BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali ditemui wanita merokok, baik di kantin, di pasar ataupun tempat umum lainnya atau di kalangan rumah tangga. Kebiasaan merokok pada wanita dulunya sangat jarang, meskipun ada perokok wanita tetapi sembunyi atau tidak ditempat umum. Kebiasaan merokok dimulai dengan adanya rokok pertama. Umumnya rokok pertama dimulai saat remaja. Sejumlah studi menemukan penghisapan rokok pertama pada wanita dimulai saat usia remaja. Sejumlah studi menemukan penghisapan rokok pertama dimulai pada saat usia 13-15 tahun di kota-kota besar (Smet, 1994). Studi Mirnet (Tuakli dkk, 1990 dalam Nasution, 2007) menemukan bahwa perilaku merokok diawali oleh rasa ingin tahu dan pengaruh teman. (Smet, 1994) bahwa mulai merokok terjadi akibat pengaruh lingkungan sosial. Modelling (meniru perilaku orang lain) menjadi salah satu determinan dalam memulai prilaku merokok (Sarafino, 1994).

Merokok pada wanita merupakan aktualisai dalam diri, menurut ahli psikologi (Nilam Widyarini, 2009) aktualisasi diri berarti mengembangkan potensi yang dimiliki secara *optimal*. Salah satu yang dibutuhkan untuk menyokong adalah mengembangkan peran feminin untuk wanita. Kepribadian seseorang akan berkembang sehat bila terpenuhi kebutuhannya untuk aktualisasi diri. Namun, dalam

kenyataan, tidak banyak orang yang dapat mencapainya. Untuk mengembangkan berbagai kapasitas manusiawi yang dimiliki, baik fisik, psikis, sosial, dan spiritual, setiap orang butuh lingkungan sosial yang kondusif. Lingkungan sosial itu terutama adalah keluarga dan sekolah.

Dalam penelitian yang dilakukan di beberapa SMA kota Bandung, dapat disimpulkan para perokok wanita pada umumnya berkarakter feminim dan tomboy. Karakter yang ditanggapai negatif mengakibatkan menjadi pecandu rokok agar dapat menunjukkan eksistensi diri, aktualisasi dan, dan ketenangan diri, hal ini yang menyebabkan perokok wanita ingin keliatan lebih beda dari wanita lainnya. Menurut Titi Kusrini, (2001) eksistensi diri seakan membuat perokok wanita ingin menunjukan identitas diri kepada lawan jenis agar ingin disamakan derajat dan diterima dalam pergaulan. Aktualisai diri yang negatif memberikan pilihan yang salah terhadap perokok wanita karena pada umumnya perokok wanita memulai kebiasaan merokok akibat dari pergaulan yang salah akibat rasa ingin tahu dan pengaruh teman sebaya. Kebiasaan merokok dianggap dapat menenangkan diri dari berbagai masalah seperti adanya tekanan atau kurangnya komunikasi dari keluarga dan lingkungan yang mendukung, perokok wanita menanggapi secara negatif bahwa rokok sebagai pilihan yang tepat agar dapat sejenak menghilangkan masalah dalam diri.

Oskamp (Whitler, 1984) menyatakan bahwa setelah mencoba rokok pertama, seorang wanita menjadi ketagihan merokok, dengan alasan-alasan seperti kebiasaan, menurunkan kecemasan, dan

mendapatkan penerimaaan. Graham (dalam Ognen, 2000) menyatakan bahwa efek positif dari merokok adalah menghasilkan efek mood yang positif dan membantu individu dalam menghadapi masalah yang sulit. Studi Mirnet (Tuakli dkk, 1990) juga menambahkan bahwa dari survei tehadap para perokok wanita, dilaporkan bahwa orang tua dan saudara yang merokok, rasa bosan, stres dan kecemasan, kebiasaan teman sebaya merupakan faktor yang menyebabkan keterlanjutan kebiasaan merokok pada wanita.

Apabila diperhatikan pengaruh iklan baik di media massa dan elektronik banyak menampilkan lambang kejantanan atau *glamour*, yang mengakibatkan salah persepsi bagi perokok wanita dengan memanfaatkan karakteristik wanita, 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 pelaku industri rokok dengan memunculkan slogan-slogan promosi yang mudah tertangkap mata dan telinga serta memberikan sugesti. 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 di Indonesia di sponsori oleh industri rokok, secara khusu dalam event tersebut membagikan rokok secara gratis atau mudah mendapatkan dengan menukarkan potongan tiket masuk acara tersebut yang dampaknya dapat menambah jumlah perokok wanita.

Sebagian besar dari perokok wanita mengetahui akibat yang akan ditimbulkan dari merokok, tetapi informasi yang diketahui hanya sedikit dan karena akibat yang ditimbulkan oleh merokok itu tidak datang secara langsung. Hal tersebut menjadikan perokok wanita tidak memperdulikannya bahkan ada yang menganggap remeh akibat dari merokok tersebut. Apabila perokok wanita telah mengetahui secara serius bahwa bahaya yang diakibat merokok pada wanita sangatlah banyak, apalagi bagi seorang wanita yang sudah ditakdirkan menjadi orang tua yang akan mengandung anak, akibat dari merokok tersebut akan berdampak pada calon anak yang akan dilahirkan. Seorang anak yang akan dilahir tanpa dosa harus menanggung akibat dari perbuatan ibu yang tidak peduli pada kesehatan diri sendiri bahkan pada anak yang akan dilahirkan, demi memperoleh kesenangan dan kenikmatan sesaat yang diberikan oleh rokok.

Rokok merambah di semua lapisan masyarakat, kaya atau miskin, tua atau muda, mulai dari orang dewasa hingga generasi muda dan pelajar, wanita dan pria. Padahal dalam bisnis rokok yang sebenarnya rokok diciptakan hanya untuk kalangan dewasa yang memilih merokok atau tidak. Di Indonesia dapat diketahui kampanye larangan merokok hanya berlangsung di kota Jakarta saja dan kampanye itu belum sukses meskipun diadakan sarana untuk perokok, tetapi larangan merokok di Jakarta yang tidak sukses karena sasaran yang ditujukan pemerintah tidak jelas dan tepat target segmentasinya.

1.2. Identifikasi Masalah

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

a. Eksistensi diri, aktualisasi diri dan ketenangan diri yang negatif menganggap rokok dapat menyelesaikan sejenak masalah.
b. Kurang pemahaman wanita tentang bahaya merokok pada kesehatan.
c. Upaya yang dilakukan pemerintah terhadap permasalahan merokok pada wanita belum tercapai.

1.3. Fokus Masalah

Seperti diuraikan diatas, fokus masalah yang terlihat adalah berkembangnya jumlah perokok wanita yang belum teratasi dan bagaimana cara membuat suatu perancangan sistem komunikasi untuk menekan dan menyadarkan masyarakat yaitu dengan cara memberikan edukasi yang tepat kepada wanita sesuai pilihan negatif pada diri wanita perokok.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan kampanye ini dimaksudkan untuk menekan jumlah perokok wanita dengan pilihan negatif dalam diri wanita perokok.