

PENGALAMAN KOMUNIKASI MEMINUM MINUMAN KERAS PADA GENERASI Z

Bintang Riskyawan¹, Ana Fitriana Poerana², Khairul Arief Rahman³

Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2,3}

bintangriskyawan@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motif, pengalaman komunikasi, dan makna konsumsi minuman keras di kalangan Generasi Z di Kota Bekasi. Pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi diterapkan untuk memahami pengalaman subjektif informan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang dipilih menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif utama konsumsi minuman keras berakar pada kebutuhan akan pelarian (*escape mechanism*) dari berbagai tekanan hidup, seperti tekanan pekerjaan, konflik emosional (misalnya patah hati), konflik keluarga, dan tekanan sosial untuk konformitas. Pengalaman komunikasi pasca-konsumsi ditandai oleh transformasi kualitas interaksi yang paradoks: menciptakan suasana yang lebih cair dan jujur, tetapi juga berpotensi memicu konflik akibat menurunnya regulasi diri. Makna yang dibangun bersifat multidimensional, mencakup aspek instrumental (sarana relaksasi dan *networking*), identitas (bagian dari citra diri dan kelompok), serta eksistensial (“teman hidup” dan pelarian sementara). Studi ini menyimpulkan bahwa konsumsi minuman keras pada Generasi Z di Bekasi lebih dari sekadar perilaku rekreasional; merupakan mekanisme koping kompleks dalam menavigasi tantangan kehidupan perkotaan. Temuan ini memberikan implikasi bagi pengembangan program kesehatan masyarakat dan intervensi komunikasi yang lebih kontekstual.

Kata Kunci: Fenomenologi, Generasi Z, Minuman Keras, Pelarian, Pengalaman Komunikasi.

ABSTRACT

This study aims to explore the motives, communication experiences, and meanings of alcoholic beverage consumption among Generation Z in Bekasi City. A qualitative approach with the phenomenological method was applied to understand the subjective experiences of informants. Data were collected through in-depth interviews with five informants selected using the snowball sampling technique. The research findings indicate that the primary motive for alcoholic beverage consumption is rooted in the need for an escape mechanism from various life pressures, such as work stress, emotional conflicts (e.g., heartbreak), family conflicts, and social pressure for conformity. Post-consumption communication experiences are characterized by a paradoxical transformation in interaction quality: creating a more fluid and honest atmosphere, but also potentially triggering conflicts due to decreased self-regulation. The constructed meanings are multidimensional, encompassing instrumental aspects (means of relaxation and networking), identity (part of self-image and group identity), and existential

dimensions ("life companion" and temporary escape). This study concludes that alcoholic beverage consumption among Generation Z in Bekasi is more than mere recreational behavior; it is a complex coping mechanism for navigating urban life challenges. These findings provide implications for the development of more contextual public health programs and communication interventions..

Keywords: *Alcoholic Beverages, Communication Experience, Escap, Generation Z, Phenomenology.*

PENDAHULUAN

Kota Bekasi, sebagai salah satu kawasan metropolitan penyangga Ibu Kota, mengalami dinamika sosial yang kompleks dan pesat. Fenomena konsumsi minuman keras di kalangan Generasi Z (mereka yang lahir antara 1997-2012) muncul sebagai isu kesehatan masyarakat yang memprihatinkan sekaligus persoalan sosial yang memerlukan pemahaman mendalam. Data empiris menunjukkan tingginya aksesibilitas dan normalisasi minuman keras di wilayah ini, yang ditandai dengan peredaran bebas dan insiden tragis seperti kasus remaja tewas di Kali Bekasi yang dikaitkan dengan pesta miras (Ale, 2024). Survei nasional juga mengindikasikan pola konsumsi alkohol yang signifikan di kalangan penduduk usia muda (Hanifah, 2023).

Secara global, literatur mengungkap bahwa perilaku konsumsi alkohol pada remaja dan dewasa muda dipengaruhi oleh faktor multidimensional, termasuk pemasaran agresif, tekanan teman sebaya (peer pressure), serta upaya pencarian identitas dan pelarian dari stres (Jernigan et al., 2017). Beberapa penelitian telah mengkaji aspek penyebab dan dampak negatif penyalahgunaan minuman keras pada remaja secara umum, misalnya di lokasi tertentu seperti Perumahan Harapan Baru di Bekasi (Hermawan, 2021) atau Kampung Bulak Amah di Bogor (Adawiyah, 2023). Namun,

mayoritas kajian tersebut masih berfokus pada faktor eksternal (lingkungan, ekonomi) dan dampak kesehatan atau kriminalitas, sehingga menghasilkan pemahaman yang cenderung deterministik dan kurang menyentuh dimensi subjektif dari pelaku.

Generasi Z di lingkungan perkotaan seperti Bekasi secara aktif memaknai, mengalami, dan mengonstruksi realitas seputar kebiasaan minum mereka. Pertanyaan tentang apa yang sebenarnya dicari, dialami, dan dimaknai dari ritual minum-minum tersebut, masih belum banyak dijawab melalui pendekatan yang menempatkan suara dan pengalaman subjek sebagai pusat analisis. Pemahaman terhadap dimensi komunikasi dalam fenomena ini juga terbatas, padahal alkohol hampir selalu dikonsumsi dalam setting sosial yang melibatkan dinamika interaksi spesifik.

Penelitian ini mengadopsi perspektif fenomenologi sosial Alfred Schutz. Pendekatan ini menawarkan kerangka teoritis yang tepat untuk mengeksplorasi "dunia kehidupan" (lifeworld) setiap individu, melalui kesadaran dan interaksi sosial sehari-hari, membangun stok pengetahuan (stock of knowledge), tipifikasi, dan akhirnya makna dari tindakan mereka (Wita & Mursal, 2022). Dalam konteks ini, minuman keras tidak dilihat semata sebagai objek penyimpangan, melainkan sebagai

bagian dari *lifeworld* yang dipenuhi makna subjektif. Fokus pada pengalaman komunikasi menjadi krusial, karena dalam kerangka Schutz, realitas sosial terbangun secara intersubjektif melalui komunikasi; bagaimana seseorang berinteraksi di bawah pengaruh alkohol merupakan bagian dari konstruksi makna tersebut.

Penelitian ini secara khusus menyoroti Generasi Z di konteks urban Bekasi, mengisi kekosongan kajian yang mendalam tentang kelompok usia ini di wilayah penyangga ibu kota. Kedua, secara teoritis, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan fenomenologi Schutz secara spesifik untuk mengurai lapisan motif, pengalaman interaksional, dan konstruksi makna, yang belum banyak dilakukan pada studi sejenis di Indonesia. Ketiga, secara tematik, fokus pada “pengalaman komunikasi” memberikan lensa analisis yang unik untuk memahami bagaimana alkohol memengaruhi dan dibingkai dalam proses interaksi sosial, yang menjadi inti dari pembentukan realitas bersama.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis fenomena konsumsi minuman keras di kalangan Generasi Z di Kota Bekasi yang merupakan persoalan sosial yang kompleks. Meskipun telah banyak dikaji dari sisi penyebab dan dampak eksternal, masih terdapat celah pengetahuan yang signifikan terkait pemahaman mendalam atas pengalaman subjektif, proses pembentukan makna, serta dinamika komunikasi dari perspektif pelaku itu sendiri. (Nindito, 2013). Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk mengisi celah tersebut dengan mengadopsi pendekatan

fenomenologi sosial Alfred Schütz, guna mengeksplorasi motif pelarian, pengalaman interaksi yang bersifat paradoks, serta konstruksi makna multidimensional yang dibangun Generasi Z terhadap praktik konsumsi minuman keras. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi substantif, teoretis, dan tematik dalam memahami fenomena konsumsi minuman keras secara lebih holistik dan kontekstual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih untuk memahami esensi pengalaman hidup (*lived experience*) para pengguna minuman keras dari sudut pandang mereka sendiri.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur dengan lima informan kunci. Kriteria pemilihan informan adalah: (1) termasuk dalam Generasi Z (lahir 1997-2012); (2) berdomisili di Kota Bekasi; (3) memiliki pengalaman mengonsumsi minuman keras minimal lima tahun; dan (4) frekuensi konsumsi minimal empat kali dalam sebulan. Informan direkrut menggunakan teknik *snowball sampling*. Wawancara dilakukan pada Desember 2025, berfokus pada penggalian motif awal, rangkaian pengalaman saat minum, dinamika komunikasi, dan pemaknaan personal terhadap kebiasaan tersebut. Data sekunder diperoleh dari studi dokumentasi (berita, laporan) dan kepustakaan.

Analisis data mengikuti langkah-langkah analisis fenomenologis menurut Creswell, yang meliputi: (1) mendeskripsikan pengalaman peneliti; (2) mengidentifikasi dan menghorisonalisasi pernyataan informan; (3) mengelompokkan pernyataan ke dalam unit bermakna (meaning units); (4) mengembangkan deskripsi tekstural dan struktural; serta (5) menyusun sintesis makna esensial dari pengalaman seluruh informan. Untuk menjaga keabsahan data, dilakukan triangulasi teknik dengan memadukan data hasil wawancara, observasi lapangan terbatas, dan studi dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif konsumsi minuman keras pada Generasi Z di Kota Bekasi dapat dilihat bahwa motif konsumsi minuman keras tidak berdiri secara tunggal, melainkan bersifat multidimensi dan saling bertautan satu sama lain. Melalui pendekatan teori fenomenologi, dapat dipahami bahwa awal dari meminum minuman keras mempunyai sebuah motif dari diri pribadi seseorang yang mengonsumsinya. Motif konsumsi minuman keras pada Generasi Z di Kota Bekasi menjadi ruang di mana kebutuhan akan pelarian, penerimaan sosial, relaksasi, hingga pencarian makna diri beririsan dan saling menguatkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan analisis mendalam terhadap pengalaman kelima informan (Akmal, Teddy, Tio, Palkor, dan Qale), ditemukan bahwa motif konsumsi minuman keras bersifat multidimensi dan saling bertautan. Motif-motif tersebut dapat dikategorikan ke dalam empat tipologi utama:

Motif Pelarian dari Tekanan Struktural (Structural Escape)

Motif ini dominan pada informan yang mengalami tekanan dari dunia kerja dan ekonomi. Informan Akmal, misalnya, menjadikan alkohol sebagai "*pelarian dari capek karena kerjaan*" dan ketidakpastian status kontrak kerjanya. Menggambarkan konsumsi miras sebagai cara bertahan (survive) dari beban tersebut. Informan Teddy juga menyebut kelelahan fisik setelah bekerja sebagai pemicu utamanya saat ini.

Motif Pelarian Emosional (Emotional Escape)

Motif ini muncul sebagai respons terhadap tekanan psikologis internal. Informan Tio secara eksplisit menyatakan bahwa minuman keras adalah "*obat lupa sakit hati*" akibat putus cinta. Konsumsi alkohol berfungsi sebagai mekanisme penghindaran (avoidance coping) untuk meredakan rasa sakit emosional secara sementara, meski ia menyadari bahwa masalahnya tidak benar-benar terselesaikan.

Motif sebagai Mekanisme Koping terhadap Konflik Keluarga (Familial Coping)

Motif ini berkaitan dengan upaya mengelola stres yang bersumber dari dinamika keluarga. Informan Palkor mengawali kebiasaan minumnya sebagai cara mencari ketenangan di tengah konflik keluarga. Palkor menyebutnya sebagai "*cara gua survive*" dalam menghadapi situasi rumah yang tegang.

Motif Strategis untuk Modal Sosial (Strategic Social Capital Motive)

Motif ini menekankan pada pemanfaatan konsumsi alkohol sebagai instrumen untuk mencapai tujuan sosial dan profesional. Informan Qale memaknai minuman keras sebagai "*jembatan untuk membangun koneksi*". Keluarganya memperkenalkan miras sebagai keterampilan sosial, dan Informan Qale menggunakannya untuk memperlancar networking dengan klien. Pada ranah yang lebih sederhana, Informan lainnya mengakui adanya tekanan konformitas dari kelompok sebaya, di mana minum bersama merupakan ritual untuk memperkuat ikatan dan identitas kelompok.

Keempat motif ini sering kali tidak berdiri sendiri, namun saling tumpang-tindih dalam pengalaman satu individu, menunjukkan kompleksitas fungsi alkohol dalam kehidupan Generasi Z.

Konsumsi minuman keras pada Generasi Z di Bekasi jauh melampaui sekadar pencarian kesenangan hedonistik. Melalui kerangka fenomenologi Schutz, dapat dipahami bahwa tindakan mengonsumsi alkohol merupakan *meaningful action* yang berakar pada *biographical situation* dan *stock of knowledge* masing-masing individu (Nindito, 2013). Motif pelarian (*escape motive*) yang dominan baik dari tekanan kerja, emosi, maupun keluarga mencerminkan upaya individu untuk menciptakan jarak psikologis dari *lived experience* yang dirasa menekan atau menyakitkan. Alkohol menjadi *lifeworld* alternatif yang menyediakan ilusi kelegaan dan kontrol sesaat.

Konsep *because motive* (motif sebab) dan *in-order-to motive* (motif tujuan) dari Schutz sangat relevan di sini (Manggola & Thadi, 2021). *Because motive* terlihat pada latar belakang tindakan, seperti konflik keluarga (Palkor) atau patah hati (Tio). Sementara itu, *in-order-to motive* terlihat pada tujuan yang ingin dicapai, seperti mengurangi stres (Akmal, Teddy), melupakan masalah (Tio), atau membangun relasi (Qale). Motif strategis untuk modal sosial yang diungkapkan Informan Qale menunjukkan internalisasi nilai pragmatis, di mana alkohol ditransformasikan menjadi keterampilan dan aset dalam membangun *social capital*.

Temuan tentang tekanan teman sebaya (konformitas) memperkuat penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kelompok dalam perilaku konsumsi remaja (Mutia & Sukmawati, 2019). Dalam perspektif fenomenologi sosial, tindakan minum bersama merupakan bagian dari proses tipifikasi dan pembangunan dunia sosial bersama yang memperkuat rasa "kita" (*we-relationship*). Dengan demikian, motif sosial tidak hanya eksternal, tetapi telah terinternalisasi sebagai bagian dari identitas dan cara berada dalam dunia sosial mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, bahwa motif konsumsi minuman keras di kalangan Generasi Z Kota Bekasi bersifat kompleks dan multifungsi, dengan akar utama pada kebutuhan akan pelarian (*escape*) dari berbagai bentuk tekanan kehidupan urban. Keempat tipologi motif pelarian struktural, pelarian emosional, koping keluarga, dan strategi modal sosial

menunjukkan bahwa alkohol beroperasi sebagai mekanisme koping yang mudah diakses, meski bersifat maladaptif, untuk menghadapi tantangan eksistensial, psikologis, dan sosial. Implikasi praktis dari temuan ini menekankan pentingnya pendekatan pencegahan yang tidak menghakimi, tetapi berusaha memahami dan mengatasi akar tekanan psikososial yang dialami generasi muda. Program intervensi perlu menyediakan alternatif saluran pelarian dan koping yang lebih sehat, serta memperkuat ketahanan mental dan dukungan sosial di tingkat komunitas. Untuk penelitian selanjutnya, eksplorasi lebih lanjut mengenai interaksi antara motif ini dengan faktor media digital dan kebijakan lokal akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ale, R. (2024). Polisi Sebut Remaja Tewas di Kali Bekasi Sempat Kumpul Minum Miras. Retrieved June 20, 2025, from [cnnindonesia.com website: https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240923124028-12-1147278/polisi-sebut-remaja-tewas-di-kali-bekasi-sempat-kumpul-minum-miras](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240923124028-12-1147278/polisi-sebut-remaja-tewas-di-kali-bekasi-sempat-kumpul-minum-miras)
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.v5i2.3432>
- Alfred Schutz. (1970). *Alfred Schutz on phenomenology and social relations*. University of Chicago Press.
- Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research* (Vol. 32). SAGE publications.
- Hamzah, S. (2014). *Quality of Work Life : Faktor Dan Implikasi Individu*. 17–21. Retrieved from Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu perustakaan.upi.edu
- Hanifah, L. N. (2023). Literature Review: Factors Affecting Alcohol Consumption and the Impact of Alcohol on Health Based on Behavioral Theory. *Media Gizi Kesmas*, 12(1), 453–462. <https://doi.org/10.20473/mgk.v12i1.2023.453-462>
- Jernigan, D., Noel, J., Landon, J., Thornton, N., & Lobstein, T. (2017). Alcohol marketing and youth alcohol consumption: a systematic review of longitudinal studies published since 2008. *Addiction*, 112, 7–20. <https://doi.org/10.1111/add.13591>
- Manggola, A., & Thadi, R. (2021). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3111>
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8.

- Mutia, A. T., & Sukmawati, I. (2019). Relationship Between Peer Pressure and Self Esteem in Adolescents. *Jurnal Neo Konseling*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.24036/00132kons2019>
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1114.
- Oktavia, D. A. R., & Sudaryanto, E. (2018). Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto Swafoto Dalam Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Representamen*, 4(01), 1–9. <https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1420>
- Poerana, A. F., Sos, S., & Kom, M. I. (2025). *Etnografi Komunikasi Dalam Lintas Budaya Masa Kini Dari Tradisi Ke Teknologi*. Nas Media Pustaka.
- Rahmatullah, R. (2024). *Fenomena Bermain Judi Online Slot Bagi Mahasiswa (Studi Fenomenologi Mahasiswa Di Karawang)*.
- Wita, G., & Fansuri, I. M. (2022). Phenomenology in Social Study a Study of Meaning Construction. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 06(2), 325–338. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Wita, G., & Mursal, I. F. (2022). Fenomenologi dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2), 325–338. <https://doi.org/10.22437/titian.v6i2.21211>