BAB II

PENGARUH ROKOK ELEKTRIK

TERHADAP KESEHATAN

2.1 Pengertian Rokok

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009), Rokok adalah gulungan tembakau yang bersalut dengan daun nipah kertas dan sebagainya. Merokok adalah menghisap gulungan tembakau yang dibungkus dengan kertas (h.720).

2.2 Rokok *Elektrik*

2.2.1 Pengertian Rokok *Elektrik*

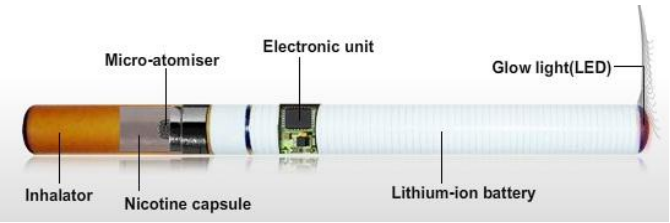
Rokok *elektrik* adalah rokok yang beroperasi menggunakan tenaga baterai. Namun tidak membakar tembakau seperti produk rokok biasa. Rokok ini membakar cairan menggunakan baterai dan uapnya masuk ke paru-paru pemakai *(*Yani, 2010*).*

2.2.2 Perkembangan Rokok *Elektrik*

Rokok *elektrik* atau *Elecronic Nicotine Delivery Systems* adalah sebuah inovasi dari bentuk rokok tembakau menjadi rokok modern. Rokok elektronik pertama kali dikembangkan pada tahun 2003 oleh SBT Co Ltd, sebuah perusahaan yang berbasis Beijing, RRC, yang sekarang dikuasai oleh Golden Dragon Group Ltd Pada tahun 2004. Ruyan mengambil alih proyek untuk mengembangkan teknologi yang muncul. Diserap secara resmi

Ruyan SBT Co Ltd dan nama mereka diubah menjadi SBT RUYAN Technology & Development Co, Ltd. *(Tamang, 2010)*

Rokok *elektrik* menggunakan kepingan pintar/cerdas dan sensor *aerodinamis* untuk mengendalikan asap yang dihasilkan dan terdapat cairan berberat jenis rendah yang digunakan untuk memproduksi uap dan aroma melalui transmisi penyalur *super mikro* yang berbentuk saluran kecil berongga.



Gambar II. 1 Rokok elektrik

Rokok ini memiliki 2 macam produk yaitu :

1. Tipe black, kelengkapannya 1 baterai, 1 *atomizer*, 3 *charger* dan 10 *refill*.



Gambar II. 2 Tipe black (sumber: www.toko nabil.com)

2. Tipe exclusive box, kelengkapannya adalah 1 baterai, 1 *atomizer*, 2 *charger* dan 10 *refill*.



Gambar II. 3 Tipe exclusive box (sumber: www.toko nabil.com)

Rokok elektronik diakui sebagai rokok yang lebih sehat dan ramah lingkungan daripada rokok biasa dan tidak menimbulkan bau dan asap. Selain itu, rokok elektronik lebih hemat dari pada rokok tembakau karena bisa diisi ulang. *(*Yani, 2010*)*

2.2.3 Kandungan Rokok Elektrik

Rokok *elektrik* memiliki kandungan toksin dalam jumlah banyak yang sebetulnya isi keseluruhan dari rokok ini adalah zat nikotin yang bervariasi, yaitu *nikotin pelarut, propilen glikol, dietilen glikol,* dan *gliseren* yang apabila dipanaskan akan

menghasilkan *nitrotisme*. Larutan *nitrotisme* ini nantinya akan menjadi penyebab munculnya penyakit kanker. *(Pramono, 2010)*

Menurut dr. Mukhtar Ihksan pada acara reportase siang di Trans 7 (2010) bahwa rokok *elektrik* tidak memiliki 4000 bahan kimia yang ada dalam rokok tembakau*,* namun rokok *elektrik* masih mengandung satu zat yaitu nikotin plus plefer yang ditambahkan dalam rokok tersebut. Bahaya nikotin masih ada pada rokok tersebut karena nikotin dapat menimbulkan penyempitan pembuluh darah, keluhan berdebar dan peningkatan tekanan darah.

Rokok ini memiliki kandungan nikotin sebesar 6 mg. Kandungan tersebut merupakan kandungan tertinggi dalam satu refill. konsumsi 1 pc cartridge sekitar 150 hisapan, atau setara dengan 10 batang rokok tembakau. Terdapat beberapa rasa yang terkandung didalamnya seperti Marlboro, Sampoerna Mild, Gudang Garam, Jarum, DjiSamSoe, Cofee, Chocolate, Virginia, Camel. Lemon, Nanas, Apel, Anggur, Pisang, Strawberry, Tobbaco, Vanilla, Rose, Cherry, Peach, Clove Mint, Orange



Gambar II. 4 Refill (sumber: www.toko nabil.com)

2.3 Kesehatan

2.3.1 Pengertian Kesehatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009), Sehat adalah keadaan baik sekujur badan serta baian-bagiannya, bebas dari sakit atau penyakit, dalam keadaan waras, mendatangkan kebaikan pada badan sembuh dari sakit baik dalam keadaan biasa atau normal pikirannya. Kesehatan adalah keadaan sehat, kebaikan keadaaan badan yang menyehatkan (h.763).

2.3.2 Dampak Rokok Terhadap Kesehatan

Dampak rokok terhadap kesehatan menurut Satiti (2009) adalah:

1. Kanker paru-paru

   Merokok dapat menyebabkan perubahan struktur dan fungsi saluran napas dan jaringan paru-paru. Pada saluran napas besar, sel mukosa membesar *(hipertrofi*) dan kelenjar

mucus bertambah banyak *(hiperplasia)*. Pada saluran napas kecil, terjadi radang ringan hingga penyempitan akibat bertambahnya sel dan penumpukan lendir. Pada jaringan paru-paru, terjadi peningkatan jumlah sel radang dan kerusakan alveoli. Hubungan antara merokok dan kanker paru-paru telah diteliti dalam 4-5 dekade terakhir ini. Didapatkan hubungan erat antara kebiasaan merokok dengan timbulnya kanker paru–paru (h. 37).

2. Serangan Jantung

   Terjadi penggumpalan darah pada arteri yang menyumbat suplai darah pada jantung sehingga dapat mengakibatkan serangan jantung (h. 38).

3. Impotensi

   Racun nikotin yang terdapat di dalam rokok akan mengendap dan menyumbat aliran darah, termasuk aliran darah ke penis, sehingga dapat menyebabkan disfungsi alat vital dalam berereksi (h. 39).

2.3.3 Bahaya Rokok Bagi Perempuan

a. Gangguan Kesuburan

   Perempuan pecandu rokok mempunyai resiko *hormonal*, karena rokok akan merusak sel telur dan menyebabkan rahim menjadi abnormal sehingga tingkat kesuburannya

menurun 30 persen dibandingkan perempuan yang bukan perokok (Satiti, 2009, h. 43)

b. Gangguan Kehamilan dan Janin

Jika perempuan yang sedang hamil menjadi perokok aktif atau pasif maka kecepatan jantungnya akan bertambah 25 persen melebihi kecepatan semula. Selain itu, senyawa kimia berbahaya yang terkandung di dalam asap rokok, akan masuk ke dalam aliran darah ibu, yang selanjutnya akan membawa pengaruh buruk bagi janin yang dikandungnya (Satiti, 2009, h. 43).

2.4 Masyarakat Pengguna Rokok *Elektrik*

2.4.1 Anggapan Masyarakat

Rokok *elektrik* dianggap sebagai rokok yang lebih sehat dan ramah lingkungan dari pada rokok biasa, setidaknya mengurangi merokok traditional dengan cara yang nyaman dan aman bagi tubuh. Kondisi yang berkembang saat ini bahwa masyarakat memilih rokok ini karena bisa berhemat dari rokok tembakau. Menurut pemakai Wawan Juniawan (2010) menjelaskan bahwa faktor lain yang mendorong untuk menggunakan rokok *elektrik*, juga dipicu oleh ketidaktahuan bahaya yang ditimbulkan, Pemakai beranggapan lebih hemat, praktis dan aman bila menggunakan rokok *elektrik* dibandingkan rokok tembakau.

2.4.2 Perilaku

Menurut pengguna Tarmawan (2011) bahwa perilaku orang pengguna rokok *elektrik* cenderung berlebihan dalam menggunakan rokok tersebut sehingga menimbulkan sakit di bagian kepala. Rokok ini bisa sampai diperlakukan layaknya sebuah mainan yang tanpa sadar menghisap terus menerus tanpa habis, karena dalam 1 catridge rokok ini sama dengan menghabiskan hampir 10 batang rokok tembakau. Sedangkan menurut pengguna Suryaman (2011) cenderung menggunakan keduanya baik *elektrik* maupun tembakau.

2.5 Kampanye

2.5.1 Pengertian Kampanye

Menurut Venus (2009, h.9) kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga. Penyelenggara kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Lembaga tersebut dapat berasal dari lingkungan pemerintahan, kalangan swasta atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Terlepas siapa pun penyelenggaranya, kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan tersebut sangat beragam dan berbeda antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.

Menurut Rogers dan Storey dalam Venus (2009, h.7) mendefinisikan kampanye sebagai *"Serangkaian tindakan*

komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu". Pada definisi ini kampanye harus mengandung empat hal yakni pertama tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, kedua jumlah khalayak sasaran yang besar, ketiga biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan yang keempat melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

2.5.2 Jenis-Jenis Kampanye

Jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah membicarakan motivasi yang melatarbelakangi diselenggarakanya sebuah program kampanye. Motivasi tersebut pada giliranya akan menentukan kearah mana kampanye akan digerakan dan apa tujuan yang akan dicapai. Menurut Charles U. Larson (1992) membagi jenis kampanye dalam tiga katagori yakni: *product oriented campaigns, candidate oriented campaigns dan ideologically or cause oriented campaign*s.

Kampanye rokok *elektrik* termasuk dalam kategori *ideolagically or cause oriented campaigns.* Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Karena itu kampanye jenis ini sering disebut sebagai *social change campaigns*, yakni

kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan prilaku publik yang terkait.

2.5.2 Media Kampanye

Dalam kampanye, media cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena hanya lewat media inilah khalayak dalam jumlah yang besar dapat diraih. Disamping kemampuanya dalam melipatgandakan penyebaran informasi, media juga memiliki kemampuan untuk mempersuasi khalayak. Menurut Klapper (Mcqueil, 1987) membedakan enam jenis perubahan yang mungkin terjadi akibat penggunaan media dalam proses kampanye yakni:

- Menyebabkan perubahan yang diinginkan
- Menyebabkan perubahan yang tidak diinginkan
- Menyebabkan perubahan kecil (baik dalam bentuk maupun intensitas)
- Memperlancar perubahan (diinginkan atau tidak)
- Memperkuat apa yang ada, dan
- Mencegah perubahan

Dalam program kampanye ini perubahan yang diinginkan adalah masyarakat tidak lagi menggunakan rokok ini. Diharapkan masyarakat pengguna mengetahui dampak apa yang akan ditimbulkan oleh rokok ini.

2.6 Khalayak Sasaran

Khalayak memerlukan pendekatan yang berbeda, mulai dari desain pesan, cara meyampaikanya hingga siapa komunikator yang cocok menyampaikan pesan tersebut. Ini artinya segmentasi atau pengkelompokan perlu dilakukan dalam menentukan khalayak sasaran kampanye. Segmentasi dapat diartikan sebagai pengelompokan khalayak kedalam kategori-kategori tertentu berdasarkan ciri-ciri umum yang dimiliki baik secara *geografis*, *demografis* maupun *psikografis*.

Dari segi *geografis*, khalayak dikelompokan bedasarkan lokasi tempat tinggal mereka misalnya apakah khalayak tinggal di kawasan pedesaan, perkotaan atau kota metropolitan. Dari aspek *demografis* khalayak umumnya dikelompokan bedasarkan karakteristik sosial ekonomi seperti usia, jenis kelamin, suku, agama, pendidikan, pekerjaan, ukuran keluarga, hingga status sosial mereka. Sementara aspek *psikografis* meliputi gaya hidup, minat, motivasi, hingga pendapat-pendapat mereka tentang berbagai isu tertentu bedasarkan sikap, keyakinan dan nilai yang dimiliki.

Untuk memilih khalayak sasaran yang tepat, maka permasalahan rokok ini hanya membatasi target sasaran yang telah dianalisa sebelumnya. Berikut adalah penjabaran dari khalayak sasaran:

BERDASARKAN DEMOGRAFIS

- Jenis kelamin : laki – laki
- Usia : 27 – 40 tahun (perokok aktif/berat)
- Siklus keluarga : lajang dan menikah
- Pendidikan : perguruan tinggi
- Pekerjaan : pegawai negeri, kantor dan dosen
- Kewarganegaraan : Indonesia
- SES : menengah & menengah atas

BERDASARKAN GEOGRAFIS

- Wilayah : Bandung
- Lokasi : Perkotaan, industri perdagangan
- Kepadatan : Perkotaan, metropolitan penuh keramaiaan

BERDASARKAN PSIKOGRAFIS

- Gaya hidup : mewah, glamour
- Kepribadian : Berteman, mementingkan kualitas dan mutu

BERDASARKAN BEHAVIORISTIK

- Mementingkan manfaat
- Memiliki kesiapan membeli
- Sikap terhadap produk sangan positif
- Selalu mengikuti perkembangan
- Berperilaku perokok berat atau perokok aktif