

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Merokok sudah menjadi kebiasaan hampir seluruh masyarakat Indonesia maupun dunia. Jumlah perokok di Indonesia masih sangat tinggi. *The Tobacco Atlas 3<sup>rd</sup> edition* (2009) didalam terbitan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2007 dan 2013 yang memaparkan presentase penduduk dunia pengkonsumsi rokok tembakau terbanyak di duduki oleh Asia sebanyak 57%, 14% oleh penduduk Eropa Timur dan pecahan Uni Soviet, 9% penduduk Eropa Barat, dan 8% oleh penduduk Timur Tengah serta Afrika. Indonesia menjadi pemilik presentase perokok terbesar di ASEAN yaitu sebanyak (46,16%), disusul oleh Filipina (16,62%), Vietnam (14,11%), Myanmar (8,73%), Thailand (7,74%), Malaysia (2,90%), Kamboja sebanyak (2,07%), Laos (1,23%), Singapura (0,39%) dan Brunei (0,04%).

Indonesia menjadi Negara terbesar pengkonsumsi rokok di Organisasi ASEAN, hasil ini dapat dilihat pada Data Riset Kesehatan Dasar (2018) menunjukkan presentase perokok di Indonesia dari tahun 2007 – 2018 terus meningkat pada perokok laki laki dan perokok perempuan, ditunjukkan dari hasil data RISKESDAS pada tahun 2007 terdapat 65,6% laki laki dan 6,2% pada perempuan, tahun 2010 laki-laki mendapat 65,8% dan perempuan 4,1%, tahun 2013 perokok laki laki menjadi 66% dan perempuan menjadi 6,7%, pada tahun 2016 perokok laki laki meningkat menjadi 68,1% dan perempuan menurun 2,5% dan data terakhir pada tahun 2018 perokok pada laki laki sebanyak 62,9% dan perempuan 4,8%.

Hasil perokok di Indonesia yang sudah dijelaskan diatas juga tidak lepas dari perokok remaja. Perokok remaja meningkat dari tahun ketahun. Pada tahun 2013 perokok remaja sebanyak 7,2%. Hasil dari Survei Indikator Kesehatan Nasional (Sirkesnas) 2016 mendapatkan hasil sebanyak 8,8% perokok remaja dan survei terakhir pada tahun 2018 oleh Riskesdas sebanyak 9,1% perokok remaja.

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki presentase perokok tinggi adalah Yogyakarta. Data Kementrian Kesehatan (2017) survei perokok di Yogyakarta didapatkan 14,9% yang merokok setiap hari dan 1,37 yang tidak merokok setiap hari. Berbeda dari Yogyakarta, Kabupaten Sleman memiliki presentase perokok menurut hasil survei Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman (2017) terdapat 16,32% perokok yang setiap hari merokok, 2,39% untuk tidak setiap hari merokok. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perokok terbanyak dari Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Kabupaten Sleman. Data Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman untuk Perilaku Hidup Bersih (PHBS) dan Sehat tingkat Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (SLTP) pada tahun 2017 didapatkan 86% capaian PHBS dan merokok menjadi salah satu indikator dari PHBS tersebut.

Perokok remaja cenderung akan mengkonsumsi rokok lebih lama karna perokok remaja sudah mendapatkan efek dari nikotin tersebut, yaitu kecanduan. Menurut *U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health*, (2000) dalam (Hasanah, 2014) menyebutkan efek jangka panjang pada pengguna rokok anak maupun dewasa, baik pada pengguna rokok aktif dan pasif yaitu kerusakan paru – paru seperti emfisema paru, bronchitis paru, asma dan kanker paru,

bahkan pada suatu penelitian menyebutkan kanker paru dapat meningkatkan 10 – 30 kali lebih sering pada perokok aktif.

Efek jangka panjang bagi perokok remaja juga bisa sangat mengancam jiwa. Data dari *Tobacco Control Support Center* (2015) dalam terbitan Riskesdas mengatakan bahwa rokok dapat menyebabkan penyakit seperti kanker paru, stroke, penyakit obstruktif kronik, penyakit jantung koroner, dan gangguan pembuluh darah, dan merokok juga dapat menyebabkan penurunan kesuburan dimana pada saat remaja adalah awal dari kesuburan tersebut, insiden hamil diluar kandungan dan lainnya. Jumlah kasus penyakit yang diakibatkan karna merokok menurut jenis kelamin pada tahun 2013 dengan total kasus 962.403 (570.342 pada laki laki dan 387.885 pada perempuan). Penyakit terbanyak yang disebabkan karna merokok adalah penyakit paru kronik lalu setelahnya diikuti oleh panyakit jantung koroner, stroke, kanker bronkus dan lainnya.

Efek dari merokok tidak hanya mengancam secara fisik namun juga dapat mengancam secara psikologis. *CASA (Columbian University's Nasional Center On Addiction and Substance Abuse)* melakukan penelitian kesehatan jiwa, untuk remaja perokok memiliki risiko dua kali lipat mengalami gejala – gejala depresi dibandingkan remaja yang tidak merokok. Para perokok aktif tampaknya lebih sering mengalami serangan panik dari pada remaja yang tidak merokok. Terdapat penelitian yang dilakukan terhadap 81 reponden di SMA N 9 Pekanbaru tentang hubungan kebiasaan merokok remaja dengan gangguan pola tidur mendapatkan hasil sebagian besar dari responden berada pada usia 15 tahun yaitu sebanyak 28 responden (34,6%), mayoritas responden beragama islam yaitu sebanyak 34 responden (93,8%), dan sebagian responden mengkonsumsi rokok dengan kategori perokok ringan ( $\leq 10$  batang/hari) sebanyak 34 responden (42%) dan

mayoritas responden mengalami insomnia sebanyak 69 responden (85,2%) (Vaora, Sabrian, et al 2014).

Remaja merupakan suatu fase peralihan dari fase anak – anak menuju fase dewasa dimana banyak perubahan dan perkembangan baik fisik maupun psikologis. Asrori (2010) mengatakan salah satu perkembangan pada remaja adalah mereka mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi (*high curiosity*) terhadap apa yang terjadi disekitar mereka, sehingga perilaku merokok pada remaja tidak dapat dihindari dengan mudah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan remaja merokok, yaitu faktor kepribadian, dilatar belakangi dari rasa ingin tahu yang besar dengan rasa rokok dan remaja tersebut ingin menghilangkan stress atau tekanan yang akan dialihkan dengan cara merokok. Faktor lingkungan, keluarga perokok mampu mendorong remaja dan mencontoh perilaku merokok. Lingkungan teman sebaya juga menjadi salah satu faktornya, karna adanya ajakan dan pengaruh yang sangat kuat. Faktor media iklan rokok yang tersebar seperti iklan rokok di televisi, media cetak yang dapat memberikan informasi mengenai iklan - iklan rokok dan mendorong remaja untuk merokok (Melda, 2017).

Survei Kementrian Kesehatan Republik Indonesia oleh Prof. Tjandra sebanyak 89,3 % remaja di Indonesia karna melihat iklan, dari berbagai macam jenis iklan rokok yang ada seperti billboard, media cetak, elektronik. Acara diskusi dengan influencer media sosial mengenai rokok yang diadakan oleh *Smoke Free Agen* di Jakarta mengatakan bahwa iklan rokok sangat mempengaruhi remaja karna iklan rokok yang banyak tersebar luas menampilkan gambaran seperti menunjukkan soal keberanian dan *image* tertentu, yang membuat remaja semakin ingin mencoba dan *tagline* dan gambar tersebut yang mempengaruhi mereka (Alanda Kariza, 2015).

Strategi komunikasi pemasaran oleh perusahaan rokok makin gencar dan inovatif karena persaingan antar perusahaan rokok untuk menarik para masyarakat. Iklan rokok langsung seperti spanduk, papan reklame raksasa dan stiker yang ditempatkan pada lokasi dimana banyak dilewati dan menarik perhatian masyarakat yang melewati jalan tersebut. Hal lainnya adalah seperti acara musik, acara sekolah, olahraga, acara televisi menggunakan perusahaan rokok sebagai sponsorship dalam acara mereka. Iklan langsung di televisi menurut Badan Pengawasan Obat dan Makanan (2006) ada sebanyak 14.249 iklan rokok dan 9.230 yang ditayangkan di televisi. Ada kurang lebih 10 televisi yang menayangkan iklan rokok jam 9.30 malam karena hal tersebut sudah diatur dalam peraturan terkait penayangan iklan rokok (PP 19/2003), namun pada beberapa acara televisi yang menggunakan sponsorship dari perusahaan rokok dalam acara tersebut sehingga mereka menayangkan atau mempromosikan produk rokok. Iklan rokok media cetak dapat ditemukan dalam majalah, koran, majalah remaja. Target utama perusahaan rokok ini adalah para remaja, yang dibuktikan dengan promosi iklan yang berisi dan gambaran ari iklan rokok itu sendiri yang menggunakan *trand*, *ikon* dan semua pencitraan masa muda (remaja). Remaja menjadi sering terpapar iklan rokok sepanjang perjalanan berangkat sekolah, disekitar sekolah, ditaman, di mall. Hal ini menunjukkan bahwa remaja terus menerus terpapar oleh iklan rokok secara langsung maupun tidak langsung (Salim, 2013).

Teori diatas menjelaskan secara tidak langsung iklan rokok mendapatkan kekuatan untuk dapat mempengaruhi remaja dalam merokok, mengingat pengkondisian atau konsep iklan yang dibuat sesuai dengan konsep sasaran, perubahan perilaku dilakukan dengan paparan iklan yang berulang ulang melalui berbagai media, penerima pesan dari iklan tersebut adalah remaja yang sedang mencari jati diri, pesan yang terdapat dalam iklan

rokok merupakan pesan secara visual bukan verbal, isi pesan tersebut seperti, kuat, gagah, trendi, kebersamaan (Salim, 2013).

Ulama Indonesia mengatakan pada jaman Rosulullah Shallallahu'alaihi Wa Sallam rokok memang belum ada. Akan tetapi dilihat dari bahaya yang ditimbulkan dari merokok baik bagi diri perokok maupun orang lain terhadap kaidah Islam yang mengharamkan setiap perkaranya yang dapat membahayakan tubuh ataupun mengganggu orang lain, bahkan dapat merugikan harta. Dalilnya antara lain :

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَاَلَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۙ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

QS. Al A'Rof: 157 Artinya : *“(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka itulah orang-orang yang beruntung.”*

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

QS. Al Baqarah : 195 artinya : *“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”*

Sejalan dengan pendapat para ulama pemerintah Indonesia ikut dalam upaya mengurangi jumlah perokok dengan dibuatnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 19 tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan BAB II penyelenggaraan pengamanan rokok bagian pertama pasal 2b : “Melindungi penduduk usia produktif dan remaja dari dorongan lingkungan dan pengaruh iklan untuk inisiasi penggunaan dan ketergantungan terhadap rokok. KPAI mengatakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat perokok muda atau remaja adalah karna lemahnya peraturan iklan rokok serta masifnya iklan dan promosi rokok, sehingga KPAI meminta pemerintah secara tegas melarang segala bentuk iklan, promosi dan sponsor rokok diseluruh media penyiaran. KPAI juga meminta untuk menghapus pasal 144 ayat 2 dalam RUU penyiaran tersebut yang membolehkan penayangan iklan rokok dimedia. Sebagai gantinya KPAI meminta pemerintah menambahkan pasal 143 huruf (i) dalam RUU tersebut yang berbunyi “materi siaran iklan dilarang mempromosikan minuman keras, rokok dan zat adiktif lainnya termasuk dalam acara olahraga”.

Berdasarkan latar belakang tersebut bahwa terdapat gambaran tertentu pada remaja terkait iklan rokok dalam berbagai bentuk seperti media cetak, televisi, dan *billboard* yang membuat kenaikan jumlah perokok di Indonesia salah satunya di Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut, peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana pengaruh iklan rokok terhadap keinginan merokok pada usia remaja ?

## **C. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan umum penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh iklan rokok yang dapat meningkatkan keinginan merokok pada remaja.

## 2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan rokok yang dapat meningkatkan keinginan merokok pada remaja sebagai berikut :

- a. Mengetahui karakteristik dari responden
- b. Mengetahui gambaran pengaruh iklan rokok pada remaja
- c. Mengetahui tingkat keinginan merokok pada remaja

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Sebagai pengalaman dan pengetahuan baru bagi peneliti untuk mengetahui faktor perokok pemula yang sangat tinggi di Indonesia terutama di Sleman Yogyakarta.

### 2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk pemerintah serta pihak pihak terkait untuk lebih mempertimbangkan dan memperketat terkait iklan rokok yang beredar yang dapat mempengaruhi psikologis remaja untuk membeli dan mengkonsumsi rokok.

### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya remaja untuk tidak memberikan respon positif terhadap iklan rokok yang tersebar luas dari media cetak, televisi dll agar dapat mencegah penyakit penyakit jangka panjang yang diakibatkan dari merokok pada usia dini dan dapat mengurangi angka kematian karna penyakit kronis yang disebabkan karna merokok.



#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian yang dapat memberikan pendidikan kesehatan kepada remaja untuk mengurangi sikap remaja berkeinginan merokok, untuk mencegah penyakit jangka panjang yang akan terjadi.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini tentang pengaruh iklan rokok terhadap keinginan merokok pada remaja sudah pernah diteliti, penelitian yang serupa dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian oleh Afif dan Astuti (2015) tentang “Hubungan antara persepsi terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja” bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data dengan menggunakan skala, yaitu skala perilaku merokok dan skala persepsi terhadap iklan rokok. Menggunakan 50 responden remaja laki – laki yang berusia 15-18 tahun yang sudah merokok. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variable yang ingin diketahui terkait sikap remaja terhadap iklan rokok yang dilihatnya dan lokasi penelitian yang berbeda. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan rokok terhadap remaja. Analisis data menggunakan korelasi *product moment* dari pearson. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Hasil persepsi iklan rokok terhadap perilaku merokok terdapat 39,2% yang artinya masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi remaja selain iklan rokok tersebut sebesar 60,8%.

2. Penelitian oleh Sudibyo dan Al Hasin (2018) tentang “Pengaruh Terpaan iklan rokok terhadap minat beli konsumen rokok” bertujuan mengetahui terpaan iklan terhadap konsumen dan tingkat minat beli konsumen terhadap rokok, mengetahui pengaruh terpaan iklan rokok (frekuensi, intensitas dan durasi) terhadap minat beli konsumen terhadap rokok. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling. Metodenya adalah accidental sampling. Menggunakan 30 orang dari mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama mengetahui pengaruh iklan rokok terhadap keinginan membeli rokok dan perbedaanya adalah pengambilan responden yang digunakan oleh penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia dimana usia kurang lebih diatas 17 tahun, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah karakteristik usia remaja 13-17 tahun. Data analisis menggunakan analisis deskriptif (univariat) dan regresi linear berganda. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa kategori terpaan iklan rokok untuk frekuensi adalah rendah (skor 1,99), intensitas sedang (skor 2,71), dan durasi (skor 2,00) rendah. Minat beli konsumen adalah sedang (2,64) dan hasil dari regresi linear berganda menunjukkan secara parsial bahwa frekuensi dan durasi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Penelitian oleh Kurniawan, Arifuddin, *et.al* (2017) tentang “Dampak Media Iklan (Billboard Rokok) Terhadap Perilaku Merokok Siswa Di SMK Negeri 3 Palu” bertujuan untuk mengetahui dampak media iklan billboard rokok terhadap pengetahuan. Jenis penelitian yang digunakan kualitatif dengan teknik metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik

melakukan observasi, wawancara mendalam (indept interview) , dengan pedoman wawancara. Penelitian ini dilakukan di SMKN 3 Palu. Lokasi wawancara dilakukan diluar dan dalam lingkungan sekolah SMKN 3 Palu. Informan pada penelitian kali ini berjumlah 13 orang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama ingin mengetahui pengaruh dari iklan rokok tersebut terhadap keinginan atau perilaku remaja dalam merokok dan responden yang digunakan adalah remaja. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian ini menggunakan jenie penelitian kualitatif dengan responden sebanyak 13 orang sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan responden sebanyak 94 orang. Hasil penelitian tersebut adalah menunjukan bahwa siswa SMK Negeri 3 Palu memiliki pengetahuan melalui iklan yang terdapat pada billboard iklan rokok