

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesadaran akan pentingnya kesehatan di Indonesia terus meningkat dan memberikan dampak yang positif. Sakti (2012, hlm. 1) menyatakan bahwa hal ini ditandai dengan munculnya berbagai penyedia layanan kesehatan kepada masyarakat, seperti rumah sakit dan jenis layanan kesehatan lainnya. Namun, dalam ranah komunikasi kesehatan tak hanya berbicara tentang komunikasi secara interpersonal saja, terdapat berbagai saluran komunikasi lainnya yang dapat menyampaikan pesan tentang kesadaran kesehatan. Salah satunya adalah penggunaan media massa dalam menyampaikan pesan kesadaran kesehatan. Menurut Putri dkk (2021, hlm. 356) media massa didefinisikan sebagai wadah yang menyebarkan pesan dari komunikator kepada para khalayak dengan menggunakan alat komunikasi seperti koran, radio, televisi bahkan film.

Bentuk pengaplikasian dari menyampaikan pesan kesadaran akan kesehatan dalam media massa dapat dilihat dari penggunaan iklan layanan masyarakat yang membahas tentang isu kesehatan. Menurut Dwihantoro (2010, hlm. 6), penggunaan iklan bertujuan untuk memberitahukan, menyebarluaskan kepada khalayak bahwan memasarkan ide-ide, cita-cita, pesan anjuran dan lainnya pada khalayak agar individu yang menyaksikan iklan dapat bertindak atau menyimpulkan perilaku respn dari pesan iklan yang disampaikan. Iklan layanan masyarakat dapat meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap berbagai masalah, seperti kondisi yang mengancam kesehatan.

Berbagai permasalahan kesehatan bagi individu maupun kebiasaan buruk yang berdampak pada kesehatan individu perlu ditangani melalui penyampaian pesan akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh. Salah satu contoh kebiasaan buruk yang menimbulkan permasalahan kesehatan bagi individu yaitu perilaku konsumsi rokok. Menurut Alexander dkk (2019, hlm. 180) perilaku konsumsi rokok dianggap menjadi kebiasaan buruk disebabkan karena rokok menjadi salah satu sumber dari zat adiktif yang dapat membahayakan kesehatan individu. Hal ini dinilai dapat membahayakan kesehatan individu karena berdasarkan hasil data dari

World Health Organization atau WHO (dalam Sari dkk, 2020, hlm. 97) terdapat sekitar 6 juta kasus kematian yang dikarenakan oleh konsumsi rokok. Kemudian, WHO juga memperkirakan bahwa direntang tahun 2030 akan terjadi peningkatan kematian akibat perilaku konsumsi rokok.

Tingginya angka kematian oleh konsumsi rokok juga telah diakui oleh Kementerian Kesehatan Indonesia (P2PTM Kemenkes RI, 2018b) karena dari berbagai kasus kematian akibat penyakit tidak menular di Indonesia dikarenakan oleh resiko akibat konsumsi rokok. Hal ini disebabkan karena menurut data dari WHO (P2PTM Kemenkes RI, 2018b) Indonesia merupakan negara dengan asap rokok terbanyak se-Asia Tenggara yang memiliki peningkatan 29% dalam setiap harinya.

Penggunaan rokok di Indonesia menjadi produk yang paling banyak dikonsumsi dan memiliki peminat yang sangat tinggi. Dengan jumlah penduduk di Indonesia yang mencapai 273,5 juta menjadi potensi bagi pengusaha rokok dalam pemasaran produk mereka. Negara Amerika harga rokok ditetapkan cukup mahal dan tidak mudah didapat sedangkan di Indonesia yang merupakan negara berkembang, justru memudahkan perolehan rokok dengan harga yang relatif murah (Firdaus, 2021).

Kenyataan bahwa bebasnya akses dalam perolehan rokok dalam cakupan negara Indonesia, hasil dari Survei Sosial Ekonomi Nasional dan Riset Kesehatan Dasar menyatakan bahwa adanya peningkatan kebiasaan merokok pada usia remaja 15 - 19 tahun sekitar 3 kali lipat. Selain itu, dari hasil survey tersebut juga menunjukkan golongan usia perokok tertinggi berada di kalangan remaja yang kemudian disusul oleh kalangan dewasa. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa remaja di Indonesia negara dengan pengguna rokok paling tinggi dan terus mengalami peningkatan. Kemudian, dalam penelitian Rachmat dkk (2013, hlm. 503) menyatakan bahwa Indonesia terus mengalami kenaikan di sisi konsumsi rokok yang cenderung dilakukan oleh remaja.

Perilaku konsumsi rokok pada remaja secara keseluruhan akan semakin meningkat bila dalam konsumsi rokok mengalami peningkatan frekuensi serta intensitas merokok (Laventhal dan Cleary dalam Nasution, 2007, hlm. 1). Hal ini menyebabkan remaja mengalami ketagihan terhadap konsumsi rokok dan

ketergantungan terhadap nikotin. Menurut Kandel (dalam Baker dkk, 2004, hlm. 468) remaja yang telah ketagihan dalam mengonsumsi rokok seringkali tidak bisa mengendalikan dirinya untuk tidak mengonsumsi rokok cenderung akan sensitif dari efek penggunaan nikotin. Ada beberapa hal yang menyebabkan seorang perokok mengalami kesulitan untuk berhenti merokok. Kandungan yang terdapat dalam rokok membuat seseorang mengalami dua hal yaitu faktor ketergantungan dan faktor psikologis. Dalam faktor ketergantungan menyebabkan seseorang selalu ingin mengonsumsi rokok. Sedangkan dari faktor psikologis menimbulkan rasa kehilangan ketika berhenti merokok (Aulia, 2010, hlm. 10).

Salah satu penelitian Fitri (2011) menyatakan adanya hubungan antara tingkat stress pada mahasiswa dengan perilaku konsumsi rokok di kalangan mahasiswa. Penelitian oleh Mulyana dkk (2013, hlm. 15) menemukan bahwa beberapa faktor seperti faktor pengetahuan individu, sikap individu, mudahnya menemukan rokok, dukungan keluarga, dukungan teman, penggunaan iklan mempunyai hubungan pada tindakan mahasiswa dalam mengonsumsi rokok. Dari penelitian tersebut menggambarkan bahwa mahasiswa menjadi salah satu kalangan yang rentan dalam mengonsumsi rokok dengan berbagai alasan ataupun faktor penyebabnya.

Berdasarkan beberapa hal yang menyebabkan seseorang memutuskan untuk mengonsumsi rokok, sebetulnya terdapat 70% - 80% perokok yang memiliki keinginan dalam berhenti merokok menurut data dari WHO. Akan tetapi, hanya 3% saja dari angka tersebut yang bisa berhenti merokok tanpa bantuan orang disekitarnya dalam perkiraan waktu 6 bulan. Selain itu, di Indonesia menurut data dari Global Youth Tobacco Survey Indonesia tahun 2014, yang dikutip oleh portal P2PTM, 88,2 persen pelajar memiliki keinginan dalam berhenti merokok, 24% dari pelajar tersebut pernah menerima bantuan tenaga ahli untuk berhenti merokok. Akan tetapi, menurut data Lembaga Menanggulangi Masalah Merokok (LM3) yang dikutip dari portal salah satu badan dibawah naungan Kementerian Kesehatan RI yaitu Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular (P2PTM) menyatakan sekitar 5% perokok yang bertekad berhenti merokok benar-benar berhasil berhenti merokok.

Dalam menanggapi dampak konsumsi rokok serta terdapatnya perokok yang berkeinginan untuk berhenti merokok maka diperlukan tindakan atau wadah bagi para perokok untuk mendapatkan layanan berhenti merokok. Sebetulnya pemerintah Indonesia melakukan upaya demi menurunkan jumlah perokok di Indonesia serta membantu para perokok yang ingin berhenti merokok. Salah satunya adalah dengan melakukan himbauan untuk berhenti konsumsi rokok dan kehadiran komunitas anti rokok atau pihak lain yang mengupayakan usaha dalam menanggulangi angka perokok di Indonesia. Himbauan pemberhentian konsumsi rokok telah diterapkan di beberapa media komunikasi, contohnya televisi, internet, media cetak dan radio (*Tobacco Control Support Center*, 2018). Banyak komunitas anti rokok juga telah turut berpartisipasi terhadap penyebaran informasi tentang bahaya rokok kepada masyarakat.

Upaya himbauan untuk berhenti merokok terus digerakkan oleh Kementerian Kesehatan di Indonesia. Salah satu himbauan tersebut dapat kita jumpai dalam kemasan rokok itu sendiri. Pada kemasan rokok, tertera jelas gambar resiko konsumsi rokok, iklan layanan berhenti merokok sekaligus informasi kontak yang dapat dihubungi. Jika ditelusuri, nomor yang tertera pada kemasan rokok tersebut merupakan kontak dari salah satu program Kementrian Kesehatan Indonesia yaitu P2PTM. Badan P2PTM ini mencantumkan kontak mereka dalam kemasan rokok yang berguna dalam memasarkan dan menyebarkan layanan *quitline* berhenti merokok (P2PTM Kemenkes RI, 2018a). Penggunaan iklan *quitline* ini telah dilakukan sejak 2016 dan memiliki pencapaian penelpon yang ingin berhenti merokok sekitar 10-15 penelpon/hari pada bulan Oktober. Pencapaian jumlah penelpon terus meningkat sejak bulan April tahun 2016.

Jika dilihat di sekeliling masyarakat, bahkan di berbagai platform digital, banyak sekali ditemukan iklan layanan masyarakat, himbauan larangan merokok dan peringatan berhenti merokok. Persepsi perokok bahwa betapa berbahayanya mengonsumsi rokok didukung karena anggapan para perokok bahwa penyakit kronis dari konsumsi rokok. Salah satu pendorong persepsi ini disebabkan oleh adanya iklan gambar bahaya rokok yang terdapat dalam kemasan rokok. Hasil dari penelitian Baihaqi (2018, hlm. 89) penggunaan iklan gambar bahaya merokok tidak efektif untuk diterapkan dalam rangka menumbuhkan kesadaran kesehatan oleh

perokok. Sedangkan penelitian Hamdan (2015, hlm. 101) menyatakan bahwa penggunaan iklan gambar bahaya merokok berpengaruh dan dinilai efektif dalam mempengaruhi perokok dalam intensitas mereka berhenti merokok.

Menentukan keputusan seorang perokok untuk berhenti merokok merupakan sebuah tantangan sulit. Butuh waktu dan tekad yang kuat untuk menjadi non-perokok karena penggunaan nikotin pada rokok telah membuat perokok menjadi seorang pecandu ataupun ketergantungan. Pada layanan berhenti merokok ini memiliki konselor yang dapat membantu para penghubung dalam menyusun strategi dan perencanaan berhenti merokok. Dalam layanan ini juga, konselor juga akan membuat jadwal konseling sehingga dapat menyesuaikan dengan kondisi penghubung (P2PTM Kemenkes RI, 2018a).

Konselor dalam layanan ini akan menerima keluhan dan mengusulkan cara menghindari ketagihan terhadap rokok dan menemani perokok dalam waktu peralihan menuju terbebasnya dari rokok. Layanan ini akan terus berjalan hingga penghubung dapat benar-benar berhenti mengonsumsi rokok. Menurut keterangan dari portal p2ptm.kemkes.go.id menyatakan bahwa penggunaan layanan ini telah menunjukkan kecenderungan berhasil berhenti merokok oleh para penghubung.

Pencantuman iklan *quitline* layanan berhenti merokok pada kemasan rokok merupakan salah satu strategi dalam pengupayaan penghentian kebiasaan merokok oleh perokok yang ada di Indonesia. Disebutkan dalam portal p2ptm.kemkes.go.id menyatakan bahwa semakin banyak angka perokok yang berkeinginan berhenti mengonsumsi rokok. Maka adanya iklan *quitline* pada kemasan rokok ini dapat mempermudah para perokok mendapatkan informasi terkait kontak yang bisa dihubungi untuk melakukan konseling berhenti merokok. Dengan mengadakan layanan konseling berhenti merokok menjadi salah satu gerakan yang dapat dilakukan demi mengurangi angka perokok di Indonesia. (P2PTM Kemenkes RI, 2018a)

Adanya himbauan berhenti merokok melalui iklan *quitline* layanan berhenti merokok yang tercantum pada bungkus rokok juga menjadi salah satu cara untuk mengundang keinginan berhenti merokok di kalangan masyarakat. Namun pada penelitian ini akan mengkaji keputusan seseorang dalam berhenti mengonsumsi

rokok berdasarkan fenomena adanya iklan layanan yang telah dilaksanakan dalam salah satu program Kementerian Kesehatan, yaitu P2PTM.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti akan menjelaskan pengaruh antara keputusan para mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) di Universitas Pendidikan Indonesia untuk berhenti konsumsi rokok berdasarkan pengaruh dari iklan *quitline* layanan berhenti merokok yang telah dicantumkan di kemasan rokok. Hal ini dikarenakan dari tujuh fakultas yang terdapat di Universitas Pendidikan Indonesia, FPOK menjadi salah satu fakultas yang memiliki jumlah mahasiswa merokok terbanyak diantara fakultas lainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian dari Fitri (2011, hlm. 29) yang menemukan tingkat tertinggi mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia dalam kebiasaan konsumsi rokok banyak dijumpai pada Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan. Selain itu, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini pada mahasiswa FPOK dikarenakan prodi pada FPOK memiliki ciri khusus pada setiap program studinya dalam mempelajari terkait pendidikan jasmani dan kesehatan.

Dalam menjelaskan pengaruh antara iklan *quitline* layanan berhenti merokok pada keputusan berhenti merokok peneliti akan menggunakan komunikasi kesehatan menjadi panduan dalam menguji pengaruh tersebut. Kemudian penggunaan teori AIDA dan akan membantu dalam menentukan indikator pada penelitian ini. Oleh karena itu, permasalahan penelitian mengenai pengaruh iklan *quitline* layanan berhenti merokok terhadap keputusan berhenti merokok mahasiswa FPOK di Universitas Pendidikan Indonesia akan ditelaah menggunakan metode dan teori yang akan dijelaskan di bab selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah pesan iklan pada iklan *quitline* layanan berhenti merokok di kemasan rokok berpengaruh pada pengambilan keputusan berhenti konsumsi rokok?

1.2.2 Apakah frekuensi penerimaan iklan pada iklan *quitline* layanan berhenti merokok di kemasan rokok berpengaruh pada pengambilan keputusan berhenti konsumsi rokok?

1.2.3 Apakah visualisasi iklan pada iklan *quitline* layanan berhenti merokok di kemasan rokok berpengaruh pada pengambilan keputusan berhenti konsumsi rokok?

1.2.4 Apakah iklan layanan berhenti merokok di kemasan rokok berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan berhenti konsumsi rokok?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Mendapatkan data dan informasi tentang pengaruh pesan iklan *quitline* layanan berhenti merokok pada kemasan terhadap keputusan berhenti konsumsi rokok.

1.3.2 Mendapatkan data dan informasi tentang pengaruh frekuensi penerimaan iklan pada iklan *quitline* layanan berhenti merokok pada kemasan rokok terhadap keputusan berhenti konsumsi rokok.

1.3.3. Mendapatkan data dan informasi tentang pengaruh visualisasi pada iklan *quitline* layanan berhenti merokok pada kemasan rokok terhadap keputusan berhenti konsumsi rokok.

1.3.4 Mendapatkan data dan informasi tentang pengaruh iklan *quitline* layanan berhenti merokok terhadap keputusan berhenti konsumsi rokok.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan penelitian bisa memberikan manfaat seperti berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberi ide pemikiran untuk perkembangan keilmuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi
 - b. Memberikan sumbangan ide dan pemikiran mengenai pengetahuan tentang pengaruh iklan *quitline* layanan berhenti merokok P2PTM terhadap perilaku konsumsi rokok
 - c. Memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa yang akan meneliti topik selaras dengan penelitian ini.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberi pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam perkembangan komunikasi

- b. Menjadi sumber literatur bagi calon peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya terkhusus pada pengaruh iklan *quitline* layanan berhenti merokok

1.5 Sistematika Penulisan

Pada tulisan ini akan memuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menyatakan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian literatur dari penelitian, penelitian terdahulu, teori yang dipakai pada penelitian, kerangka berpikir pada penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memaparkan desain dari penelitian, partisipan penelitian, teknik atau cara pengumpulan data penelitian, instrumen penelitian dan juga uji dari instrumen yang sudah dicantumkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat mencantumkan uraian hasil analisis data dan pengolahan data berdasarkan jawaban partisipan melalui kuesioner yang telah disebarkan. Kemudian, pada bagian akhir bab hasil temuan tersebut akan dijelaskan dan dikaitkan dengan studi literatur

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan temuan penelitian beserta saran atau gagasan untuk kedepannya dari masalah yang dikaji di penelitian ini.