi miras, sehingga dengan begitu resiko meningkatnya konsumsi miras di kalangan remaja dapat berkurang dengan seiringnya perubahan pola pikir di kalangan remaja. Ataupun bila seseorang menginginkan

II.6.1 Jenis - Jenis Kampanye

- Kampanye Sosial

  Adalah suatu kegiatan kampanye yang mengkomunikasikan pesan pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dana bersifat non-komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala gejala sosial yang sedang terjadi.
- Kampanye Promosi

  Adalah kegiatan kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan dan sebagainya.
- Kampanye Politik

  Yaitu kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana suatu partai, program atau visinya. Dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan yang dipilih atau tidak.
- Kampanye Brisik

  Yaitu kampanye yang dilakukan melalui gerakan untuk melawan atau mengadakan aksi secara serentak dengan menyiarkan kabar angin. (Venus Antar, 2004, 20)

II.6.2 Manfaat Kampanye

Kampanye mampu memberikan manfaat yang sangat besar dalam penanggulangan suatu masalah, sebab kampanye merupakan salah satu jenis komunikasi masa yang mampu menyempaikan pesan secara sistematis untuk mencapai khalayak yang luas dan tersebar. Dalam menyampaikan strategi pesan yang tepat dan dilaksanakan dengan sungguh-sunguh maka pesan yang akan

disampaikan bisa diterima dan dicerna dengan baik oleh target audience sehingga tujuan dari kampanye pun akan tercapai.

II.7 Kampanye Sosial

Kampanye menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti suatu gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi). Sedangkan sosial adalah semua hal yang berkenaan dengan masyarakat. Jadi Kampanye sosial, merupakan suatu gerakan yang dilakukan untuk mengubah perilaku sesuatu yang berkenaan dengan kelompok masyarakat agar menuju ke arah tertentu sesuai dengan gerakan yang dilaksanakan oleh pembuat kampanye.

Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan "kampanye sosial sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak (masyarakat) yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu".(h.7)

II.7.1 Media kampanye

1. *Above The Line Media*, diantaranya:
    a. *Press/print* (Koran, majalah, jurnal, direktori, dan lain - lain)
    b. TV
    c. *Video (video, games)*
    d. Radio
    e. *Outdoor* (*billboard, banner*, Poster, dan lain - lain)
    f. Teater
2. *Below The Line Media*, diantaranya:
    a. *Literatur* (*flyers*, brosur, katalog,buku dan lain - lain)
    b. *Point Of Sales* (*sampel* produk, dan lain - lain)
    c. *Sky Ads.* (*flying banner, balloon*)
    d. *Body Ads.* (Topi, Kaos, dan lain - lain)
    e. *Gifts* (payung, korek api, pulpen, asbak, dan lain - lain)

II.8 Regulasi pemerintah untuk mengatasi penyalahgunaan alkohol

Di Indonesia, regulasi tentang peredaran miras dan minol diatur dalam Keputusan Presiden Republik Indonesia (Kepres) Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengawasan dan Pengendalian Minuman Beralkohol. Kepres ini mengatur syarat-syarat lokasi di mana saja miras dan minol bisa dijual.

Selain itu, impor minuman beralkohol diawasi oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC), Kementerian Keuangan Republik Indonesia.Impor Minuman Mengandung Ethyl Alkohol (MMEA) dilakukan oleh importir khusus dengan ijin khusus. Sedangkan pendirian pabrik di Indonesia yang hendak memproduksi MMEA wajib memiliki NPPBKC (Nomor Pokok Pengusaha Barang Kena Cukai) yang mengenakan tarif cukai pada tiap liter MMEA.

Pengawasan MMEA di Indonesia tidak hanya dilakukan oleh DJBC, namun juga oleh pemerintah daerah. Bahkan Perda Miras memiliki landasan hukum yang kuat. Perda Miras tidak bisa dianulir dan direvisi begitu saja oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), dikarenakan Perda Miras tidak bertentangan dengan landasan hukum tertinggi Indonesia, yaitu Pancasila dan UUD 1945.

Namun jika melihat apa yang terjadi saat ini, sepertinya regulasi-regulasi yang mengatur peredaran miras sama sekali tidak diindahkan. Masih banyak toko-toko dan minimarket yang leluasa menjual miras walaupun lokasi mereka berada di sekitar pemukiman, dekat sekolah, maupun tempat ibadah yang jelas-jelas dilarang oleh Kepres. Mereka juga bebas menjual miras kepada remaja usia dibawah 21 tahun yang belum begitu paham dampak buruk dari mengonsumsi miras.

Di lain sisi, pemerintah daerah yang berusaha mengawasi dan mengatur peredaran miras di wilayahnya, dalam implementasinya malah dianggap tidak sesuai dengan peraturan yang lebih tinggi. Sementara itu, perkembangan Rancangan Undang-Undang Miras (RUU Miras) masih belum jelas apakah akan masuk atau tidak ke dalam program legislasi nasional (Prolegnas) 2014.

II.9 Kajian permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang ada maka dengan merancang kampanye pencegahan konsumsi minuman keras pada usia remaja ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran pada anak remaja dan menciptakan generasi penerus bangsa yang cerdas.

Seperti yang sudah di jelaskan di atas masa remaja masa dimana seseorang memiliki rasa keingintahuan yang sangat tinggi. Hal tersebut yang bisa mengakinbatkan para remaja menjadi pengkonsumsi, apalagi dengan di dukung dengan kurangnya perhatian dari orang tua dan masyarakat. Hal ini di anggap penting mengingat banyaknya penurunan prestasi belajar yang di akibatkan dari mengkonsumsi minuman keras. Masalah remaja dan minuman keras bisa timbul dari kelompok kelompok yang terbentuk dimana kebiasaan terbentuk dari pengaruh teman di kelompok tersebut. Kebanyakan dari pengkonsumsi minuman keras timbul dari kelompok yang kebiasaannya berkumpul di luar lingkungan rumah yang tidak terawasi oleh orang tuanya.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu media informasi yang mampu mempengaruhi remaja agar tidak trejerumus dalam konsumsi miras dan diharapkan dapat menjadi sebuah solusi dari permasalahan konsumsi miras yang berpengaruh terhadap penurunan kecerdasan pada anak remaja.

2.9.1 Segmentasi

1. Geografis

Sebagai sampel diambil dari remaja yang tinggal di kota Bandung. Kota bandung menjadi sempel karena kota bandung merupakan ibukota provinsi Jawa Barat yang dikenal sebagai kota *fesyen*, musik dan termasuk salah satu kota *trendsetter* dalam aktivitas pergaulan remajanya.

2. Demografis

- Jenis kelamin : Pria dan wanita.
- Kelompok umur : Remaja, yaitu remaja awal (12-18 tahun)

Kelompok umur remaja dipilih karena masa ini adalah masa labil dan dapat dengan mudah untuk di pengaruhi.

- Kelompok pendidikan: SMP dan SMA
- Status ekonomi sosial: kelas menengah bawah, menengah atas dan kelas atas.

3. Psikografis

Bergaya modern ingin selalu trendi, suka akan humor dalam pergaulan menggunakan sebagian besar waktunya bersama dengan teman teman kelompoknya, dan menggunakan sebagian besar uangnya untuk membeli sesuatu yang meningkatkan aktualisasi diri di depan kelompoknya atau teman sebayanya.

Karakteristik remaja : Karakteristik remaja sama antara daerah satu dengan daerah lain, tetapi yang membedakan adalah dari segi kecepatan penyebaran informasi dan fasilitas komunikasi lebih mudah didapatkan membuat remaja di kota besar lebih cepat dalam menerima perubahan sosial dan sesuatu yang sedang *tren*. Dari situ terbentuklah kelompok – kelompok karena adanya rasa kesamaan selera, jenis dan minat. Dari kelompok tersebut tidak menutup kemungkinan menimbulkan suatu kebiasaan lain yang dijalankan oleh kelompok tersebut baik bersifat positif ataupun negatif.