BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang ini, merokok merupakan suatu pemandangan yang sangat tidak asing. Kebiasaan me`rokok dianggap dapat memberikan kenikmatan bagi si perokok, namun dilain pihak dapat menimbulkan dampak buruk bagi si perokok sendiri maupun orang-orang disekitarnya.

Para perokok sudah mengetahui akan dampak dan bahaya merokok, namun masih tetap saja melakukan aktivitas tersebut. Berbagai pihak sudah sering mengeluhkan ketidak nyamanannya ketika berdekatan dengan orang yang merokok, terbukti bahwa bahaya merokok bukan saja milik perokok tetapi juga berdampak pada orang - orang di sekelilingnya. Bahkan saat ini bukan hanya orang dewasa saja yang aktif merokok namun sudah banyak terlihat anak - anak dengan seragam SMP bahkan SD mulai merokok di kota - kota besar di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari peran serta orang dewasa yang merokok.

Berbagai kandungan zat yang terdapat di dalam rokok memberikan dampak negatif bagi tubuh penghisapnya, masalah ini masih sulit diselesaikan hingga saat ini. Berbagai dampak dan bahaya merokok sebenarnya sudah dipublikasikan kepada masyarakat, namun kebiasaan merokok masyarakat Indonesia masih sulit untuk dihentikan, terbukti dari data WHO pertumbuhan rokok Indonesia pada periode 2000-2008 adalah 0.9 % per tahun. Dalam rokok terkandung tidak kurang dari 4000 zat kimia beracun. Zat kimia yang dikeluarkan ini terdiri komponen gas (85%) dan partikel. Nikotin, gas karbonmonoksida, nitrogen oksida, hidrogen sianida, amoniak, akrolein, asetilen, benzaldehid, urethan, benzen, methanol, kumarin,

4-etilkatekol, ortokresol, dan perylene adalah sebagian dari beribu ribu zat di dalam rokok.

Rokok merambah di semua lapisan masyarakat, kaya atau miskin, tua atau muda, mulai dari orang dewasa hingga generasi muda dan pelajar. Padahal dalam bisnis rokok yang sebenarnya rokok diciptakan hanya untuk kalangan dewasa yang memilih untuk merokok ataupun tidak. Tetapi dalam realitas sesungguhnya rokok tidak hanya digemari oleh kalangan dewasa tetapi juga oleh kalangan remaja bahkan anak-anak. Yang lebih memprihatinkan para remaja ini dapat secara cepat menjadi tergantung kepada rokok, dan mereka akan semakin menyukai rokok.

Para perokok pemula biasanya merokok di usia remaja dengan alasan coba - coba, terbawa oleh temannya dan faktor lingkungan. Inilah awal mula untuk menjadi pecandu. Larangan yang diberikan hanya menyatakan sebatas bahwa rokok itu tidak baik untuk kesehatan, rokok hanya menghamburkan uang, bahkan pernyataan apabila belum bisa mencari uang tidak boleh merokok yang terkesan rokok itu diperbolehkan setelah bisa mencari uang.

Meningkatnya perokok di usia remaja didukung oleh fokus pemasaran beberapa produk rokok dewasa ini dititik beratkan pada remaja. Hal ini bertujuan agar kelangsungan pola konsumsi rokok menjadi lebih lama, rentang usia perokok anak lebih panjang daripada orang dewasa pada umumnya. Rentang usia perokok yang panjang berbanding lurus dengan jumlah rokok yang dikonsumsi oleh perokok. Oleh karena itu, keuntungan yang diprediksikan dari penjualan rokok khusus untuk anak-anak sangatlah besar dibandingkan dengan penjualan rokok yang diperuntukkan bagi orang dewasa.

Apabila diperhatikan pengaruh iklan baik di media massa dan elektronik banyak menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamour, membuat remaja terpicu untuk mengikuti perilaku tersebut dengan memanfaatkan karakteristik remaja, ketidaktahuan konsumen, dan ketidak berdayaan mereka

yang sudah kecanduan merokok. Karakteristik remaja yang erat dengan keinginan adanya kebebasan, independensi, dan berontak dari norma – norma dimanfaatkan para pelaku industri rokok dengan memunculkan slogan – slogan promosi yang mudah tertangkap mata dan telinga serta menantang. Slogan – slogan tidak hanya gencar dipublikasikan melalui berbagai media elektronik, cetak, dan luar ruang, tetapi industri rokok pada saat ini banyak mensponsori setiap *event* anak muda seperti konser musik dan olahraga. Hampir setiap konser musik dan *event* olahraga di Indonesia disponsori oleh industri rokok, secara khusus dalam event tersebut membagikan rokok gratis atau mudah mendapatkanya dengan menukarkan potongan tiket masuk acara tersebut.

Semakin banyak remaja di bawah umur mengkonsumsi rokok terlihat di lingkungan masyarakat mereka membeli dengan bebas rokok yang dijual di warung – warung, para remaja dibawah umur tersebut secara terang – terangan merokok di tempat umum.

Rokok sendiri sudah dibatasi tetapi baru dengan peraturan daerah dengan membatasi kawasan bebas asap rokok, di kemasan rokokpun sudah ada keterangan efek dari merokok dan informasi akan bahaya rokok pun sudah tersebar dimana mana baik di lingkungan pendidikan lingkungan kesehatan dan di tempat umum lainnya, tetapi belum mampu mengatasi jumlah perokok.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat di - identifikasi masalahnya sebagai berikut :

- Upaya yang dilakukan terhadap permasalahan merokok di usia remaja masih belum teratasi.
- Informasi yang tersebar akan bahaya merokok sudah ada bahkan tertera di kemasan rokok tersebut tetapi belum mampu menahan peningkatan jumlah perokok.
- Semakin banyaknya remaja yang terlihat merokok di lingkungan umum dan sudah menjadi pemandangan yang biasa.

1.3 Fokus Masalah

Fokus masalah yang terlihat adalah peningkatan jumlah perokok di usia remaja yang belum teratasi dan bagaimana cara membuat suatu perancangan sistem komunikasi untuk menyadarkan masyarakat yaitu dengan cara memberikan edukasi yang mudah dimengerti oleh remaja.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan kampanye ini adalah menekan jumlah perokok di usia remaja.