

BAB II
DESKRIPSI TEORITIS TENTANG
KOMUNIKASI DAKWAH DAN REMAJA

A. Komunikasi Dakwah

Sebelum mendefinisikan komunikasi dakwah, lebih baiknya terlebih dahulu mengetahui apa itu komunikasi dan apa itu dakwah.

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* dengan kata dasar *communis* yang berarti sama, kesamaan makna (*commonness*). Komunikasi dimaksudkan untuk membentuk kesamaan makna atau persepsi. Komunikasi terjadi agar komunikator dan komunikan mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan.

Sedangkan secara istilah komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang (atau lembaga) kepada orang lain (atau sekelompok orang) baik secara langsung (tatap muka) atau melalui media seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio atau televisi (Mulyana, 2005: 61). Dalam pengertian lain, komunikasi memiliki definisi sebagai proses saling berbagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antara para peserta dalam proses informasi (Setiadi, 1977: 56).

Setiap proses interaksi sosial antar individu atau lembaga, tindakan komunikasi biasanya melibatkan dua belah pihak yang saling berhubungan antara satu dan lainnya. Akan tetapi tidak semua jenis interaksi dapat diartikan sebagai bentuk hubungan komunikasi, karena komunikasi sebagai cabang ilmu sosial. Sifat ilmu membedakan bentuk realitas fakta dari bentuk interaksi biasa dan analisis ilmiah. Tindakan komunikasi yang dimaksud dalam istilah tersebut merupakan tindakan yang dilihat dalam kerangka analisa ilmiah berdasarkan disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi mempunyai tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, maupun non media massa, seperti, surat telepon, sepanduk, poster dan sebagainya (Effendy, 1992: 4-5).

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Ada sejumlah komponen atau unsur yang terdapat dalam proses komunikasi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator dapat berupa individu yang sedang bicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan sebagainya (Widjaya, 1986: 13).

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dipikirkan kepada si penerima.

3. Media

Media adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.

4. Komunikan

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber atau komunikator. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih bisa berbentuk kelompok, partai, negara (Wiryanto, 2000: 7).

5. Efek

Efek atau hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap atau tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan (Effendy, 1995: 20).

c. Model dan Pola Komunikasi

Model komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, kelompok orang atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar (Effendy, 1990: 32).

Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sistem atau tata kerja. Adapun istilah sistem secara umum adalah suatu susunan yang terdiri atas pilihan berdasarkan fungsinya, individu-individu yang mendukung membentuk kesatuan utuh. Tiap individu dalam sistem saling bergantung dan saling menentukan.

Dari pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa pola komunikasi adalah suatu sistem penyampaian pesan melalui lambang (symbol) tertentu, yang mengandung arti, serta sistem penciptaan makna untuk

mengubah tingkah laku individu yang lain. Penggunaan pola komunikasi mempengaruhi efektivitas proses komunikasi.

Teori tentang pola komunikasi secara jelas belum pernah menjadi kajian oleh para ilmuwan, akan tetapi model komunikasi identik dengan model komunikasi sebagai deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk komunikasi. Artinya model komunikasi muncul sebagai bagian dari adanya interaksi komunikasi yang dilakukan individu maupun kelompok (Pareno, 2002: 22).

Berdasarkan situasi, maka komunikasi diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk:

1. Komunikasi sebagai sebuah proses

Komunikasi sebagai suatu proses, dapat dibagi menjadi dua bentuk:

a) Komunikasi langsung

Komunikasi langsung adalah komunikasi tanpa menggunakan suatu alat perantara tehnik yang tercetak ataupun berbentuk alat elektronika.

b) Komunikasi tidak langsung

Komunikasi tidak langsung adalah orang yang berkomunikasi menggunakan alat atau sarana sebagai media dan mekanisme untuk melipat gandakan jumlah penerima pesan (sasaran) (Effendy, 1990: 38).

2. Komunikasi dilihat dari arah pesan

Berdasarkan arahnya pesan, ada dua bentuk komunikasi yaitu:

a. Komunikasi satu arah

Komunikasi satu arah yaitu suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

b. Komunikasi timbal balik

Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, kemudian komunikan setelah menerima pesan tadi memberikan umpan balik (*feedback*) kepada komunikator.

3. Komunikasi dilihat dari sifatnya

Berdasarkan sifatnya ada 3 bentuk komunikasi:

a. Komunikasi Personal

Komunikator berkomunikasi dengan seorang atau sekelompok komunikan dengan efek dan umpan balik langsung.

b. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi *massa* merupakan proses penyampaian pesan dari suatu sumber kepada khalayak yang berjumlah besar, dengan menggunakan saluran media massa.

d. Fungsi Komunikasi

Komunikasi mempunyai beberapa fungsi, dalam Widjaja (2002: 45) menyebutkan tiga fungsi komunikasi, yaitu:

- 1) Penjajagan (pengawasan lingkungan)
- 2) Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat
- 3) Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya

Nuruddin (2010: 16) menambahkan satu fungsi komunikasi, yaitu fungsi entertainment (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya. Fungsi pengawasan yang menunjukkan pengumpulan dan distribusi informasi baik di dalam maupun di luar masyarakat tertentu. Tindakan menghubungkan bagian-bagian meliputi interpretasi informasi mengenai lingkungan dan pemakainnya untuk berperilaku dalam reaksinya terhadap peristiwa-peristiwa dan kejadian-kejadian. Adapun fungsi warisan sosial berfokus pada pengetahuan, nilai dan norma sosial.

Apabila komunikasi dipandang dalam arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide. Maka fungsi komunikasi dalam tiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a) Informasi, pengumpulan, penyimpanan, penyebaran (berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar)
- b) Sosialisasi (pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang sadar akan fungsi sosial, sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat
- c) Motivasi, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya
- d) Perdebatan dan diskusi, saling menukar fakta
- e) Pendidikan, Pengalihan ilmu pengetahuan
- f) Memajukan kebudayaan
- g) Hiburan
- h) Integrasi, menyediakan berbagai pesan yang diperlukan, agar saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain (Effendy, 1992: 27-28).

e. Faktor Penghambat Komunikasi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*) ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi, terutama situasi yang berhubungan dengan faktor-faktor sosiologis-antropologis-psikologis.

1) Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tönnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang ia namakan *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*.

Gemeinschaft adalah pergaulan hidup yang bersifat pribadi, statis dan tidak normal. serta dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *Gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tidak pribadi, dinamis dan rasional, seperti pergaulan di kantor atau dalam organisasi. berkomunikasi dalam *Gemeinschaft* tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi, lain halnya dengan komunikasi dalam *Gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat ia akan menjadi bawahan yang lain (Effendi, 1993: 11).

2) Hambatan Antropologis

Manusia, meskipun satu sama lain dalam jenisnya sebagai makhluk *homo sapiens* tetapi ditakdirkan berbeda dalam banyak hal. Berbeda dalam postur, warna kulit, dan kebudayaan yang pada kelanjutannya berbeda dalam gaya hidup (*way of life*) norma, kebiasaan, dan bahasa. Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya.

3) Hambatan Psikologi

Faktor psikologis seringkali menjadi hambatan dalam komunikasi, hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, dan kondisi psikologis lainnya. dan jika komunikan menaruh prasangka (*prejudice*) kepada komunikator. Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-da'watan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil (Amin, 2008: 3).

Sedangkan secara terminologi dakwah adalah satu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan (Arifin, 2000: 6).

Menurut Toha Yahya Omar (1979: 1), dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, yaitu keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

b. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam suatu aktivitas dakwah terdapat beberapa unsur yang harus ada, unsur-unsur tersebut adalah:

1) Subyek dakwah

Subjek dakwah (*da'i* atau *communicator*) adalah pelaku dakwah. *Da'i* adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik) (Pimay, 2006: 24).

Secara umum *da'i* sering disebut dengan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran agama Islam). Tugas seorang *da'i* adalah menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.

2) Metode dakwah

Metode dakwah (*kaifiyah al-da'wah, methode*) adalah cara-cara menyampaikan, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima (Amin, 2009: 95). *Thariqah* merupakan metode dakwah, kalau wasilah adalah alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam, maka *thariqah* merupakan metode yang digunakan dalam berdakwun tukah. Metode

dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah atau *da'i* untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya. Suatu pesan walaupun baik, tetapi dalam menyampaikannya dengan menggunakan metode yang tidak benar, pesan tersebut bisa ditolak oleh penerima pesan. Oleh karena itu, *thariqah* atau metode sangatlah mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dalam berdakwah.

Metode dakwah menurut Al-Qur'an dibagi menjadi tiga macam yaitu:

a) Metode *Hikmah*

Dakwah dengan *hikmah* berarti dakwah dengan pendekatan substansi yang mengarah kepada falsafah, dengan nasehat yang baik. Sedangkan menurut al-Sayyid Muhammad Husain al-Thaba'thabei mengartikan hikmah sebagai perkataan yang tepat dan tegas yang disertai dengan dalil dan argumentasi yang dapat menyingkap kebenaran dan melenyapkan keraguan. Menurut Mukti dakwah *bil hikmah* yaitu sebuah kesanggupan *da'i* atau mubaligh untuk menyiarkan ajaran Islam dengan mengingat waktu, tempat dan masyarakat yang dihadapinya.

Dari denifisi para ahli tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah dengan menggunakan metode *hikmah* berarti dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu harus memahami

secara mendalam segala persoalan sasaran dakwah, tindakan-tindakan yang akan dilakukan, masyarakat yang akan menjadi objek dakwah, situasi, waktu dan kondisi dimana dakwah akan dilaksanakan.

b) Metode *al-Mau'idzah al-Hasanah*

Al-Mau'idzah al-Hasanah adalah *mau'izhah* atau tutur kata yang minimal tidak menyinggung ego dan melukai perasaan hati orang lain, baik disengaja maupun tidak.

c) Metode *Mujadalah*

Metode *mujadalah* yaitu metode dengan cara berdialog dengan lemah lembut, tidak kaku dan dengan wajah berseri-seri. Sedangkan Sayyid Qutub berpendapat *mujadalah* berarti berdialog dan berdiskusi bukan untuk mencari kemenangan, tetapi agar objek dakwah patuh dan tunduk terhadap ajaran agama untuk mencapai kebenaran. (Pimay, 2006: 47-71).

3) Media dakwah

Media dakwah (*wasilah al-da'wah, media, channel*) yaitu saluran untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Media tersebut bisa melalui lisan, tulisan, lukisan, audio visual (Amin, 2009: 114-115). Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu:

- a) *Lisan*, merupakan *wasilah* dalam dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah menggunakan wasilah ini dapat berbentuk, pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
 - b) Tulisan, wasilah ini bisa berupa buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk, *flash-card*, dan sebagainya.
 - c) Lukisan, merupakan hasil karya manusia yang bisa digunakan sebagai wasilah, ini bisa berupa gambar, karikatur, dan sebagainya.
 - d) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya, misalnya televisi, radio, internet, handphone dan lainnya.
- 4) Materi dakwah

Materi dakwah (*madah al-da'wah, message*) adalah isi dari pesan-pesan dakwah Islam, *maddah* dakwah adalah ajaran agama Islam yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu akidah, syari'ah, akhlak, mu'amalah, sebagaimana penjelasan di bawah ini:

a. Akidah (Keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islam. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlaq) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan

materi dalam dakwah adalah masalah akidah atau keimanan. Iman merupakan esensi dalam ajaran Islam.

b. Syari'ah

Hukum atau syari'ah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Materi dakwah yang bersifat syari'ah ini sangat luas cakupannya. Syari'ah bersifat *universal*, yang menjelaskan hak-hak umat muslim, nonmuslim, bahkan hak seluruh umat manusia.

c. Akhlak

Kata akhlak berasal dari bahasa Arab jamak dari *khuluqun* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan menurut terminologis, akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Materi akhlak ini diorientasikan untuk dapat menentukan baik dan buruk, akal dan kalbu manusia.

d. Mu'amalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan *mu'amalah* lebih besar porsi daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual (Munir, Ilaihi, 2006: 21-31).

5) Obyek Dakwah (*mad'u, communicant, audience*)

Masyarakat sebagai penerima dakwah. *Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran bagi dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik individu ataupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia keseluruhan. Bagi manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan. Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu:

- a) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
- b) Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

6) Efek Dakwah (*atsar*)

Atsar (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah. *Atsar* atau efek sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka

menganggap bahwa selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat penting dalam menentukan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah secara cermat, dapat mengulangi kesalahan strategi dakwah yang sangat merugikan bagi tujuan dakwah itu sendiri (Arifin, 2011: 21-24).

Proses dakwah tidak bisa dilakukan secara *instan* atau langsung, melainkan harus melalui sebuah proses atau tahapan yang terus dilakukan sampai tujuan dakwah bisa tercapai. Tujuan umum dari dakwah yaitu menjadikan manusia lebih baik dari sebelumnya. Penyampaian dakwah untuk mendapatkan hasil yang maksimal harus memperhatikan metode.

Dari penjelasan komunikasi dan dakwah diatas dapat disimpulkan yang dimaksud dengan komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khusus dimana seorang *da'i* atau komunikator menyampaikan pesan yang sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber dari al Qur'an dan hadits, dengan tujuan agar *mad'u* atau komunikan dapat berbuat dan berubah ke arah yang lebih baik.

B. Remaja

1. Pengertian Remaja

Orang barat menyebut remaja dengan *puber*, merupakan transisi dari anak-anak menjadi dewasa, sedangkan di negara kita ada yang menggunakan istilah *akil baligh*, *pubertas*, dan yang paling banyak

menyebutnya *remaja* dengan *adolensi* yang dapat diartikan sebagai pemuda.

Bila ditinjau dari segi biologis yang dimaksud remaja ialah 12 sampai dengan 21 tahun, usia 12 tahun merupakan awal pubertas bagi seorang gadis, yang disebut remaja mendapat menstruasi (datang bulan) yang pertama, sedangkan usia 13 tahun merupakan awal pubertas bagi seorang pemuda ketika ia mengalami masa mimpi pertama yang tanpa disadari telah mengeluarkan sperma.

2. Klasifikasi Remaja

Sebenarnya sampai sekarang belum ada kata sepakat antara para ahli ilmu pengetahuan tentang batas umur bagi remaja karena hal itu tergantung kepada keadaan masyarakat di mana remaja itu hidup, dan bergantung pula kepada dari mana remaja itu ditinjau. Dari segi pandangan masyarakat, maka semakin maju suatu masyarakat semakin panjang masa remaja itu, karena untuk diterima menjadi anggota masyarakat diperlukan kepandaian tertentu dan kematangan sosial. Berbeda dengan masyarakat desa yang sederhana, yang hidup dari hasil tani, menangkap ikan atau berburu, masa remaja itu sangat pendek, bahkan mungkin tidak ada, atau tidak jelas karena anak dapat langsung berpindah dewasa apabila pertumbuhan jasmaninya sudah matang.

Berbicara tentang pandangan berbagai ahli tentang masa remaja tidak ada kesepakatan, maka usia masa remaja adalah di atas 12 tahun dan di bawah 18 tahun serta belum pernah menikah, artinya apabila terjadi

suatu pelanggaran dari seorang dalam usia tersebut maka hukuman baginya tidak sama dengan hukuman orang dewasa (Daradjat, 1982: 132).

Masa remaja itu terbagi menjadi dua tingkat, yaitu pertama masa remaja pertama, kira-kira umur 13 tahun sampai dengan 16 tahun, di mana pertumbuhan jasmani dan kecerdasan berjalan sangat cepat. Dan kedua masa remaja terakhir, kira-kira dari usia 17 tahun sampai dengan 21 tahun, yang mana merupakan pertumbuhan terakhir dalam pembinaan pribadi sosial. Sedangkan kematapan beragama biasanya dicapai pada umur 24 tahun (Daradjat, 1982: 135).

3. Karakteristik Remaja

a. Keadaan jiwa agama yang tidak stabil

Tidak jarang kita melihat remaja mengalami kegoncangan atau ketidakstabilan dalam beragama. Misalnya mereka kadang-kadang sangat tekun menjalankan ibadah tapi pada waktu lain enggan melaksanakannya. Selain tekun dalam beribadah remaja juga aktif dalam kegiatan sosial.

b. Pertumbuhan Fisik

Pertumbuhan fisik mengalami perubahan dengan cepat, lebih cepat dibandingkan dengan masa anak-anak. Perkembangan fisik mereka jelas terlihat pada tungkai dan tangan, tulang kaki dan tangan, otot-otot tubuh berkembang pesat, sehingga remaja kelihatan bertubuh tinggi, tetapi kepalanya masih mirip dengan anak-anak.

c. Perkembangan Seksual

Seksual mengalami perkembangan yang kadang-kadang menimbulkan masalah dan menjadi penyebab timbulnya perkelahian, bunuh diri dan sebagainya, tanda-tanda perkembangan seksual pada laki-laki. Sedangkan pada anak perempuan sudah mendapatkan menstruasi. Ciri-ciri lain yang ada pada anak laki-laki ialah pada lehernya menonjol buah jakun yang membuat nada suaranya menjadi pecah.

d. Cara berpikir kualitas

Cara berpikir kualitas yaitu menyangkut hubungan sebab dan akibat, remaja sudah mulai berpikir kritis sehingga ia akan melawan bila orang tua, guru, lingkungan, masih menganggapnya sebagai anak kecil (Daradjat, 2005: 145).