

Hubungan Terpaan Peringatan Risiko Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok dan Intensitas

Komunikasi *Peer Group* dengan Minat Berhenti Merokok Perempuan

Oleh : Indah Nur Masita , Dr. Drs. Hedi Pujo Santoso, M.Si.

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email : indahnurmasita12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada kenaikan perokok aktif perempuan di Indonesia. Kenaikan tersebut tersebut tidak luput dari gencarnya iklan, promosi, sponsorship, CSR, iklan lintas batas, dan tampilan pada kemasan rokok (TCSC, 2018 : 2). Maka dari itu, pemerintah berusaha meminimalisir angka perokok tersebut dengan upaya regulasi tentang iklan rokok. Salah satunya dengan iklan *Pictorial Health Warning* yaitu peringatan kesehatan bergambar yang ada pada kemasan rokok. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan. Teknik yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan, dengan tingkat keeratan korelasi yang kuat dengan menggunakan Teori Respon Kognitif. Artinya semakin tinggi terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok maka semakin tinggi pula minat berhenti merokok perempuan. Hasil temuan yang kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan, dengan tingkat keeratan korelasi yang kuat dengan menggunakan Teori Kelompok Rujukan. Artinya semakin tinggi intensitas komunikasi *peer group* maka semakin tinggi pula minat berhenti merokok perempuan.

Kata kunci : Terpaan, intensitas, komunikasi, *peer group*, minat, merokok, perokok, perempuan

Abstract

This research is based on the increase of female active smokers in Indonesia. The increase does not spare from the way of advertising, promotion, sponsorship, CSR, cross-border advertising, and display on cigarette packaging (TCSC, 2018: 2). Therefore, the Government tried to minimize the number of smokers with regulatory efforts on cigarette advertisements. One of them with Pictorial Health Warning ads as an illustrated health warning on cigarette packaging. This research aims to know the correlation between advertisement exposure from the risk of smoking hazard on cigarette packaging and intensity of peer group communication with women's interest in quitting smoking. The technique used accidental sampling with a total sample of 50 respondents. The finding of this study indicates that there is a positive effect between exposure to the risk of smoking hazard on cigarette packages with women's interest in quitting smoking, with a strong correlation using Cognitive Response Theory. The result showed that the higher the exposure to the risk of smoking hazard on cigarette packaging, the higher the women will have the urge or interest to quit smoking. The second finding shows that there is a positive effect between the intensity of peer group communication with women's interest in quitting smoking, with a strong correlation using the Reference Group Theory. This result means that the higher the intensity of peer group communication, the higher the women will have the urge or interest in quitting smoking.

Keywords: Exposure, intensity, communication, peer groups, interests, smoking, smokers, women

Pendahuluan

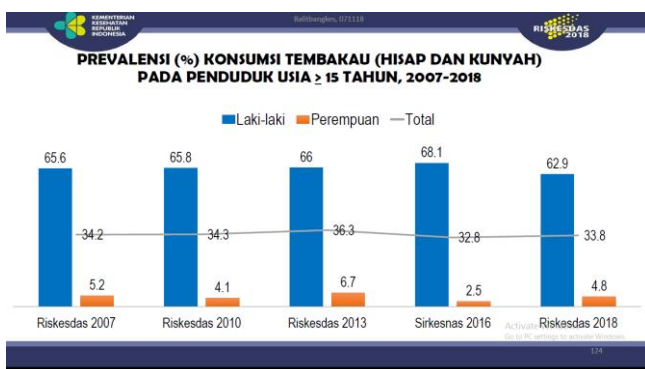
Kebiasaan merokok di Indonesia sangat memprihatinkan. Setiap saat dapat dijumpai masyarakat merokok dari usia tua

muda hingga laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, produksi tembakau nasional pada 2016 mencapai 196.154 ton, naik

1,22 persen dari tahun sebelumnya, yakni seberat 193.790 ton (Katadata, 2017 : 1). Seiring dengan meningkatnya produksi rokok, jumlah perokok juga semakin meningkat. Jumlah perokok aktif di Indonesia terus bertambah hingga mencapai 60 juta jiwa atau sebesar 23% dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 265 juta jiwa. Jumlah ini terus bertambah dari tahun ke tahun, Indonesia berada pada peringkat ke 3 dengan jumlah perokok aktif tertinggi di dunia (Ferri, 2018 : 1).

Grafik 1.1. Prevalensi Konsumsi Tembakau 2007-2018



Sumber : Riset Kesehatan Dasar 2018

Tingginya angka perokok bukan hanya terjadi pada kalangan pria, tetapi juga perempuan. Dapat dilihat dari grafik di atas, jumlah perokok perempuan mengalami kenaikan yang fluktuatif. Data lain menunjukkan kenaikan jumlah perokok

di kalangan perempuan usia produktif 18-40 tahun jumlahnya kini mencapai 6,2 juta. Data Riskesdas 2018 menunjukkan jumlah perokok di atas 15 tahun sebanyak 33,8%. Jumlah yang meningkat dibandingkan data dari Riskesdas 2017 juga menunjukkan jumlah perokok di Indonesia mencapai 29.3%. Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2017 menunjukkan angka persentase remaja usia sekolah yang merokok di Indonesia mencapai 55 persen, lebih dari setengah jumlah remaja. Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) dari Kementerian Kesehatan, menjelaskan jika dijabarkan lebih mendalam, tren merokok sebelum usia 15 tahun pada remaja wanita yakni sebesar 59 persen, sementara pada remaja pria sebesar 56 persen.

Koalisi Masyarakat Sipil Pengendalian Tembakau mengungkapkan perempuan menjadi target utama dalam konsumsi rokok. Prevalensi perokok laki-laki adalah 67 persen, namun dalam 5-10 tahun terakhir perokok perempuan naik 400 persen. Perempuan dan anak adalah orang yang

terpapar asap rokok di rumah. Ketua Bidang Kemasyarakatan Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah, Khotimun Sutanti menjelaskan di seluruh dunia 600 ribu kematian paparan rokok terjadi tiap tahun. Sebanyak 47 persen di antaranya adalah perempuan (Ika, 2017 : 1).

Kondisi perokok Indonesia yang semakin memprihatinkan, membuat pemerintah memberlakukan Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 untuk mewajibkan produsen rokok memasang gambar peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan. Sebagai mana yang diharapkan oleh pemerintah agar dapat mengurangi keinginan seseorang untuk merokok.

Rumusan Masalah

Rokok disebut sudah membunuh lebih dari enam juta nyawa setiap tahunnya. WHO memprediksi jumlah tersebut akan melonjak jadi delapan juta pada 2030. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk menekan angka perokok aktif. Pemerintah melalui Peraturan Menteri Kesehatan No 28/2013 memberlakukan keharusan

pencantuman gambar bahaya merokok pada kemasan produk mereka.

Kenyataannya jumlah perokok perempuan semakin meningkat. Masih banyak yang belum menyadari akan tingginya risiko bahaya yang ditimbulkan oleh perokok perempuan. Perempuan memiliki risiko 2,24 kali lebih tinggi terkena infark miokardium dibandingkan dengan perokok laki-laki dan peningkatan risiko kematian akibat kanker paru-paru pada wanita yang merokok.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa kuat hubungan terpaaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan ?
2. Seberapa kuat hubungan intensitas komunikasi *peer group* bahaya merokok dengan minat berhenti merokok perempuan ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji hubungan terpaaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan.
2. Untuk mengkaji hubungan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan.

Metoda Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah kalangan remaja perempuan yang berusia antara 17-25 tahun di kota Semarang yang menjadi perokok aktif dalam kurun waktu satu tahun terakhir, memiliki *peer group* dan pernah melihat atau membaca peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan. Teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Korelasi Kendall.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji korelasi Kendall Tau-b

UJI KORELASI X1 - Y

| Correlations | | | Terpaaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan | Minat berhenti merokok perempuan |
|-----------------|--|-------------------------|---|--|
| Kendall's tau_b | Terpaaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan | Correlation Coefficient | 1.000 | .413** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Minat berhenti merokok perempuan | Correlation Coefficient | .413** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi Kendall Tau-b antara terpaaan peringatan risiko bahaya merokok dengan minat berhenti merokok perempuan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,01. Maka nilai tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang sangat signifikan antara variabel X1 dan Y. Hubungan antara kedua variabel memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,413 artinya hubungan tersebut masuk ke dalam kategori kuat.

UJI KORELASI X2 - Y

| Correlations | | | Intensitas komunikasi peer group | Minat berhenti merokok perempuan |
|-----------------|-------------------------------------|-------------------------|--|--|
| Kendall's tau_b | Intensitas komunikasi peer group | Correlation Coefficient | 1.000 | .497** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Minat berhenti merokok perempuan | Correlation Coefficient | .497** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi Kendall Tau-b antara intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,01. Maka nilai tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang sangat signifikan antara variabel X2 dan Y. Hubungan antara kedua variabel memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,497 artinya hubungan tersebut masuk ke dalam kategori kuat.

Pembahasan

Analisis korelasi antara Terpaan Peringatan Risiko Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok dengan Minat Berhenti Merokok Perempuan

Teori Respon Kognitif dari David Aaker yang memiliki asumsi dasar bahwa khalayak secara aktif terlibat dalam proses penerimaan informasi dengan cara mengevaluasi informasi yang diterima berdasarkan pengetahuan dan sikap yang dimiliki sebelumnya, yang akhirnya mengarah pada perubahan sikap (Aaker, 1996 :255). Teori ini mengasumsikan bahwa ketika informasi mengubah tingkah laku konsumen secara kuat,

hal ini disebabkan konsumen mempelajari isi pesan yang dilihatnya yang kemudian akan mengarah ke perubahan tingkah laku terhadap produk.

Analisis korelasi antara Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Berhenti Merokok Perempuan

Teori Kelompok Rujukan (*reference group theory*) yang menjelaskan bahwa perilaku terbentuk di dalam suatu kelompok tertentu digunakan oleh individu untuk menjadi referensi yang kemudian akan mengarahkan serta meyakinkan dirinya untuk mengambil suatu keputusan tertentu (O'Shaughnessy, 2004:10). Teori ini mengasumsikan bahwa melalui interaksi dengan kelompok teman sebaya dengan pengalaman dan pemahaman ini lah yang nantinya menjadi acuan bagi seseorang untuk menentukan sikap yang berkaitan dengan minat individu.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan pembahasan hasil temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan, dengan tingkat keeratan korelasi yang kuat. Artinya, semakin tinggi terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok, maka semakin tinggi pula minat berhenti merokok perempuan.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan, dengan tingkat keeratan korelasi yang kuat. Artinya, semakin tinggi intensitas komunikasi *peer group*, maka semakin tinggi pula minat berhenti merokok perempuan.

Saran

Penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan antara terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok perempuan ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu diperlukan pengembangan lebih lanjut lagi. Hasil dari penelitian mengenai terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok telah teruji memiliki hubungan yang positif dengan minat berhenti merokok perempuan. Untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan mengkaji variabel lain dalam meneliti terpaan peringatan

risiko bahaya merokok pada kemasan. Variabel lain yang dapat mempengaruhi minat berhenti merokok perempuan seperti terpaan iklan rokok di televisi, billboard, baliho, blog, youtube, Instagram, online games, situs web serta media daring. Karena saat ini iklan rokok banyak ditemui pada platform media sosial seperti Youtube, berbagai website, Instagram, serta game online yang sangat mudah untuk diakses oleh semua orang serta belum adanya penelitian yang menggunakan platform media sosial tentang rokok sehingga dapat dijadikan pengembangan lebih lanjut dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Batra, R., Myers, J. G., Aaker, D.A. 1996. *Advertising Management Fifth Edition*. New Jersey : Prentice Hall International edition.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenada Media Group.
- DeVito, Joseph A. 2009. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta : Profesional Books.
- Djaali dan Muljono, P. 2007. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta : Grasindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Soetjningsih, 2010. *Tumbuh Kembang Anak Dan Remaja*. Jakarta: Sagung Seto.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar) Edisi Revisi*. Yogyakarta : ANDI OFFSET.

JURNAL

Alief, Bisma. 2015. *Hubungan Terpaan Gambar Merokok Pada Bungkus Rokok Dan Motivasi Dari Pasangan Terhadap Upaya Untuk Berhenti Merokok*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Floyd, Donna L, et. all. 2000. A Meta Analysis Of Research On Protection Motivation Theory. *Journal Of Applied Social Psychology*.

Liani, L. 2013. Korelasi Antara Popularitas Model Iklan dan Terpaan Iklan dengan Minat Beli Produk Kecantikan Ponds di Media Televisi Pada Kalangan Perempuan Perumahan BPD Samarinda. *E-Journal. ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=913*.

Lintang, Hapsoro. 2017. *Hubungan Terpaan Iklan Di Televisi Dan Intensitas Komunikasi Peer Grup Dengan Minat*

Merokok Remaja Perempuan. Semarang : Universitas Diponegoro.

Nisfiannoor M dan Yuni Kartika. 2004. *Hubungan Antara Regulasi Emosi Dan Penerimaan Kelompok Teman Sebaya Pada Remaja*. Jakarta : Universitas Tarumanegara.

Internet

Citra. 2019. 5 Negara dengan Jumlah Perokok Tertinggi di Dunia. <https://akurat.co/news/id-697859-read-5-negara-dengan-jumlah-perokok-tertinggi-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa> (Diakses pada 16 Agustus 2019 pukul 12.30 WIB).

Cossynook. 2013. Teori Minat. <https://cosynook.wordpress.com/2013/02/14/teori-minat/> (Diakses pada 26 Juli 2019 pukul 21.30 WIB).

Fadjar, evieta. 2014. Pesan Bergambar Pada Bungkus Rokok, Mulai 2014. <https://gaya.tempo.co/read/569021/pesan->

bergambar-pada-bungkus-rokok-mulai-24-juni-2014/full&view=ok(Diakses pada 26 Juli 2019 pukul 19.40 WIB).

Ferri, andika. 2018. Perokok Aktif Indonesia Capai 60 Juta Orang, 70 Persennya Warga Miskin & Anak-Anak. <http://jogja.tribunnews.com/2018/04/17/perokok-aktif-di-indonesia-capai-60-juta-orang-70-persennya-warga-miskin-dan-anak-anak> (Diakses pada 1 Juli 2019 pukul 20.30 WIB).

Gatra, Sandro. 2018. Kurang Menakutkan, 3 Gambar Seram di Bungkus Akan Diganti. <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/31/18291801/kurang-menakutkan-tiga-gambar-seram-di-bungkus-rokok-akan-diganti> (Diakses pada 24 Juli 2019 pukul 16.30 WIB).

Ika. 2017. Sebanyak 6,2 Juta Perempuan Terjerumus Dipusaran Rokok. <https://radarmalang.id/sebanyak-62-juta-perempuan-terjerumus-di-pusaran-rokok/>

(Diakses pada 1 Juli 2019 pukul 19.30 WIB).

Lusia. 2013. Foto Seram di Bungkus Rokok Lebih Efektif dari Tulisan. <https://olahraga.kompas.com/read/2013/01/18/12131230/foto.quotseramquot.di.bungkus.rokok.lebih.efektif.dari.tulisan> (Diakses pada 25 Juli 2019 pukul 09.30 WIB).

Mita, Nimas. 2019. Merokok Lebih Berbahaya Bagi Wanita Dibanding Pria. <https://hellosehat.com/hidup-sehat/fakta-unik/merokok-lebih-berbahaya-bagi-wanita/> (Diakses pada 24 Juli 2019 pukul 11.18 WIB).