

BAB II

PROFIL PEROKOK DI JAWA BARAT DAN ILM ANTI ROKOK DI INDONESIA

Sebelumnya, telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian ini bahwa epidemik tembakau telah membunuh sekitar 6 juta orang pertahun, di mana 600 ribu di antaranya adalah perokok pasif (<http://www.depkes.go.id>, diakses 15 Oktober 2014). Kemudian dijelaskan juga bahwa dari data itu dapat disimpulkan 500 orang meninggal setiap harinya karena rokok (<http://www.antaranews.com> , diakses 15 Oktober 2014).

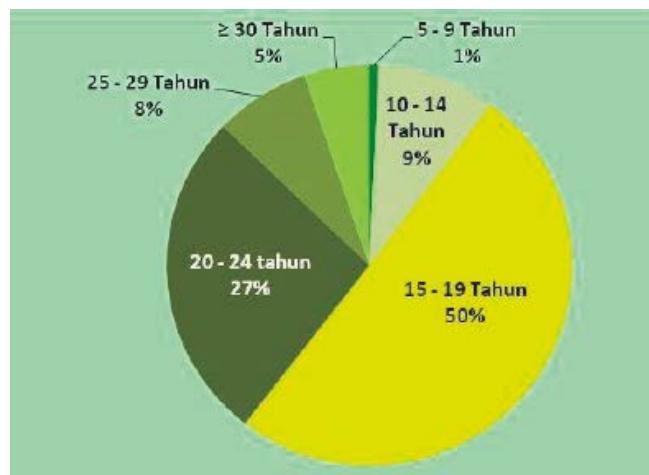
Angka kematian karena rokok itu cukup besar, mengingat hampir di seluruh Negara di dunia sudah menerapkan kampanye anti rokok di negaranya. Bahkan di Indonesia sendiri, kegiatan *social marketing* dalam bidang penanggulangan bahaya merokok ini cukup rutin walaupun belum segecar negara-negara lain yang tergabung dalam WHO.

Perokok di Indonesia terbilang belum ada penurunan di tiap tahunnya. Menurut data dari hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 yang dilakukan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kementerian Kesehatan RI , jumlah perokok di Indonesia cenderung meningkat. Berdasarkan Riskesdas 2007 sebesar 34,2%, Riskesdas 2010 sebesar 34,7% dan Riskesdas 2013 menjadi 36,3% (Riskesdas, 2013: 136-137).

2.1 Perokok di Jawa Barat

Provinsi Jawa Barat adalah salah satu provinsi dengan proporsi perokok terbanyak di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tahun 2013 tercatat proporsi penduduk umur ≥ 10 tahun yang merokok di Jawa Barat adalah 27,1% yang mana angka itu di atas rata-rata proporsi perokok di Indonesia (Risksedas, 2013: 133). Sedangkan usia pertama kali merokok tiap hari di Indonesia pada tahun 2013 terbanyak pada kelompok umur 15-19 tahun sebesar 50% (Profil Kesehatan Indonesia, 2013:171).

Diagram 2.1
Proporsi Penduduk Berdasarkan Usia Pertama Kali Merokok Tiap Hari di Indonesia Tahun 2013



Sumber: Profil Kesehatan Indonesia (2013: 172)

Sehingga dalam penelitian ini dipilahlan Jawa Barat sebagai populasi terbesar perokok di Indonesia dengan fokus penelitian pada perokok remaja dengan rentan umur 15-19 tahun atau setingkat SMA. Peneliti mengambil sampel secara kluster dari 27 kabupaten/kota di Jawa Barat, dan terpilihlah Kota Cimahi sebagai tempat penelitian. Selanjutnya dari hasil acak terpilih

Kecamatan Cimahi Tengah dan 5 SMA/SMK di wilayah Kecamatan Cimahi Tengah.

Tabel 2.1
Proporsi Penduduk Umur > 10 Tahun Menurut Kebiasaan Merokok dan Karakteristik, Jawa Barat 2013

KARAKTERISTIK	PEROKOK SAAT INI	
	PEROKOK TIAP HARI	PEROKOK KADANG-KADANG
Kelompok Umur (tahun)		
10-14	0,6	1,1
15-19	13,1	7,4
20-24	30,6	7,1
25-29	31,7	5,4
30-34	35,6	5,8
35-39	34,9	6,2
40-44	35,4	6,0
45-49	37,2	6,5
50-54	35,4	6,3
55-59	35,0	6,5
60-64	31,8	5,3
65+	25,4	5,7
Jenis Kelamin		
Laki-laki	51,7	9,5
Perempuan	1,8	1,6
Tempat Tinggal		
Perkotaan	26,0	5,7
Pedesaan	29,3	5,5

Sumber: Adopsi dari Riskesdas Jawa Barat (2013: 109)

Propinsi Jawa Barat memiliki 27 kota/kabupaten dengan rata-rata perokok aktif tiap harinya terbanyak pada rentan usia 45-49 tahun sebesar 37,2%. Sedangkan untuk usia 15-19 tahun sebenarnya hanya memiliki prosentase 13,1% untuk perokok setiap hari. Akan tetapi yang perlu diperhatikan adalah untuk prosentasi perokok kadang-kadang. Usia remaja

(15-19 tahun) yang menjadi perokok pemula atau coba-coba ini memiliki proporsi tertinggi, yaitu sebesar 7,4%.

Perokok laki-laki di Jawa Barat lebih banyak dari pada perokok perempuan, dengan perbandingan 51,7% dan 1,8%. Selanjutnya, Perokok di Jawa Barat memiliki kecenderungan tinggal di pedesaan (29,3%) dari pada di perkotaan (26,0%). Masih dalam penelitian Riskesdas Jawa Barat 2013, dinyatakan bahwa rokok yang sering dikonsumsi adalah jenis rokok kretek, rokok putih dan rokok liting dengan rata-rata konsumsi 10,7 batang atau hampir setara dengan satu bungkus rokok (Riskesdas Jawa Barat, 2013: 110).

2.2 Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Anti Rokok di Indonesia

Kebijakan kontrol tembakau di Indonesia baru di mulai ketika masa pemerintahan BJ Habibie pada tahun 1999. Kebijakan pengendalian tembakau pemerintah berupa peraturan perundangan yang mensyaratkan industry rokok untuk memberikan secara terbuka kandungan adiktif dalam rokok dan larangan iklan rokok di media elektronik serta kewajiban mencantumkan peringatan kesehatan dalam iklan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomer 81/1999 (Daeng dkk, 2011:73).

Awal mula munculnya kebijakan kontrol tembakau di Indonesia itulah yang akhirnya terus diterapkan dan diperbarui dari pergantian pemimpin di Indonesia sampai dengan saat ini. Kebijakan terbaru akhir-akhir ini justru secara gencar dilakukan oleh pemerintah daerah melalui Peraturan Daerah (Perda) yang justru lebih kuat di level implementasinya. Salah satu

contohnya adalah pembentukan Kawasan Tanpa Rokok di berbagai daerah di Indonesia.

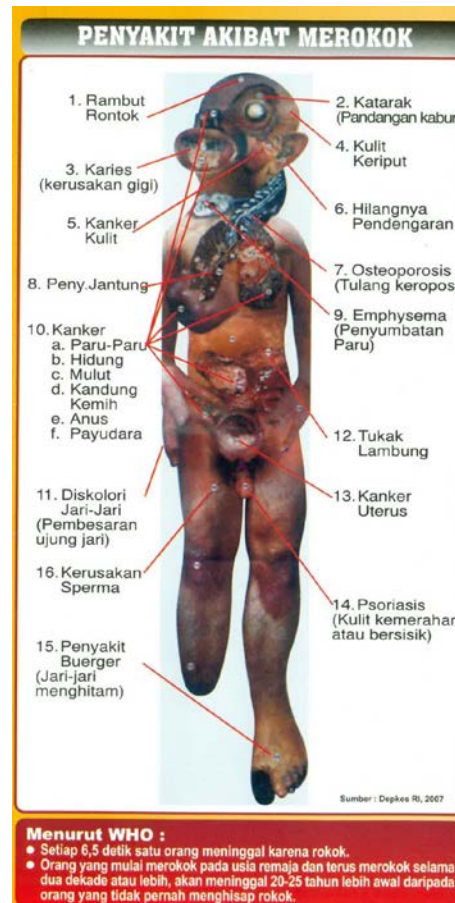
Selain Kawasan Tanpa Rokok (KTR), Pemerintah juga menyiapkan konseling untuk berhenti merokok atau menghindari rokok di kawasan pelayanan kesehatan. Pengimplementasian *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) yang merupakan bentuk hukum internasional dalam pengendalian masalah tembakau ke setiap peraturan perundang-undangan di Indonesia. Terakhir adalah peraturan iklan yang mengharuskan semua iklan rokok disertakan peringatan bergambar tentang bahaya merokok (Profil Kesehatan Indonesia, 2013:168).

Pemerintah Indonesia tidak hanya memiliki kebijakan pengendalian tembakau di tingkat peraturan perundang-undangan saja. Semenjak peraturan itu ditegaskan di Indonesia, secara bersama-sama muncullah berbagai jenis Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) yang mendukung niat pemerintah untuk menciptakan Indonesia yang lebih sehat dan bebas rokok. Sehingga secara bersama-sama Kementrian Kesehatan RI dan beberapa LSM Anti Rokok bekerjasama dalam gerakan kampanye sosial ini.

Kampanye anti rokok yang sering dilakukan di Indonesia sejauh ini masih sering menggunakan metode diskusi, kampanye di lapangan atau seminar-seminar. Sedangkan untuk porsi iklan layanan masyarakat (ILM) anti rokok sendiri cukup jarang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Hal ini mengingat biaya beriklan di media massa yang memang cukup besar.

Sehingga pendekatan secara langsung lebih dipilih untuk menanggulangi bahaya merokok.

Gambar 2.1
Poster Anti Rokok di Indonesia



Sumber: <http://roylicious.blogspot.com/2013/07/lets-be-smart-perokok-pasif-aktif-sama.html>, diakses 25 Mei 2015

Poster anti rokok adalah salah satu jenis ILM anti rokok yang paling sering dijumpai di Indonesia. Poster itu biasanya ditempatkan di tempat publik seperti sekolah, puskesmas atau rumah sakit. Iklan anti rokok di Indonesia sebenarnya cukup banyak dibuat oleh berbagai LSM dan tersebar di sosial media ataupun youtube. Akan tetapi belum banyak ILM anti rokok yang terpublikasi secara masal di Indonesia.

Salah satu organisasi pembuat ILM anti rokok yang hanya dipublikasikan melalui media online (youtube) adalah Quit Tobacco Indonesia. Quit Tobacco Indonesia adalah perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan oleh Pusat Kajian Bioetika dan Humaniora Kesehatan dan Pusat Perilaku dan Promosi Kesehatan, Fakultas Kedokteran Universitas Gajah Mada bekerjasama dengan Quit Tobacco India (<http://quittobaccoindonesia.blogspot.com/>, diakses 21 Desember 2014).

Gambar 2.2
Iklan Anti Rokok dari Quit Tobacco Indonesia



Sumber: (Syaifudin, 2013)

ILM anti rokok buatan Quit Tobacco Indonesia berjudul ‘Selamatkan Dirimu Dan Lingkungan Dengan Berhenti Merokok’ itu menggunakan pendekatan humor dengan tujuan mengubah perilaku untuk berhenti merokok walaupun tema yang digunakan adalah tentang polusi udara dan *global warming*. ILM ini bercerita tentang kepedulian beberapa perokok terhadap *global warming*, tapi mereka tidak menyadari bahwa asap rokok mengandung polutan 10 kali lipat dari mesin disel.

Sebenarnya, di tahun 2009 stasiun televisi lokal Jakarta yang bernama JakTV telah memproduksi dan menayangkan ILM anti rokok dengan judul 'Merokok Dekat dengan Kematian'. Tidak ada berita terkait penayangan ILM anti rokok dengan pesan menakutkan ini di media online. Akan tetapi iklan ini sudah di *upload* di youtube dan telah disaksikan lebih dari dua puluh ribu pemirsa.

Gambar 2.3
Iklan 'Merokok Dekat Dengan Kematian'



Sumber: (Anoname, 2013)

Iklan anti rokok ini menceritakan bahwa merokok adalah salah satu penyebab kematian. Digambarkan seorang laki-laki yang hendak merokok di tempat umum. Saat dia akan menyulut rokoknya dengan korek api, tiba-tiba beberapa orang yang ada disekelilingnya mendekainya, lalu dengan sedih membacakan surat yasin padanya. Kejadian ini diulang hampir dua kali karena si perokok masih belum mengerti, setelah dua kali dibacakan surat sampai akhirnya dia mengembalikan rokoknya ke dalam bungkus dan tidak jadi merokok.

Pesan *fear appeals* dalam iklan ini dikemas cukup unik dan kreatif karena pembuat pesan tidak mencitrakan ketakutan dari penyakit yang ditimbulkan karena rokok, tapi langsung pada akibat fatalnya, kematian. Sayangnya iklan ini tidak cukup populer karena hanya ditayangkan di stasiun televisi lokal pada tahun 2009 saja. Padahal pencegahan atau penanggulangan bahaya rokok harusnya dilakukan secara kontinyu dan menggunakan berbagai media kampanye.

Akhirnya bersamaan dengan diluncurkannya peraturan peringatan bergambar di setiap bungkus rokok dan Iklan rokok di Indonesia tahun 2014, Kementerian Kesehatan RI mencoba menindaklanjuti usaha itu dengan membuat beberapa iklan anti rokok yang beberapa kali dapat disaksikan di stasiun televisi swasta di Indonesia. Langkah ini terbilang cukup berani karena ternyata iklan ini tidak hanya tayang sekali waktu, tapi juga berlanjut walaupun intensitasnya masih kalah banyak dengan iklan rokok.

Indonesia bekerja sama dengan World Lung Foundation, sebuah organisasi dunia yang memiliki konsentrasi di kegiatan pengendalian tembakau untuk membuat iklan anti rokok yang di tayangkan di beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia. Salah satu aktivitas World Lung Foundation adalah menciptakan *resource center* global untuk mendanai iklan anti tembakau yang efektif (Daeng dkk, 2011:66). Sehingga dengan bantuan dana tersebut, Kementerian Kesehatan RI memiliki ILM anti rokok pertama yang ditayangkan secara massa.

Salah satu ILM Anti rokok yang dibuat Kementerian RI bekerja sama dengan World Lung Foundation adalah ILM 'Berhenti Menikmati Rokok Sebelum Rokok Menikmatimu' yang menjadi salah satu ILM yang digunakan dalam penelitian ini. Iklan anti rokok ini berdurasi sekitar 30 detik dengan menayangkan testimoni seorang korban rokok/mantan perokok yang menderita kanker tenggorokan.

Kemunculan iklan anti rokok ini diharapkan menciptakan kesadaran para perokok remaja untuk berhenti merokok. Iklan ini menampilkan testimoni dari Manah Hiras Panjaitan, seorang korban rokok yang terkena kanker tenggorokan. Selain itu secara masif Kementerian Kesehatan RI menayangkan iklan ini di beberapa bioskop di Jakarta dan stasiun televisi antara lain ANTV, TRANS TV, TRANS7, MNC TV, MetroTV, TV One dan Global TV (<http://worldlungfoundation.org>, diakses 17 Oktober 2014). Sehingga dengan adanya kampanye ini diharapkan perokok remaja sadar dan mempunyai keinginan untuk berhenti merokok.

Gambar 2.4
Manat Hiras Panjaitan,
Bintang Iklan Kampanye Nasional Anti Tembakau



Sumber: <http://www.tribunnews.com/kesehatan/2014/10/11/bintang-iklan-ini-terserang-kanker-karena-merokok-empat-bungkus-sehari>, diakses 25 Mei 2015

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) anti rokok ini sempat menghiasi layar kaca hanya sekitar dua minggu saja sejak Oktober 2014 lalu. Akan tetapi karena ILM ini merupakan bentuk kampanye nasional dengan skala massa pertama di Indonesia untuk kasus rokok, pemberitaannya cukup besar di berbagai surat kabar dan online di Indonesia. Tidak hanya berita, bahkan kritik dan saran dari masyarakat luas mulai bermunculan, salah satunya adalah agar ILM ini tidak hanya ditayangkan sekali dua kali, tapi berkelanjutan seperti ILM Keluarga Berencana (KB) atau lainnya.

Pemerintah, khususnya Kementerian Kesehatan RI menjawab tantangan berkelanjutan ILM anti rokok itu dengan meluncurkan ILM anti rokok lain di televisi swasta di Indonesia pada bulan Mei 2015. Masih bekerjasama dengan World Lung Fundation, iklan anti rokok ini masih bertema sama dengan sebelumnya, yaitu dengan pendekatan *fear appeals* tapi

lebih berfokus pada korban asap rokok, yaitu perokok pasif yang terkena kanker pita suara karena terpapar asap rokok.

Gambar 2.5
Ibu Ike Wijayanti,
Bintang Iklan Kampanye Nasional Anti Tembakau



Sumber: (WLF Indonesia, 2015)

Bintang iklan dalam ILM anti rokok berjudul 'Berhenti Merokok, Asapmu Membunuh Mimpi-Mimpi Orang Di Sekitarmu' adalah seorang perempuan bernama Ibu Ike Wijayanti yang berusia 37 tahun. Ibu Ike kehilangan pita suaranya yang menyebabkan tidak bisa bersuara dan memberikan lubang di lehernya karena bekas operasi. Walaupun bukan perokok, Ibu Ike mengaku terpapar asap rokok di tempat kerja yang telah 10 tahun memberikannya kehidupan.

Menurut Kepala Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan, Lily Sulistyowati, ILM ini bertujuan menyadarkan masyarakat akan bahaya paparan asap rokok dan menegaskan bahaya bagi perokok pasif (<http://www.slidegossip.com>, diakses 26 Mei 2015). ILM anti rokok yang

diluncurkan 17 Mei 2015 ini diharapkan menjadi salah satu bentuk kampanye yang efektif untuk mencegah dan menanggulangi bahaya merokok baik untuk perokok aktif maupun pasif di Indonesia.