



Pola dan faktor yang mempengaruhi peminuman minuman keras remaja Dusun Malaysia

Ardiah Jamali¹, Zaidah Mustapha², Rokiah Ismail²

¹Merdeka Center for Opinion Research, Bandar Baru Bangi, Selangor, ²Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Ardiah Jamali (email: ardiahjamali@yahoo.com)

Abstrak

Kajian ini membincangkan isu berkaitan pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja. Kajian menumpukan kepada jenis, pola minum dan faktor-faktor remaja minum minuman keras berdasarkan pengalaman dan persepsi remaja. Kajian dijalankan di sekitar daerah Ranau dengan menjadikan Kampung Noopung dan Kampung Lansat sebagai kawasan tumpuan kajian. Jenis data yang dikumpul ialah data kuantitatif dan kualitatif. Lima puluh remaja Dusun yang mempunyai pengalaman secara langsung mengambil minuman keras dipilih sebagai responden survei menggunakan kaedah *snowball*. Empat orang informan utama pula terdiri daripada golongan remaja dan dewasa yang banyak mengetahui tentang pengambilan minuman keras dalam masyarakat. Data kualitatif diperolehi melalui pemerhatian tidak ikut serta dan temubual mendalam. Hasil kajian mendapati remaja mula minum minuman keras serendah umur bawah 15 tahun. Mereka lebih banyak minum minuman keras tradisional, namun sudah cenderung minum bir yang dikategorikan sebagai minuman keras kosmopolitan. Remaja mudah memperolehi minuman keras di rumah pengusaha, kedai runcit dan restoran. Mereka sering minum di waktu perayaan, di hujung minggu dan bersama rakan sebaya. Umumnya pengambilan minuman keras di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor sikap dan persekitaran sosial. Sikap meliputi sikap *ritual*, *convivial* dan *utilitarian*. Faktor sekitaran sosial pula adalah *incitement*, *availability* dan *example*. Faktor *incitement* meliputi kebenaran minum tidak kira usia sewaktu pesta dan ritual budaya, dorongan rakan sebaya, daya beli remaja, identiti kelelakan. Faktor *availability* pula meliputi keadaan mudah mendapat minuman keras di pesta, kedai runcit, di rumah-rumah pengusaha dan restoran. Faktor *example* pula meliputi contoh yang mudah diikuti daripada amalan rakan sebaya, ahli masyarakat dan iklan.

Katakunci: arak kosmopolitan, arak tradisi, faktor sikap, kebenaran masyarakat, pengambilan alkohol oleh remaja, persekitaran sosial

The pattern and factors of alcohol consumption among the Malaysian Dusun youths

Abstract

This paper presents the findings of a study on youths and their drinking pattern in a Malaysian community. Field surveys were conducted in Kampung Noopung and Kampung Lansat in the district of Ranau, Sabah where 50 Dusun youths aged between 15-25 and direct consumers of the alcohols were selected through a snowball technique as respondents. Four other key informants were selected among the villagers to provide an account on the drinking pattern of the youths, in addition to a non-participant observation as to the general scenario of the drinking activities in the community. The study found that the youths had started

drinking as early as below 15 years old, consumed more of the traditional alcohol drinks, and ventured into beer drinking, which was categorised as a locally produced cosmopolitan drink. The liquors were easily available and could be bought at a house whose owner had been producing them in small quantities, at the village sundry shop and at restaurants or eating stalls. The liquors were consumed more during festive seasons, weekends and when with peer groups. Two general factors, namely, the youths' attitude (ritual, convivial and utilitarian) and social environment (incitement, availability and example) were identified as contributing to the youths' consumption of alcohol. The incitement factors included the absence of any societal sanction against the consumption of alcohols by young people, peer group pressure, advertisements, the youths' purchasing power, and the fulfilment of the male 'macho' identity.

Keywords: alcohol consumption by young people, attitude factor, cosmopolitan liquors, social environment, societal sanction, traditional liquors

Pengenalan

Malaysia adalah sebuah negara kecil, namun menduduki tangga ke 10 dalam kalangan negara yang penduduknya mengambil atau minum minuman beralkohol atau dikenali sebagai minuman keras di Malaysia. Pengambilan minuman alkohol semakin meningkat bagi orang yang menganut agama Islam dan bukan Islam di Malaysia (Normah *et al.*, 2005). Menurut Assunta, Idris dan Hamid (2006) setiap tahun penduduk Malaysia membelanjakan sebanyak US\$500 juta untuk membeli dan minum minuman beralkohol. Walaupun jika dikira per kapita pengambilannya adalah 7 liter, namun mereka yang terlibat mengambil minuman ini, minum dengan banyak sekali. Kelompok etnik India yang merupakan lapan peratus penduduk Malaysia adalah di antara kelompok yang paling tinggi mengambil dan minum minuman keras (absolute alcohol), iaitu dalam setahun seorang minum lebih daripada 14 liter. Orang Malaysia minum sebanyak 11 liter bir setahun iaitu lebih kurang sama dengan orang di negara Eropah yang memang tinggi kadar pengambilan beer. Menurut Assunta, Idris dan Hamid (2006) lagi umur purata kebergantungan kepada alkohol di Malaysia adalah 22 tahun.

Minuman keras atau minuman yang mengandungi alkohol boleh didapati dalam banyak masyarakat di dunia sejak sekian lama. Pada awalnya minuman keras dihasilkan secara tradisional untuk digunakan oleh ahli kelompok masyarakat itu sendiri. Kini penghasilannya berubah kepada pengeluaran secara besar-besaran dengan jenama khusus dan dalam pelbagai jenis. WHO (2007) mengklasifikasikan pengeluaran dan pendedaran minuman beralkohol tersebut kepada minuman keras tradisional yang dihasilkan di rumah dan sebagai hasil kraf budaya, minuman keras tradisional yang dikeluarkan sebagai industri tempatan, minuman keras kosmopolitan yang dikeluarkan oleh industri tempatan dan minuman keras kosmopolitan industri global. Minuman kosmopolitan bermakna minuman keras Eropah – bir, wain, *brandy*, wiski, gin, vodka dan spirit – yang diedarkan secara meluas di seluruh dunia. Kini *tequila*, *sake*, *cider* dan beberapa jenis minuman spirit lain yang dikaitkan dengan masyarakat bukan Eropah telah pun diangkat menjadi minuman kosmopolitan apabila pemasar berjaya mendapat pengiktirafan pasaran dunia untuk memasukkan minuman tersebut ke dalam senarai yang sedia ada.

Suatu perkara penting yang harus diambil kira dalam konteks negara Asia adalah pola minum minuman beralkohol di Sri Lanka, Thailand dan Malaysia yang tercatat dalam konsumsi per kapita negara tersebut tidak semestinya menggambarkan pola konsumsi sebenar. Selain daripada minuman beralkohol yang mahal dan terdapat dalam pasaran antarabangsa, wujud juga minuman beralkohol buatan tempatan yang murah dan *potent* sama ada dibuat secara sah atau haram yang tidak termasuk dalam statistik negara. Di Malaysia terdapat minuman beralkohol lokal seperti samsu (a locally distilled potent spirit introduced by the British during colonial time), todi (nira kelapa yang diperam), tuak (nira kelapa manis dan peraman), tapai (air peraman nasi/beras yang manis dan beralkohol), langkau dan lihing (distilled tapai). Di Indonesia hanya 2.7 peratus populasinya minum minuman beralkohol, namun 40 peratus orang Bali minum minuman

beralkohol yang dibuat daripada nira kelapa/pohon enau/pohon kabung. Di Sri Lanka mereka yang paling banyak minum minuman beralkohol tinggal di desa. Satu kajian di tujuh buah desa di Sri Lanka mendapati 71 peratus responden minum minuman beralkohol setiap hari. Penggunaan adalah tinggi dalam kalangan keluarga miskin dan 93 peratus responden mengambil minuman beralkohol tempatan. Di Nepal pula pengambilan minuman beralkohol menjadi sebahagian aktiviti sosial dalam kalangan pelbagai kelompok etnik yang terdapat di sana.

Minuman keras diambil oleh orang daripada semua peringkat umur termasuklah remaja. Tabiat minum minuman keras dalam kalangan ahli masyarakat dipengaruhi oleh pelbagai faktor. Antara faktor yang mendorong pengambilan minuman beralkohol menurut Assunta adalah minuman tersebut mudah diperolehi di kedai kopi, kedai runcit, kedai runcit moden yang dibuka 24 jam, supermarket dan di ladang-ladang. Syarikat besar yang menjual minuman keras bertaraf antarabangsa membuat iklan yang agresif mempromosi minuman tersebut, juga mempengaruhi peningkatan pengambilan minuman beralkohol. Di Malaysia, pengiklanan minuman keras secara langsung tidak dibenarkan dalam media dan *billboards*, kecuali di Sabah. Namun pengiklanan dibenarkan di panggung wayang, dalam kaset video dan media cetak. Penajaan oleh syarikat pengeluar dan penjual minuman keras dibenarkan dan terdapat pelbagai taktik yang digunakan oleh industri minuman keras untuk memasarkan minuman tersebut di Malaysia. Menurut Assunta, Idris dan Hamid (2006) taktik tersebut termasuklah menasarkan kelompok tertentu dengan *tag line* yang tepat ditujukan kepada gaya hidup kelompok tersebut. Antara kelompok yang menjadi sasaran adalah orang India yang miskin, bumiputra Sabah dan Sarawak. Orang pribumi Sabah dan Sarawak merayakan Tadau Ka'amatan dan Pesta Gawai bagi menyambut musim menuai padi. Pada asalnya perayaan ini akan dirayakan dengan minuman keras tempatan iaitu, tapai dan lihing. Namun kini syarikat minuman keras telah mengiklankan dan menaja pesta Gawai menyebabkan minuman keras bukan tempatan telah menembusi pasaran tempatan di sana (Assunta, 2007).

Terdapat juga pengiklanan yang menasarkan maksud kebaikan kepada kesihatan lelaki dan perempuan. Syarikat besar juga menjalankan aktiviti penajaan program yang bersifat perayaan keagamaan dan pengumpulan dana untuk derma dan mengisi tabung.

Trend minum minuman keras dalam kalangan remaja pada masa kini semakin meningkat di Eropah Barat (Assunta, 2007). Menurut laporan yang disediakan oleh the Institute of Alcohol Studies in London untuk Health EU (WHO, 2007) pada tahun 2008 hampir semua (lebih 90 peratus) remaja negara EU (European Union) yang berumur antara 15-16 tahun pernah minum minuman beralkohol. Rata-ratanya mereka mula mengambil minuman keras pada umur 12½ tahun dan mula minum sampai mabuk pada umur 14 tahun. Di negara-negara Asia juga peningkatan pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja berlaku. Menurut Assunta (2007), remaja Thailand, Malaysia dan Filipina telah mula minum pada peringkat umur yang semakin rendah. Remaja Thailand berumur 12 tahun dan remaja Filipina bawah 15 tahun telah didapati terlibat dalam pengambilan minuman keras. Sebanyak 45 peratus remaja Malaysia di bawah umur 18 tahun kerap minum minuman keras. Satu faktor khusus yang diperhatikan menyumbang kepada peningkatan ini adalah wujudnya minuman keras yang disasarkan kepada golongan remaja. Pada tahun 1997 Alcopops atau minuman lemonad soda beralkohol (4-5 peratus) telah dijual di Malaysia dengan pakej yang menarik, berwarna-warni, lakaran kartun dan nama yang mudah diingat oleh remaja. Selain itu menurut WHO Expert Committee on Problems Related to Alcohol Consumption 2007, syarikat pengeluar minuman keras juga dikatakan menggunakan sukan, movie dan konsert rock dalam bentuk penajaan untuk memperkenalkan jenama mereka kepada remaja. Kenyataan ini juga disokong oleh Assunta (2007) yang menambah terdapat juga laman web khusus disasarkan kepada orang muda untuk membentuk kelab yang menawarkan peraduan, muat turun muzik dan hadiah dalam bentuk komputer jika mereka minum minuman keras penaja. Menurut Assunta (2001), "*Carlsberg Malaysia offered a computer as a prize on its web site, and claimed to support computer literacy by pledging to*

donate 10 cents (£.018) in exchange for a crown, cork or can-ring from small bottles or cans of Carlsberg.”

Faktor sosio-budaya juga seringkali dijelaskan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pola pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja. Amalan tradisi yang membenarkan dan memerlukan ahli masyarakat minum minuman keras sewaktu upacara ritual dan perayaan telah dihubungkan dengan kelonggaran peraturan yang dikuatkuasakan terhadap remaja mengenai pengambilan minuman keras. Maknanya, remaja ‘dibenarkan’ minum minuman keras pada hari-hari penting masyarakat.

Kajian mengenai kesan minuman keras terhadap diri dan hubungan sosial peminum telah banyak dilakukan di negara Eropah. WHO telah menubuhkan Komite Pakar Masalah berkaitan Pengambilan Alkohol yang telah menyetujui inisiatif negara dunia dalam mengumpul data mengenai masalah alkohol di negara masing-masing. Menurut Kessel dan Walton (1965), terdapat masyarakat yang menganggap bahawa minum minuman keras menyebabkan peningkatan kadar masalah sosial dan kesihatan. Tabiat minum minuman keras secara tidak terkawal boleh menyebabkan toksin terhimpun dalam badan yang membawa kepada kematian. Golongan yang minum minuman keras secara berlebihan dianggap sebagai penyumbang kepada peningkatan masalah sosial dalam sesebuah masyarakat. Assunta (2007) menyenaraikan kemiskinan, keganasan rumah tangga dan kemalangan jalan raya sebagai kesan terhadap mereka yang mengambil minuman keras berlebihan. Namun kajian terhadap penyalahgunaan alkohol dan kesan terhadap prestasi kerja yang dilakukan oleh Normah et al. (2006) di Malaysia mendapati tidak banyak maklumat diketahui tentang kekerapan dan pola pengambilan alkohol dalam kalangan pekerja bukan Islam di negara ini.

Secara tidak langsung kos kesan yang ditanggung oleh kerajaan amat besar dan boleh mencapai bilion ringgit. Kesan alkohol terhadap kesihatan dan beban penyakit sememangnya telah banyak dikaji dan dibuktikan (WHO, 2007). Selain itu WHO (2007) juga telah menonjolkan kesan marabahaya sosial yang dikaitkan dengan minuman keras, iaitu, masalah hubungan interpersonal dan keluarga, masalah kerja, jenayah dan keganasan, dan keterpinggiran sosial. Kajian mengenai perkara tersebut kini banyak ditumpukan kepada kos sosial alkohol yang dulunya dikenali sebagai “kos penyakit”. Menurut WHO (2007), kajian tersebut telah menyimpulkan kos marabahaya sosial lebih tinggi dan berat jika dibandingkan dengan kos khidmat kesihatan beban penyakit (the global burden of disease – GBD) semata.

Salah satu kesan yang dikenalpasti oleh WHO (2007) dan Assunta (2000) adalah kesan marabahaya sosial pada peringkat masyarakat. Misalnya, upacara keagamaan yang sepatutnya mengikat erat dan menyatupadukan ahli masyarakat mungkin terganggu dan musnah akibat mabuk yang berlaku berulang kali. Ini ditingkatkan lagi dengan tembusnya jenis minuman keras metropolitan (WHO 2007) yang boleh dibeli apabila ahli masyarakat sudah mempunyai wang tunai. Kesan endemik kemabukan terbukti berlaku dalam banyak masyarakat aslian di dunia.

Oleh kerana pengambilan minuman keras ini semakin meluas berlaku dalam kalangan remaja dan memandangkan kesannya kurang diberi perhatian oleh peminum, adalah menjadi matlamat kajian untuk mengenalpasti golongan remaja yang minum minuman keras, menjelaskan pola pengambilan minuman keras, faktor dan masalah yang dihadapi oleh peminum dalam kalangan remaja Dusun di Sabah. Tambahan lagi masyarakat Dusun tidak menghalang malah meneruskan amalan minum minuman dalam kalangan ahlinya kecuali mereka yang telah memeluk agama Islam.

Objektif kajian

Kajian dijalankan terhadap muda-mudi Dusun yang minum minuman keras. Objektif kajian yang pertama ialah untuk mengenalpasti latar belakang remaja yang mengambil minuman keras, tahap

umur mula minum minuman keras dan sama ada ibu bapa mereka mengambil minuman keras atau tidak.

Objektif kedua adalah menjelaskan pola pengambilan minuman keras yang meliputi jenis minuman yang diambil, tempat memperoleh minuman keras, tempat minum, waktu dan dengan siapa remaja minum serta kaitan minum minuman keras dengan gender.

Objektif kajian seterusnya ialah meneliti faktor yang mempengaruhi pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja. Faktor-faktor yang diberi perhatian merangkumi faktor sikap individu dan faktor luaran iaitu persekitaran, budaya, ekonomi dan gender.

Kerangka teoritis

Bales (1962), menggunakan teori *cultural transmission* untuk menghuraikan sebab pengambilan minuman keras dalam masyarakat. Teori tersebut menyatakan pengambilan minuman keras amat bergantung kepada sikap seseorang. Terdapat beberapa jenis sikap yang dikenalpasti yang menjadi sebab orang minum minuman keras iaitu, sikap langsung tidak minum (*abstinence attitude*), sikap upacara (*ritual attitude*), sikap *convivial* dan sikap utilitarian.

Abstinence attitude ialah sikap ahli sesuatu masyarakat yang menjauhkan diri dari minuman keras kerana dihalang oleh agama. Larangan sedemikian wujud dalam agama Islam yang menegah dan mengharamkan pengambilan minuman keras. Sikap keupacaraan (*ritual attitude*) atau mengambil minuman keras bertujuan untuk melengkapkan upacara keagamaan. Pengambilan minuman keras dalam konteks ritual tersebut dianggap kudus. Sikap seterusnya ialah *convivial attitude* iaitu minum minuman keras untuk tujuan bersukaria dalam kemeriahan majlis keramaian dan kelahiran. Sikap utilitarian pula merujuk kepada sikap individu yang minum minuman keras bertujuan untuk kebaikan kesihatan dan mencari kepuasan individu.

Kessel dan Walton (1965) pula menjelaskan faktor pendorong seseorang untuk minum minuman keras disebabkan dorongan budaya dan sosial. Teori sosial dan budaya beliau memperincikan tiga faktor yang mendorong orang untuk mengambil minuman keras iaitu, dorongan (*incitement*), ketersediaan-adaan dan mudah peroleh (*availability*) dan contoh tauladan (*example*). Faktor pertama iaitu *incitement* merujuk kepada faktor yang disebabkan terdapatnya golongan yang mempunyai banyak wang untuk berbelanja. Faktor peluang merujuk kepada suatu keadaan yang berkait rapat dengan keadaan ketersediaan-adaan (*availability*) dan minuman keras mudah diperoleh. Peluang yang dimaksudkan merangkumi adanya aktiviti pengeluaran dan penjualan minuman keras. Selain itu, persekitaran tempat kerja dan kawasan kediaman yang terletak di bandar juga merupakan peluang untuk terlibat dalam pengambilan minuman keras. Faktor ketiga iaitu *example* iaitu contoh tauladan berhubung dengan keluarga. Menurut Kessel dan Walton (1965), keluarga ialah agen yang mempengaruhi tabiat minum minuman keras. Ia berkaitan dengan tingkah laku ibu bapa yang minum minuman keras dan menjadi ikutan anak-anak.

Kedua-dua teori yang dikemukakan di atas akan digunakan bagi menjelaskan pola pengambilan minuman keras dan sebab remaja memilih untuk minum minuman keras dalam masyarakat Dusun di Sabah.

Kaedah kajian

Kajian dilakukan terhadap remaja Dusun daripada pelbagai anutan agama yang tinggal di Kampung Noopung dan Kampung Lansat daerah Ranau. Responden dipilih dalam kalangan orang muda yang mempunyai pengalaman mengambil minuman keras. Responden dipilih menggunakan kaedah *snowball* iaitu dengan mengenalpasti penduduk setempat yang mengetahui dan mengenali responden. Beberapa orang responden ditemubual pula secara mendalam untuk mengutip data

yang lebih mendalam. Temubual juga dijalankan dengan beberapa informan yang terdiri daripada orang dewasa mengenai pemerhatian dan pandangan mereka kepada senario pengambilan minuman keras dalam masyarakat. Oleh itu data kuantitatif dan kualitatif dikumpul melalui kaedah survei dan temubual mendalam. Survei dengan menggunakan soal selidik dilakukan terhadap 50 responden yang berumur antara 15 hingga 25 tahun. Pemilihan julat umur sedemikian meletakkan responden ke dalam kategori orang muda atau *youth* seperti yang disarankan oleh UNESCO. Jadi penggunaan konsep remaja merujuk kepada remaja (adolescent) dan orang muda atau *youth* yang berumur antara 15 hingga 25 tahun. Data kualitatif pula diperolehi melalui pemerhatian tidak ikut serta dan temubual mendalam. Pemerhatian dilakukan terhadap aktiviti harian penduduk setempat dan kegiatan remaja termasuklah kumpulan muda-mudi yang terlibat dengan pengambilan minuman keras. Temubual mendalam pula dilakukan terhadap empat orang informan utama, iaitu seorang dewasa dan tiga orang lelaki dan perempuan muda. Seorang tidak mengambil minuman keras tetap bergaul dengan ramai muda-mudi yang minum minuman keras. Dua orang lagi informan masih bersekolah, seorang beragama Islam dan seorang Kristian. Kedua-duanya mengambil minuman keras.

Kawasan kajian

Daerah Ranau terkenal kerana masyarakat setempat masih mengekalkan keunikan ciri-ciri tradisi mereka. Majoriti penduduk Ranau terdiri daripada suku kaum Dusun. Masyarakat Dusun memiliki solidariti yang tinggi. Sikap suka bantu-membantu telah berjaya mengekalkan hubungan erat dalam kalangan masyarakat setempat. Amalan gotong-royong yang sering diadakan melibatkan Orang Dusun tanpa mengira agama, jantina, dan umur bergantung kepada jenis pekerjaan yang hendak dilakukan. Salah satu aktiviti yang melibatkan gotong-royong di kalangan Orang Dusun ialah aktiviti menuai padi. Walaupun setiap keluarga mempunyai kawasan penanaman padi sendiri, namun aktiviti penanaman dan penuaian hasil padi dijalankan dengan bergotong-royong secara bergilir-gilir. Di samping itu, sentimen kekeluargaan dalam kalangan Orang Dusun sangat utuh. Orang Dusun dilatih menghormati golongan yang lebih tua. Nenek lazimnya memiliki autoriti membuat keputusan dalam sesebuah keluarga. Selain itu, memelihara hubungan persahabatan menjadi kewajipan setiap ahli masyarakat khususnya dalam kalangan golongan remaja. Secara umumnya, Orang Dusun amat mementingkan hubungan sosial mereka.

Kepercayaan *animisme* menjadi pegangan dan pelbagai ritual diamalkan oleh Orang Dusun. Namun, selepas kedatangan agama Islam dan Kristian, kepercayaan tersebut semakin ditinggalkan secara beransur-ansur oleh masyarakat setempat. Walaubagaimanapun, terdapat ritual atau upacara-upacara tertentu yang masih diamalkan sehingga kini. Kewujudan *semangat* padi masih dipercayai tetapi upacara pemujaan semangat padi tidak diamalkan secara serius oleh masyarakat setempat khususnya penganut agama Islam. Orang Dusun yang beragama Islam tidak lagi menggunakan khidmat Bobohizan dalam upacara berkaitan dengan penanaman padi. Ritual agama seperti kenduri telah diamalkan oleh mereka yang beragama Islam untuk memohon perlindungan dan dimurahkan rezeki serta sebagai tanda kesyukuran kepada Allah s.w.t terhadap hasil padi yang telah dituai.

Walau bagaimanapun masyarakat Dusun khususnya di daerah Ranau mempunyai pelbagai perayaan yang diadakan sepanjang tahun. Antara perayaan tahunan yang diadakan ialah *Tadau Kaamatan* atau lebih dikenali sebagai hari Kaamatan iaitu diadakan selama dua hari pada setiap bulan Mei. Pada asalnya, perayaan tersebut diadakan secara tertutup dalam kalangan Orang Dusun sahaja iaitu sempena hari kesyukuran semasa musim menuai. Perayaan tersebut akan diiringi dengan *Magavau* iaitu ritual pemujaan terhadap *semangat* padi dan tarian sumazau. Selain itu, air tapai atau tapai (minuman keras) menjadi hidangan istimewa dan *Unduk Ngadau* sebagai upacara kemuncak perayaan tersebut. Pada masa kini, hari Kaamatan bukan sahaja diraikan oleh Orang Dusun tetapi juga diraikan bersama oleh penduduk negeri Sabah yang berbilang kaum. Perayaan

tersebut kini diadakan melebihi daripada dua hari dengan pelbagai pengisian program seperti peraduan ratu cantik atau *Unduk Ngadau*. Selain itu, pelbagai jenis hidangan istimewa yang disediakan termasuklah minuman keras buatan tempatan dan buatan luar negara. Transformasi budaya yang berlaku menyebabkan ritual keagamaan telah dikomersialkan dan dijadikan sebagai daya tarikan pelancong.

Hidangan tradisi juga mempunyai keunikan tersendiri. Makanan dan minuman tradisi Orang Dusun dipengaruhi oleh faktor persekitaran iaitu kawasan kediaman serta kebudayaan mereka. Orang Dusun gemar makanan yang dijeruk dan makanan rebus atau berasaskan sup. Antara makanan tradisi Orang Dusun ialah *nonsom* atau pekasam iaitu daging atau ikan sungai yang diperam dengan nasi putih dan garam. Campuran tersebut akan disimpan di dalam tajau kecil untuk diawet selama seminggu atau lebih lama. Selain itu, Orang Dusun juga menggemari makanan berasaskan tumbuhan seperti *tuhau* dan sayur-sayuran segar. Minuman tradisi Orang Dusun pula ialah air tapai atau tapai. Selain daripada menjadi hidangan dalam majlis-majlis dan perayaan tertentu, tapai juga merupakan hidangan istimewa dalam ritual keagamaan seperti pada Hari Kaamatan. Tapai buatan penduduk setempat dihidangkan dalam tajau. Kaedah lama yang masih digunakan itu menunjukkan bahawa mereka mahu mengekalkan ciri-ciri tradisi pada minuman tersebut.

Latar belakang dan umur mula responden minum

Bahagian ini ditumpukan untuk menghuraikan latar belakang responden, umur mula responden minum minuman keras dan sama ada ibu bapa juga minum minuman keras. Lebih daripada 60 peratus responden tergolong dalam lingkungan umur 15-21 tahun dan 38 peratus berumur di antara 22 hingga 25 tahun. Rata-rata responden mempunyai pendidikan formal sekurang-kurangnya pada tahap sekolah rendah (8 peratus) sehinggalah pada tahap diploma/ijazah (14 peratus), dengan yang lainnya iaitu, tahap Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (4 peratus), tahap Penilaian Menengah Rendah atau Sijil Rendah Pelajaran (14 peratus) dan tahap Sijil Pelajaran Malaysia mencatatkan bilangan responden yang paling tinggi sebanyak 60 peratus.

Sebanyak 36 peratus responden masih bersekolah, 26 peratus mempunyai pekerjaan dan 38 peratus tidak bekerja. Seramai 13 orang responden bekerja dalam pelbagai sektor pekerjaan iaitu dari sektor awam (dua orang), sektor swasta (lima orang), dan bekerja sendiri (enam orang). Seramai lima orang responden atau 10 peratus mempunyai pendapatan kurang daripada RM500, diikuti dengan dua orang atau empat peratus berpendapatan antara RM501 hingga RM1000, empat orang atau lapan peratus yang berpendapatan antara RM1001 hingga RM1500. Responden yang mempunyai pendapatan RM1501 hingga RM2000 pula seramai dua orang atau empat peratus. Terdapat seorang responden yang bekerja sendiri dengan pendapatan yang tidak menentu. Responden terdiri daripada remaja Dusun yang beragama Islam (33 orang atau 66 peratus), Kristian (16 orang 32 peratus) dan Buddha (seorang atau dua peratus) seperti yang tertera dalam Jadual 1.

Jadual 1. Agama responden (2007)

Agama	Bilangan (orang)	Peratusan (%)
Islam	33	66
Kristian	16	32
Budha	1	2
Jumlah	50	100

Empat puluh dua responden atau 84 peratus terdiri daripada lelaki dan lapan orang (16 peratus) perempuan. Secara keseluruhannya, remaja lelaki lebih ramai yang terlibat dengan

pengambilan minuman keras berbanding remaja wanita. Berdasarkan keupayaan mengumpulkan responden lelaki yang lebih mudah berbanding dengan perempuan dapat dibuat kesimpulan bahawa remaja lelaki memiliki kekerapan dan populasi yang tinggi terlibat dalam pengambilan minuman keras dalam kalangan masyarakat Dusun di Ranau.

Jadual 2 menunjukkan seramai tujuh orang atau 14 peratus responden mula mengambil minuman keras sejak berumur kurang daripada 15 tahun. Responden mengambil minuman keras secara bersendirian atau dalam kumpulan kecil secara bersembunyi. Responden yang mula mengambil minuman keras pada lingkungan umur 17 tahun ke bawah adalah seramai 19 orang atau 38 peratus. Pada lingkungan umur tersebut, bagi responden yang masih bersekolah, mereka berada pada tahap sekolah menengah. Responden yang mula mengambil minuman keras pada umur 18 tahun ke atas pula seramai 31 orang atau 62 peratus.

Jadual 2. Umur mula minum minuman keras (2007)

Umur (tahun)	Bilangan (orang)	Peratus (%)
0 – 14	7	14
15 – 17	12	24
18 – 20	22	44
21 - 25	9	18
Jumlah	50	100

Jadi kebanyakan remaja mengambil minuman keras selepas berumur 15 tahun. Pada peringkat tersebut, responden menganggap diri mereka sudah cukup usia dan tidak menjadi satu kesalahan sekiranya mengambil minuman keras. Umumnya, menurut responden, pada awalnya mereka tidak mahu terlibat dengan pengambilan minuman keras tetapi pengaruh rakan dan faktor persekitaran menyebabkan mereka terpenggil untuk mencuba minum minuman keras.

Jadual 3. Responden yang Ibu Bapa minum minuman keras (2007)

Ambil	Bilangan (orang)	Peratus (%)
Ya	8	16
Tidak	42	84
Jumlah	50	100

Responden juga dikehendaki memberikan maklumat mengenai penglibatan ibu bapa mengambil minuman keras. Jadual 3 menunjukkan hanya seramai lapan orang atau 16 peratus responden yang ibu bapa mengambil minuman keras manakala selebihnya tidak. Ibu bapa yang minum minuman keras terdiri daripada keluarga bukan beragama Islam. Ternyata jika diteliti 66 peratus (33 orang) remaja yang minum minuman keras beragama Islam dan ini jelas tergambar dalam dan disokong oleh bilangan ibu bapa yang tidak minum keras iaitu 42 orang. Malah terdapat juga ibu bapa responden yang bukan beragama Islam juga tidak mengambil minuman keras. Jadi agama tidak signifikan dalam menentukan pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja.

Pola dan trend remaja dusun minum minuman keras

Bahagian ini menjelaskan pola pengambilan minuman keras yang meliputi jenis minuman yang diambil, tempat memperoleh minuman keras, tempat minum, waktu dan dengan siapa remaja minum.

Jenis minuman keras yang diambil responden

Minuman keras yang diambil oleh remaja boleh dibahagikan dalam beberapa kategori. Menurut responden minuman keras tersebut boleh dibahagikan kepada minuman keras buatan tempatan dan minuman keras buatan luar. Lihing, tapai, sompoton, montoku dan tuak dikategorikan sebagai minuman keras buatan tempatan. Samsu, bir, wain digolongkan dalam minuman keras buatan luar.

Jadual 4. Jenis minuman keras yang diminum oleh responden (2007)

Jenis minuman *	Bilangan (orang)	Peratus
Minuman Keras Tempatan:		
Lihing	32	64
Tapai	38	76
Sompoton	16	32
Montoku	29	58
Tuak	21	42
Minuman Keras Luar:		
Samsu	8	16
Bir	38	76
Lain-lain	7	14

* Responden boleh memilih lebih daripada satu jenis minuman keras

Seperti yang telah dinyatakan di atas WHO (2007) telah membahagikan minuman keras kepada minuman keras tradisional hasil kraf, minuman keras tradisional industri tempatan, minuman keras kosmopolitan industri tempatan dan minuman keras kosmopolitan industri global. Menggunakan kategori yang dikemukakan oleh WHO, lihing, tapai, sompoton, montoku dan tuak dapat digolongkan dalam minuman keras tradisional. Kriteria yang digunakan untuk kategori ini adalah, minuman tersebut dihasilkan di rumah, menggunakan bahan yang terdapat dalam masyarakat, telah wujud dalam masyarakat sebagai sebahagian daripada minuman semasa perayaan dan upacara agama; dan akhir sekali masih dapat diperolehi secara percuma oleh ahli masyarakat. Sekiranya dijual, minuman tersebut dijual dalam kuantiti yang kecil dan cara penjualannya menggunakan isyarat dan tanda yang hanya diketahui oleh penduduk tempatan.

Hasil kajian menunjukkan (Jadual 4) majoriti responden gemar minum minuman keras tradisional iaitu lihing 32 orang, tapai 38 orang, montoku 29 orang dan tuak seramai 21 orang. Lihing, tapai, dan tuak adalah jenis minuman tradisional yang dihasilkan melalui proses penapaian. Menurut kenyataan responden, ketiga-tiga jenis minuman tersebut ada persamaan kerana masing-masing diperbuat daripada bahan yang sama iaitu beras atau nasi tetapi berbeza melalui jangkamasa pemeramannya. Minuman tersebut juga digelar sebagai *nasih*, *baa*, *kinomol* atau *bahar* oleh masyarakat setempat. Lazimnya, tapai, lihing dan tuak dihidangkan dalam tajau.

Proses menghasilkan minuman keras tradisional dilakukan mengikut beberapa peringkat dan proses tersebut boleh membezakan jenis minuman yang terhasil. Beras yang sudah dimasak iaitu nasi diperam bersama ragi selama kurang daripada dua minggu menghasilkan minuman beralkohol yang digelar tapai. Ubi kayu juga boleh menggantikan nasi. Menurut responden tapai mempunyai pelbagai rasa iaitu masam, manis, dan gabungan kedua-duanya. Warnanya keruh seperti air bercampur susu. Pemeraman nasi atau ubi kayu melebihi tiga minggu akan menghasilkan minuman yang digelar tuak. Responden juga menyatakan bahawa sesetengah jenis tuak diperbuat daripada air kelapa (seperti yang terdapat di semenanjung Malaysia). Peringkat ketiga iaitu pemeraman nasi lebih daripada sebulan akan menghasilkan lihing. Lebih lama nasi atau ubi kayu diperam lebih baik kualiti lihing yang terhasil. Menurut responden, lihing yang melalui proses pemeraman yang lebih lama lebih sedap rasanya. Lihing mempunyai rasa manis dan lebih jernih berbanding dengan tapai dan tuak. Ketiga-tiga jenis minuman tersebut adalah

minuman tradisi suku kaum Kadazan-Dusun dan menjadi hidangan istimewa semasa menjalani ritual keagamaan tradisi.

Jenis minuman keras seterusnya ialah montoku yang juga diperbuat daripada beras tapi melalui proses penghasilan yang agak berbeza dengan tapai, tuak, dan lihing. Minuman beralkohol tersebut diperbuat daripada nasi yang ditapai kemudian dimasak dengan cara khusus untuk mendapatkan wapnya. Wap tersebut dikumpulkan untuk dijadikan air montoku dan sompoton yang dibotolkan sebelum dijual secara kecil-kecilan dan diedarkan ke serata negeri Sabah. Sompoton adalah jenis minuman keras yang kurang digemari kerana jarang dihasilkan oleh penduduk setempat.

Umumnya, remaja bukan sahaja mengambil minuman keras tradisional tetapi juga minuman keras jenama luar yang menjadi industri tempatan. Menurut responden minuman keras buatan luar yang diambil oleh mereka adalah samsu, bir dan wain. Namun di Semenanjung Malaysia samsu dan todi menurut Assunta (2007) adalah, “...a locally distilled potent spirit which was introduced by the British during colonial times.” Di semenanjung samsu banyak diminum oleh orang India yang miskin, “...of the estimated 200,000 Indian drinkers, 75 per cent are samsu drinkers. Oleh kerana samsu dibawa dari semenanjung, minuman ini dianggap datang dari luar kerana harganya lebih mahal berbanding dengan minuman keras tradisional tempatan di Sabah. Walau bagaimanapun samsu di semenanjung boleh diklasifikasikan sebagai minuman tradisional tempatan di Semenanjung kerana minuman ini tidak dikeluarkan secara besar-besaran dan tidak juga digolongkan sebagai minuman kosmopolitan kerana penjualannya terhad di Malaysia. Namun jika mengambil maklumat yang telah dikemukakan oleh Assunta (2007) iaitu, oleh kerana samsu ini diperkenalkan oleh pegawai kolonial British, minuman ini mungkin juga diperkenalkan oleh British kepada orang-orang yang berada di tanah jajahan mereka termasuk India pada kurun ke 19 lagi.

Walaupun bagaimanapun samsu kurang diminum oleh responden, iaitu hanya lapan orang (16 peratus) kerana harganya lebih mahal daripada minuman keras tradisional Dusun. Satu perkara yang menarik adalah remaja amat berminat minum bir iaitu 76 peratus responden menyatakan sedemikian. Jika diteliti, minuman kosmopolitan ini dipakej dalam bentuk moden, iaitu ditinkan, mudah disimpan dan menarik rupanya. Seperti yang dinyatakan oleh Assunta (2007) pengiklanan minuman keras ini telah dilakukan secara agresif oleh syarikat pengeluar. Jika dibandingkan, samsu diisi dalam botol kaca dan kurang menarik kepada remaja. Pengiklanan samsu tidak dilakukan secara agresif dan pengeluaran samsu masih ada yang berstatus tidak sah dan tidak mematuhi piawaian. Samsu dan minuman tradisional lain juga diragui dari segi kebersihan komponen kandungan dan proses pembuatannya.

Walaupun wain dan samsu kurang digemari disebabkan harga mahal dan sukar diperolehi, namun terdapat juga remaja yang minum minuman tersebut. Seramai lapan orang iaitu kurang daripada 20 peratus responden gemar minum samsu. Responden hanya mengambil samsu pada situasi tertentu sahaja iaitu ketika bersama rakan. Bir adalah minuman keras kosmopolitan yang juga digemari oleh peminum daripada pelbagai peringkat usia termasuk remaja Dusun. Seramai 38 orang atau 76 peratus responden mengambil bir dan jumlah ini adalah pengambilan minuman buatan luar yang terbanyak berbanding samsu atau wain. Contoh jenama bir yang diminum oleh responden ialah *Carlsberg* dan *Tiger*. Jenis minuman yang seterusnya ialah wain iaitu seramai tujuh orang responden yang minum minuman tersebut. Wain adalah sejenis minuman keras yang diperbuat daripada peraman anggur. Menurut pandangan responden, wain merupakan minuman keras yang sedap tetapi mahal. Responden yang berpendapatan tinggi sahaja yang mampu minum wain di kelab malam atau dalam majlis formal.

Tempat memperoleh dan meminum minuman keras

Berdasarkan kajian, kedai runcit adalah tempat yang paling banyak membekalkan minuman keras khususnya minuman keras kosmopolitan industri tempatan. Sebanyak 68 peratus responden yang menyatakan bahawa mereka memperolehi minuman keras dari kedai runcit (Jadual 5). Namun,

responden juga memperolehi minuman keras tradisional tapai, lihing, dan tuak dari rumah pengusaha dengan cara membeli atau percuma, dan seramai 21 orang (42 peratus) responden menyatakan sedemikian.

Jadual 5. Pemilihan tempat membeli dan menikmati minuman keras (2007)

Tempat	Bilangan	Peratusan
<i>Tempat memperolehi minuman keras</i>		
Kedai runcit	34	68
Rumah pengusaha	21	42
Restoran	18	36
Lain-lain	11	22
<i>Tempat menikmati minuman keras</i>		
Rumah sendiri / rakan	25	50
Restoran	28	56
Kaki lima	20	40
Sekolah	4	8
Tempat kerja	6	12
Rumah rakan	31	62
Kelab	20	40
Lain-lain	12	24

Responden membeli secara langsung minuman keras dari rumah pengusaha yang memproses minuman keras tradisional seperti tapai, tuak dan lihing. Namun demikian, tidak semua pengusaha menjual minuman keras kepada penduduk setempat. Pengusaha yang menjual minuman keras (tapai, lihing, dan tuak) mempunyai cara pengiklanan yang unik untuk memberitahu kepada ahli masyarakat bahawa mereka mempunyai bekalan minuman keras yang dijual. Caranya adalah dengan meletak tanda dalam bentuk tong plastik berwarna merah pada sebatang kayu yang dipacak ke tanah berdekatan dengan rumah mereka (sila lihat Foto 1). Pada majlis keramaian seperti majlis perkahwinan dan hari Krismas, responden memperolehi minuman keras secara percuma. Dalam majlis keramaian lain seperti majlis hari jadi dan hari biasa pula, remaja berkongsi wang untuk membeli minuman tersebut.



Foto 1. Tong plastik yang ditelangkupkan pada sebatang kayu sebagai tanda minuman keras tradisional dijual di rumah berhampiran

Selain itu, minuman keras kosmopolitan diniagakan secara meluas di restoran yang pemiliknya bukan beragama Islam. Sebanyak 36 peratus responden membeli minuman keras di restoran. Sebanyak 22 peratus remaja pula menyatakan bahawa mereka memperoleh minuman keras di tempat-tempat tertentu selain daripada tempat yang disenaraikan dalam Jadual 5. Tempat-tempat lain yang dimaksudkan adalah seperti tempat-tempat yang menganjurkan majlis keramaian, melalui kawan-kawan di tepi sungai, dalam hutan, dan taman permainan.

Responden minum minuman keras di pelbagai tempat termasuklah tempat awam. Jadual 5 menunjukkan responden yang menikmati minuman keras di rumah sendiri mencecah 50 peratus manakala sebahagian besar responden iaitu seramai 31 orang atau 62 peratus minum minuman keras di rumah rakan mereka. Umumnya responden yang minum minuman keras di rumah sendiri akan menjemput rakan-rakan untuk minum bersama dan responden juga akan mendapat jemputan balas daripada rakan-rakan mereka.

Sekolah dan tempat kerja adalah kawasan yang jarang dijadikan tempat untuk menikmati minuman keras. Namun terdapat seramai empat dan enam orang yang minum di tempat tersebut. Responden yang mengambil minuman keras di kawasan sekolah adalah responden yang masih bersekolah iaitu dalam lingkungan umur 17 tahun ke bawah. Mereka menikmati minuman keras di kawasan yang tertutup agar tidak dapat dikesan oleh pihak sekolah. Bilangan yang sedikit ini menunjukkan sebahagian besar responden akur dengan peraturan sekolah yang telah ditetapkan. Responden juga menyatakan bahawa mereka menghormati kawasan sekolah sebagai tempat menimba ilmu pengetahuan dan tidak sesuai dijadikan tempat menikmati minuman keras. Selain itu, responden juga menyatakan bahawa mereka tidak gemar minum minuman keras di tempat kerja. Menurut mereka lagi, tabiat minum minuman keras di tempat kerja dielakkan kerana akan mengganggu tugas dan rakan sekerja lain apabila berada dalam keadaan mabuk.

Sebuah lagi tempat menikmati minuman keras yang popular dalam kalangan remaja Dusun ialah restoran iaitu seramai 28 orang atau melebihi 50 peratus responden. Walaupun restoran menjadi tempat yang digemari untuk menikmati minuman keras namun situasi sedemikian jarang berlaku kerana aktiviti tersebut bergantung kepada keadaan ekonomi. Responden minum minuman keras buatan luar (jenis kosmopolitan) di restoran pada hari-hari tertentu seperti pada waktu hujung bulan iaitu setelah hari gaji. Kos minuman keras dalam sesebuah kumpulan akan ditanggung oleh responden atau remaja yang mempunyai pekerjaan. Seramai 20 orang atau 40 peratus responden minum di kelab malam. Kelab malam adalah tempat tumpuan responden yang berpendapatan tinggi atau bekerja dalam sektor swasta.

Walaubagaimanapun, terdapat responden yang minum minuman keras di kelab-kelab malam adalah responden berpendapatan rendah. Namun, mereka berpeluang minum di tempat sedemikian kerana majikan yang membiayai semua kos perbelanjaan pada malam tersebut. Kaki lima juga adalah tempat tumpuan remaja yang gemar melepak bersama rakan-rakan ketika mempunyai masa lapang. Aktiviti minum minuman keras tersebut adalah secara berkumpulan. Tempat lain seperti di taman bunga, gerai, tepi sungai, tepi pantai, di kawasan hutan, perhentian bas dan pondok yang berdekatan dengan kawasan kediaman responden. Kurang daripada 25 peratus responden yang minum di kawasan tersebut.

Waktu dan dengan siapa remaja minum minuman keras

Pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja juga dilakukan mengikut waktu dan situasi tertentu. Secara keseluruhan, remaja minum minuman keras sewaktu hari perayaan seperti Hari Natal, di majlis perkahwinan, dan pada hujung minggu. Sebanyak 52 peratus remaja seringkali menikmati minuman keras pada waktu hujung minggu (sila rujuk Jadual 6). Hujung minggu dianggap masa paling sesuai menikmati minuman keras khususnya bersama rakan. Hal ini kerana pada waktu hujung minggu remaja yang bekerja dan bersekolah mempunyai masa senggang yang panjang berikutan hari cuti umum. Pada Hari Natal sebanyak 40 peratus remaja minum minuman keras, sementara 70 peratus remaja mengaku mereka minum minuman keras di majlis perkahwinan.

Jadual 6. Situasi dan waktu responden minum minuman keras (2007)

Waktu/Masa Minum *	Bilangan (orang)	Peratusan
Hujung minggu	26	52
Majlis ulang tahun rakan	22	44
Majlis pertemuan/perpisahan	27	54
Majlis perkahwinan	35	70
Hari Kaamatan	35	70
Hari Krismas	20	40
Lain-lain	15	30

* Responden boleh memilih lebih daripada satu situasi

Secara keseluruhannya waktu malam adalah masa yang paling digemari remaja untuk menikmati minuman keras. Rata-rata 84 peratus remaja menjalankan aktiviti berkumpul bersama rakan pada waktu malam. Mereka minum minuman keras sambil menikmati hidangan makanan tradisional. Waktu malam juga dianggap masa yang paling sesuai berkumpul dan berhibur di samping berhibur dengan menyanyi dan bermain alat muzik secara beramai-ramai. Kelaziman tersebut secara tidak langsung merapatkan hubungan sesama kawan dan mengukuhkan lagi hubungan solidariti dalam kalangan remaja.

Jadual 7. Dengan siapa responden minum minuman keras (2007)

Dengan siapa responden minum	Bilangan (orang)	Peratus (%)
Bersendirian	9	18
Rakan-rakan	43	96
Adik-beradik	4	8
Ibu bapa	5	10
Saudara-mara	12	24
Jiran	19	38
Lain-lain	11	22

* Responden boleh menjawab lebih daripada satu jawapan

Pola pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja juga dilihat dari segi dengan siapa mereka minum minuman tersebut. Walaupun secara umumnya, rata-rata remaja minum minuman keras secara berkumpul, hanya lima peratus sahaja responden yang menyatakan pernah minum minuman keras bersama ibu bapa mereka dan mereka datang daripada keluarga bukan beragama Islam. Aktiviti minum minuman keras secara berkumpul dilakukan dalam kalangan remaja sendiri. Sebanyak 96 peratus remaja mengakui bahawa mereka minum minuman keras bersama rakan-rakan. Seterusnya 19 orang remaja minum minuman keras bersama jiran dan 12 orang responden minum bersama saudara mara. Minum minuman keras bersama jiran dan saudara-mara dilakukan pada hari perayaan dan majlis keramaian seperti Tadau Kaamatan dan majlis perkahwinan. Sembilan orang (20 peratus) responden kerap minum minuman keras bersendirian. Selebihnya ialah responden yang sudah bekerja minum minuman keras bersama majikan atau rakan perniagaan iaitu seramai 11 orang. Mereka minum minuman keras bersama majikan atau rakan sekerja sambil berbincang mengenai hal-hal pekerjaan dan perniagaan. Jadual 7 menunjukkan dengan siapa responden minum minuman keras.

Faktor remaja dusun mengambil minuman keras

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan minuman keras dalam kalangan responden. Menurut responden faktor tersebut adalah faktor tradisi, pengaruh rakan dan suka-suka. Faktor-faktor tersebut berkait rapat dengan latar belakang responden dan pola pengambilan

minuman keras. Persepsi remaja terhadap kebaikan minuman keras kepada kesihatan juga secara tidak langsung dapat disimpulkan sebagai faktor mereka minum minuman keras.

Maklumat yang menunjukkan sebab-sebab pengambilan minuman keras dalam kalangan responden adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 8. Sebanyak 46 peratus atau 23 orang responden yang mengambil minuman keras ialah disebabkan pengaruh tradisi. Pandangan popular ini dipersetujui oleh kebanyakan responden. Mereka menganggap bahawa pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja adalah disebabkan ingin mengekalkan amalan tradisi yang diwarisi sejak turun-temurun. Pengambilan minuman keras berhubung dengan amalan tradisi melibatkan jenis minuman keras tapai, tuak, dan lihing. Pada masa dahulu pengambilan minuman keras merupakan aktiviti yang terdapat dalam ritual keagamaan dan pesta keramaian.

Jadual 8. Sebab responden minum minuman keras (2007)

Sebab-sebab	Bilangan (orang)	Peratusan (%)
Tradisi	23	46
Pengaruh rakan	17	34
Suka-suka	7	14
Lain-lain	3	6
Jumlah	50	100

Namun melalui temubual mendalam, terdapat informan yang mempunyai pandangan berbeza tentang tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja. Hal ini dapat dibuktikan melalui temubual bersama informan. Menurut dua orang informan, kini remaja yang minum keras bukan lagi disebabkan tradisi tetapi terpengaruh oleh kawan dan mahu *enjoy*, kerana terdapat remaja yang minum arak secara berterusan kerana ketagihan. Ini bersesuaian dengan teori sikap individu *utilitarian* dan *convivial* yang dicadangkan oleh Bales (1962). Namun keadaan ini juga dapat dihuraikan bahawa remaja minum kerana adanya faktor *incitement* dan *example* yang diketengahkan oleh Kessel dan Walton (1965). Seorang informan yang lain mengaitkan kurang ilmu agama dan kurang larangan daripada ibu bapa sebagai faktor yang menyebabkan remaja terlibat dalam pengambilan minuman keras. Pergaulan antara remaja yang berlainan agama juga dikatakan menjadi pendorong pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja. Ini kerana terdapat agama yang membenarkan penganutnya mengambil minuman keras dan ada yang melarang terus pengambilan. Pandangan ini boleh dilihat daripada petikan yang diambil daripada temubual dua orang informan di bawah;

“Pada pendapat saya, disebabkan kurang ilmu agama dan tidak dilarang oleh ibu bapa. Saya tidak bersetuju kalau tradisi sebab ada juga yang tidak minum. Kalau Kristian memang tradisi dorang. Lagi satu, disebabkan pergaulan bebas antara Islam dan Kristian dan ditambah lagi kalau kurang ilmu agama. Macam di sesebuah kampung yang penduduk Islam dan Krsitian bercampur, selalu dorang minum.”

“ Em, yala juga...tapi remaja Dusun yang mengambil minuman keras pada masa kini biasanya disebabkan ibu bapa mereka juga mengambilnya khususnya yang beragama Kristian. Ibu bapa saya dan keluarga saya sendiri mengambil minuman keras. Thats why lah saya tidak dihalang untuk berbuat demikian juga. Kerana itu amalan tradisi kami”

Berdasarkan petikan teks temu bual, dapat dilihat bahawa terdapat informan yang tidak menganggap pengaruh tradisi sebagai faktor pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja Dusun. Mereka lebih menekankan faktor pengaruh rakan dan keinginan untuk berseronok. Namun terdapat juga informan yang menyatakan bahawa tradisi masih merupakan salah satu

sebab remaja minum minuman keras dalam kalangan masyarakat Kadazan-Dusun. Pandangan informan tentang faktor tradisi sebagai sebab remaja minum minuman keras disokong oleh hasil kajian survei yang dijalankan terhadap remaja Dusun.

Sehubungan itu hasil survei seperti dalam Jadual 8 menunjukkan 34 peratus atau 17 orang responden berpendapat bahawa mereka minum minuman keras adalah disebabkan oleh pengaruh rakan. Pandangan tersebut juga merupakan pandangan popular selepas pengaruh tradisi berhubung dengan sebab pengambilan minuman keras. Pengaruh rakan memainkan peranan penting dalam lingkungan usia remaja. Kebanyakan responden menghabiskan masa lapang bersama rakan-rakan dan melakukan aktiviti bersama. Secara umumnya, responden menyatakan bahawa rakan boleh mempengaruhi kehidupan mereka dalam membuat sesuatu keputusan. Rakan-rakan responden juga menjadi pendorong kepada mereka untuk berjaya namun tidak dinafikan bahawa rakan juga boleh mempengaruhi mereka untuk melakukan perkara-perkara yang tidak baik. Kadangkala rakan-rakan akan mencabar responden untuk melakukan sesuatu perkara yang kurang baik. Demi menjaga hati kawan dan tidak mahu dianggap lemah, responden manychut cabaran tersebut. Responden juga akan dipinggirkan dari sesebuah kumpulan jika tidak mementingkan hubungan persahabatan. Cabaran yang berterusan menyebabkan responden susah untuk mengelakkan diri khususnya berhubung dengan pengambilan minuman keras.

Sebanyak 14 peratus responden yang berpendapat bahawa masyarakat Dusun pada hari ini mengambil minuman keras disebabkan untuk bersuka-suka ialah sebanyak 14 peratus atau serarami tujuh orang. Sebab suka-suka merujuk kepada situasi ketika responden mengalami rasa bosan atau memerlukan minuman keras pada bila-bila masa. Responden yang selebihnya tidak memberi sebarang komen mengenai hal tersebut iaitu sebanyak enam peratus atau tiga orang. Berdasarkan temu bual terhadap responden hampir separuh daripada jumlah responden menjadikan pengaruh tradisi sebagai sebab mereka mengambil minuman keras.

Faktor seterusnya ialah faktor latar belakang ekonomi responden iaitu pendapatan responden berhubung dengan tabiat minum minuman keras. Pendapatan tersebut menjadikan kuasa beli berada dalam tangan responden. Jadual 9 menunjukkan pilihan minuman keras dan jumlah pendapatan responden.

Daripada 38 orang responden yang menjawab soalan ini mereka yang berpendapatan RM 510 hingga RM 1000, RM 1501 hingga RM 2000 dan berpendapatan tidak menentu memilih minuman keras buatan tempatan dan buatan luar. Hal ini menunjukkan walaupun terdapat perbezaan pendapatan antara responden yang berpendapatan tinggi dan yang tidak menentu, ia tidak mempengaruhi pemilihan jenis minuman keras. Responden yang berpendapatan dalam lingkungan RM500 ke bawah, dan RM1001 hingga RM1500 menunjukkan bahawa mereka lebih gemar memilih minuman buatan luar. Selain itu, responden yang tidak mempunyai pendapatan adalah responden yang mendapat sumber kewangan daripada ibu bapa dan saudara-mara. Kelompok responden tersebut lebih banyak memilih minuman keras buatan tempatan, namun perbezaan dengan pilihan minuman keras buatan luar tidak banyak. Secara keseluruhannya, faktor pendapatan responden tidak mempengaruhi pola pemilihan jenis minuman keras.

Jadual 9. Pendapatan dan kaitan dengan pemilihan jenis minuman keras (2007)

Pendapatan (RM)	Minuman Tradisional	Minuman Buatan Luar
0 – 500	3	5
510 – 1000	1	1
1001 – 1500	1	4
1501 – 2000	2	2
Tidak menentu	1	1
Tiada pendapatan	30	25
Jumlah	38	38

Walau bagaimanapun, faktor ekonomi yang berkaitan dengan pengusaha atau penjual minuman keras mempengaruhi pola pengambilan minuman keras dalam kalangan remaja. Pengusaha atau peniaga menjual minuman keras buatan tempatan dan luar kepada responden tanpa mengira halangan agama dan peringkat umur. Peniaga dan pengusaha menjadi faktor *incitement* apabila bertindak menjual minuman kepada remaja yang datang membeli minuman keras kerana mereka mementingkan keuntungan. Peniaga atau pengusaha tidak merasakan had umur sebagai satu faktor penting mengawal penjualan minuman keras dalam masyarakat. Ini menyebabkan minuman tersebut mudah diperolehi oleh responden. Remaja yang berumur belasan tahun juga boleh membeli minuman keras asalkan memiliki wang. Faktor ketersediaan dan mudah peroleh juga dapat dilihat apabila minuman keras buatan tempatan dapat diperolehi dengan mudah daripada rumah pengusaha di kampung mereka.

Pada pihak penjual, mereka tidak menolak sekiranya remaja bawah umur membeli minuman keras di kedai mereka. Oleh itu, remaja tersebut bebas membeli minuman keras sekiranya mereka mempunyai wang. Faktor *availability* (ketersedia-adaan dan mudah peroleh) boleh dikaitkan dengan pola tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja. Hasil kajian juga mendapati faktor agama bukan merupakan faktor penghalang remaja minum minuman keras. Remaja yang beragama Islam turut minum minuman keras walaupun perbuatan itu ditegah dalam ajaran Islam. Namun, responden menyedari bahawa amalan minum minuman keras mendatangkan dosa kepada individu yang melakukan perbuatan tersebut. Hubungkait antara faktor agama dengan tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja Dusun turut dinyatakan oleh informan.

Stereotaip gender dalam masyarakat juga menjadi faktor yang menentukan pola pengambilan minuman keras dalam kalangan responden. Stereotaip sosial tersebut ialah stereotaip gender berhubung dengan kedudukan wanita sebagai peminum. Menurut informan, remaja Dusun perempuan jarang dilihat minum minuman keras. Mereka hanya minum minuman keras dalam majlis keramaian seperti majlis hari jadi atau *private party*. Petikan di bawah diperolehi daripada informan 1, 3 dan 4.

Informan 1:

“Saya tidak berapa pasti berkaitan dengan hal tu, tapi pada pandangan saya, remaja di kampung ini sahaja pun banyak yang minum dan ada juga kumpulan yang minum tu terdiri daripada budak sekolah lelaki sahaja. Dorang sudah biasa begitu.”

Informan 3:

“Sepanjang saya menetap di kampung ini, saya jarang melihat perempuan menyertai sesebuah kumpulan remaja yang mengambil minuman keras. Em, adalah satu dua orang, itupun remaja yang agak liar.”

Informan 4:

“Di kampung saya, biasanya kami minum secara berkumpul yang terdiri daripada lelaki sahaja. Perempuan mempunyai kumpulan mereka sendiri ketika hendak mengambil minuman keras. Kami tidak suka bercampur dengan perempuan semasa mengambil minuman keras. Tapi kadang-kadang adalah juga itupun kalau dijemput, tapi jarang lah..Biasanya kami akan menolak pelawaan tersebut.”

Hasil survei terhadap responden menyatakan pandangan yang berbagai-bagai. Wanita dikatakan jarang minum minuman keras. Seramai 42 orang responden menyatakan persetujuan kepada kenyataan tersebut. Sehubungan itu wanita dikatakan banyak minum di majlis keramaian dan *private party*. Seramai 24 orang responden menyatakan pandangan yang sedemikian. Ini bermakna faktor yang menyebabkan wanita minum adalah sikap ritual berkait dengan upacara tertentu dan *convivial* iaitu tertarik dengan suasana pesta dan perayaan. Seramai 21 responden

menyatakan wanita yang mengambil minuman keras dianggap sebagai perkara biasa, sementara 29 responden menyatakan wanita yang minum minuman keras bukan suatu perkara yang biasa. Golongan yang menolak perempuan biasa minum berpendapat bahawa golongan remaja perempuan tidak sesuai minum minuman keras. Kebanyakan responden berpendapat bahawa kedudukan wanita sebagai peminum kurang diterima oleh masyarakat.

Jadual 10. Pandangan responden terhadap wanita dan minuman keras (2007)

Wanita Minum	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju
Jarang berbanding lelaki	20	22	8
Di Majlis keramaian dan <i>private party</i>	7	17	26
Perkara biasa	1	20	29
Kelihatan hebat dan lebih feminin	6	9	35

Pandangan ini mempunyai kaitan dengan pandangan informan yang tegas menyatakan wanita jarang kelihatan minum minuman keras dalam masyarakat setempat. Pendapat tersebut dikukuhkan lagi oleh pandangan informan 2.

Informan 2:

Kebiasaannya remaja lelaki tidak bercampur dengan perempuan semasa mengambil minuman keras secara berkumpulan. Lagipun jarang perempuan yang mengambil minuman keras kerana ibu bapa melarang keras mereka mengambil minuman keras. Kami pun dilarang juga tapi...biasalah lelaki tidak dengar cakap."

Di samping itu, persepsi mengenai wanita yang mengambil minuman keras sebagai hebat dan lebih feminin tidak dipersetujui oleh sebilangan besar responden iaitu seramai 35 orang. Responden yang menyatakan setuju secara keseluruhannya sebanyak 15 peratus. Jadi dapat dirumuskan bahawa responden berpendapat bahawa terdapat wanita yang mengambil minuman keras tetapi tidak semestinya dianggap sebagai perkara biasa. Kebanyakan responden dan seorang informan tidak melihat keistimewaan kedudukan wanita berhubung dengan pengambilan minuman keras.

Jika remaja perempuan dikaitkan dengan sifat feminin, lelaki yang minum minuman keras juga dikaitkan dengan sifat kejantanan atau *macho*. Sehubungan dengan itu, terdapat sebanyak 22 peratus responden yang bersetuju bahawa lelaki minum minuman keras akan dilihat sebagai *macho* manakala sebanyak 78 peratus atau 39 orang responden menyatakan kurang setuju mengenai pernyataan mengenai lelaki yang mengambil minuman keras kelihatan macho atau menampakkan kemaskulin mereka. Hal ini bebezanya dengan pandangan popular lelaki yang merokok dianggap sebagai lelaki macho. Secara umumnya, tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja perempuan mahupun lelaki tidak dipengaruhi oleh identiti sosial seperti feminin dan macho.

Responden juga berpandangan minuman keras mempunyai kesan positif kepada tubuh selain daripada kesan negatif. Lima puluh peratus responden berpandangan salah satu kesan jangka panjang minuman keras kepada tubuh ialah dapat menyembuhkan penyakit tekanan darah tinggi, 34 peratus pula menyatakan orang yang minum minuman keras lambat nyanyuk. Jadi secara tidak langsung sikap utilitarian berkait dengan kebaikan minuman keras kepada kesihatan sedikit sebanyak mempengaruhi remaja mengambil minuman keras. Di samping itu remaja juga menyatakan minuman keras akan membuat mereka berasa gembira, suka melawak, tidak malu meluahkan perasaan, berkeyakinan melakukan sesuatu perkara.

Kesimpulan

Hasil kajian menunjukkan terdapat sebilangan responden yang mula minum pada usia di bawah 15 tahun, namun kebanyakannya mula minum minuman keras selepas 15 tahun. Ini bermakna remaja yang masih di tangga persekolahan sudah mula minum minuman keras. Malah terdapat remaja yang minum minuman keras di dalam kawasan sekolah. Faktor agama pula bukanlah faktor yang menghalang remaja minum minuman keras kerana remaja yang minum merentasi sempadan agama. Begitu juga dengan faktor ibu bapa yang minum atau tidak minum. Rata-rata remaja menyatakan ibu bapa mereka tidak minum minuman keras, namun faktor ini tidak menghalang remaja dari mengambil minuman keras bersama rakan-rakan dan di waktu perayaan.

Remaja lebih banyak minum minuman keras tradisional, namun remaja juga sudah cenderung minum bir yang dikategorikan sebagai minuman keras kosmopolitan. Remaja mudah memperoleh minuman keras di rumah pengusaha, kedai runcit dan restoran. Mereka sering minum di waktu perayaan, di hujung minggu dan bersama rakan sebaya. Umumnya pengambilan minuman keras di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor sikap individu yang memperlihatkan terdapat remaja yang minum kerana sikap *ritual*, *convivial* dan *utilitarian*. Oleh kerana responden yang dipilih adalah mereka yang terlibat dalam pengambilan minuman keras, jadi sikap *abstinence* (langsung tidak minum) tidak kelihatan dalam kajian. Sikap *ritual* tergambar dalam sikap remaja yang banyak minum minuman keras di upacara perayaan budaya seperti Tadau Kaamatan dan sikap *convivial* iaitu minum minuman keras disebabkan keinginan untuk berseronok dan menyertai majlis-majlis dikaitkan dengan aktiviti remaja minum di waktu majlis perkahwinan, parti sosial dan parti menyambut hari lahir. Terdapat juga remaja yang minum hingga ketagih dan secara persendirian yang menggambarkan sikap *utilitarian* remaja. Selain itu persepsi terhadap kebaikan minuman keras kepada kesihatan juga menjadikan remaja bersikap *utilitarian* dalam pengambilan minuman keras.

Faktor sosial yang meliputi faktor-faktor *incitement*, *availability* dan *example* kelihatan dapat juga menjelaskan sebab remaja mengambil minuman keras. Faktor *incitement* meliputi kebenaran minum tidak kira usia sewaktu pesta dan ritual budaya, dorongan rakan sebaya, daya beli remaja, identiti kelelakian. Faktor *availability* pula meliputi keadaan mudah mendapat minuman keras di pesta, kedai runcit, di rumah-rumah pengusaha dan restoran. Faktor *example* pula meliputi contoh yang mudah diikuti daripada amalan rakan sebaya, ahli masyarakat dan iklan.

Faktor streotaip gender juga menentukan pola tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja Dusun. Umumnya didapati, remaja Dusun perempuan kurang terlibat dalam aktiviti minum minuman keras. Hal ini disebabkan masyarakat memandang serong terhadap wanita yang minum minuman keras. Data yang dikutip daripada responden juga menunjukkan bahawa kumpulan remaja lelaki tidak suka minum bersama remaja Dusun perempuan. Oleh itu, yang lebih banyak terbentuk adalah kumpulan lelaki yang minum minuman keras. Melalui kajian juga, tabiat minum minuman keras berhubung dengan gender juga dikaitkan dengan penglabelan seperti sikap feminin dan macho atau kejantanan.

Hasil kajian menunjukkan, faktor ekonomi bukan faktor utama yang mempengaruhi pola tabiat minum minuman keras dalam kalangan remaja Dusun. Berdasarkan latar belakang ekonomi, rata-rata responden tidak mempunyai pendapatan. Namun, tabiat minum minuman keras dalam kalangan mereka dapat diteruskan. Jadi faktor *availability* (ketersedia-adaan dan mudah peroleh) kelihatan begitu signifikan sebagai faktor pendorong remaja minum minuman keras. Pihak pemilik kedai runcit pula tidak menolak sesiapa yang ingin membeli minum minuman keras. Oleh itu, remaja bebas untuk memperoleh minuman tersebut jika mempunyai wang.

Faktor agama juga dilihat kurang mempengaruhi pola tabiat minum minuman keras dalam kalangan responden. Remaja Dusun yang beragama Islam turut minum minuman keras. Sikap *abstinence* yang dikaitkan dengan larangan agama tidak menjadi faktor penghalang remaja minum minuman keras. *Abstinence attitude* bermakna bahawa sikap ahli masyarakat menjauhi diri dari

minum minuman keras adalah kerana dihalang oleh kebudayaan dalam sesebuah masyarakat seperti kebudayaan Islam.

Rujukan

- Adeline Tan Siew Kheim (1999) Perkahwinan dan penceraian dalam masyarakat Dusun Lotud, Tuaran (Master of Art Thesis) Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan. Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.
- Arenawati (1978) *Dusun: Satu tinjauan dalam konteks kepercayaan, kultus dan hukum adat di Sabah*. Yayasan Sabah, Kota Kinabalu.
- Asmawati Baharuddin, Norhalim Ibrahim (1996) *Peranan ibu bapa*. Makruf Publisher & Distributors Sdn Bhd, Kuala Lumpur.
- Assunta M (2007) Impact of alcohol consumption on Asia [Cited 19 May 2010]. Available from: <http://www.iogt.org/pdf/>.
- Assunta M (2010) Marketing alcohol in Asia [Cited a9 May 2010]. Available from: <http://www.healthpromotionjournal.com/publications/global/2002-01/index.htm#MarketingAlcoholinAsia>.
- Assunta M, Idris, Hamid (2010) The alcohol problem in Malaysia [Cited 19 may 2010]. Available from: http://www.ias.org.uk/resources/publications/theglobe/globe200103-04/g1200103-04_p18.html.
- Bales RF (1962) Attitudes toward drinking in the Irish culture. In: Pittman, Snyder (eds) *Society, culture, and drinking patterns*. John Wiley & Sons Inc, New York.
- Becker HS (1963) *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*. The Free Press of Glencoe, New York.
- Evans, IHN (1990) *Among primitive people in Borneo*. Oxford University Press, Singapore.
- Holmwood J, Steward A (1991) *Explanation & social theory*. McMillan Academic & Professional Ltd, London.
- Kessel N, Walton H (1965) *Alcoholism*. Penguin Books Ltd, England.
- Kochappan J (1986) Masalah alkoholisma: Satu kajian kes di Pusat Seri Putra (Master of Art Thesis) Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.
- Kurt Z (1971) *Socialization*. Penguin Books Ltd, England.
- Lee Yong Leng (1965) *North Borneo (Sabah) a study in settlement geography*. Eastern University Press Ltd, Singapore.
- Lemert EM (1967) *Human deviance, social problems and social control*. Prentice Hall, New Jersey.
- Lemert EM (1969) Sociocultural research on drinking. In: Keller M, Coffey TG (eds) *28 International congress on alcohol and alcoholism*. Jilid 2. Hillhouse Press, New Jersey.
- Leng Yong Leng (1982) *Sabah: Satu kajian geografi tempatan*. Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- MacKay JR, Phillips DL (1967) Drinking behavior among teen-agers: A comparison of institutionalized and non-institutionalized youth. *Journal of Health and Social Behavior* 8 (1), pp. 46-54.
- Mandelbaum DG (1965) Alcohol and culture. *Current Anthropology* 6 (3), pp. 281-293.
- Normah CD, Shazli Ezzat G, Mahadir A, Ponnusamy S, Gah HS, Loh WL, Siew TH, Tania LCC, Wong JE (2005) The influence of alcohol consumption on work performance in non-Muslim young adults. *Malaysian Journal of Psychiatry* 13 (2). September.
- Radcliffe-Brown AR (1980) *Struktur dan fungsi dalam masyarakat primitive*. Terjemahan. Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Ranjit Singh DS (2000) *The making of Sabah 1865 – 1941*. University of Malays Press, Kuala Lumpur.

- Ritzer G (1988) *Sociological theory*. 2nd ed. Alfred A Knopf Inc, New York.
- Rutter O (1985) *The Pagans of North Borneo*. Oxford University Press, Oxford.
- Sandmaier M (1992) *Invisible alcoholics woman and alcohol*. 2nd ed. HSI and Tab Books, Florida.
- Sargen MJ (1971) A cross-cultural study of attitudes and behaviour towards alcohol and drugs. *The British Journal of Sociology* **22** (1), pp. 83-96.
- Ullman AD (1958) Sociocultural backgrounds of alcoholism. *Annals of the American Academy of political and social science*. Jilid 315.
- White G (1977) *Socialisation*. Longman Inc, London.
- Williams TR (1965) *The dusun: A North Borneo society*. Holt Rinehart & Winston, New York.
- World Health Organization (1951) Expert committee on mental health. Report on the first session of the alcoholism subcommittee. WHO Technical Report series no.42.
- World Health Organization (2007) WHO Expert Committee on problems related to alcohol consumption. Second Report. Geneva, 10–13 October 2006 [Cited 19 may 2010]. Available from: <http://www.iogt.org/viewarticle.php?id=291&type=sub>.
- Zaini bin Mohd Isa (1969) *Kebudayaan dan adat resam Kadazan-Dusun dan Murut*. Pustaka Aman Press, Kota Bharu.