BAB II

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE TENTANG BAHAYA ROKOK UNTUK REMAJA

II.1 Anak Remaja

Menurut Dahlan (2011) ”masa remaja merupakan periode perkembangan yang cepat dan terjadinya perubahan dalam aspek perkembangan. Pengalaman masa remaja mempunyai pengaruh yang besar terhadap perkembangan saat dewasa. Apa yang akan akan dilakukan oleh anak saat remaja adalah tahapan dimana mencoba mengenal apa yang sebenarnya ada disekelilingnya” (h.12). Tahapan tersebut berlanjut hingga remaja mulai mengerti dan mencontoh apa yang harusnya bisa dicontoh disekelilingnya sampai anak dewasa.



Gambar II.1 Remaja

Sumber : http//pkpdkijakarta.com//uploadedimages//uploadannak%20sma.jpg (30 juni 2014)

Emosi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi tingkah laku individu, termasuk dalam tingkah perilaku terhadap lingkungannya. Apabila orang tua sang anak tidak memantau atau mengarahkan perkembangan emosi anak, dikhawatirkan emosi anak remaja jatuh terhadap sesuatu yang menyimpang.

Menurut hasil wawancara dengan seorang psikolog bernama Ricky Chandra Himawan, S.Psi, bahwa anak kecil dikisaran usia 9 – 13 tahun sudah mengalami proses ingin dianggap dewasa oleh orang terdekatnya. Anak selalu ingin terlihat

dewasa dimata orang tuanya dengan cara mencontoh perilaku orang dewasa. Ketika anak mengalami masa usia sekolah menengah yaitu dari umur 13 sampai 18 tahun, anak akan mulai ingin mencari jati diri meski sering kali diikuti dengan tindakan atau perilaku yang negatif dari sang anak. Secara garis besar sifat-sifat negatif dapat diringkas dalam 2 aspek, yaitu :

- Negatif dalam prestasi baik prestasi atau jasmani maupun prestasi mental
- Negatif dalam sikap sosial, baik dalam bentuk menarik diri dalam masyarakat (negatif positif) maupun dalam bentuk agresif terhadap masyarakat (negatif aktif)

Kesalahan orang tua yaitu berkurangnya intensitifitas terhadap anak, banyaknya orang tua yang sibuk dengan pekerjaannya melalaikan tugasnya sebagai orang tua. Padahal orang tua berperan penting dalam kelangsungan hidup anaknya. Tidak heran bahwa anak mudah mencontoh perilaku buruk karena kurangnya pengawasan orang tua dan tidak ada yang memberi tahu mana yang baik dan buruk bagi anak tersebut.

Hal yang harus dipikirkan adalah tentang bagaimana pola pikir anak remaja bekerja. Dalam setiap pikiran anak, masih ada sifat *self center* atau sifat yang dimana berpusat pada anak sendiri atau bisa dibilang mengutamakan dirinya sendiri. Ketika anak mendapat sesuatu yang menurutnya baik bagi dirinya, anak akan mempertahankan sesuatu tersebut meski hal tersebut tidak baik bagi sang anak.

II.1.1 Psikologi Anak Remaja

Menurut seorang pakar psikologi lulusan Universitas Islam Bandung, Ricky Chandra Himawan, S.Psi berpendapat bahwa kemungkinan anak atau remaja untuk melakukan hal menyimpang seperti halnya dalam penggunaan zat adiktif seperti sangat besar. Beliau berpendapat bahwa anak remaja belum terlalu memikirkan dampak apa yang mereka terima ketika mereka melakukan suatu hal apapun itu. Padahal dampak yang dirugikan terbesar adalah mereka sendiri. Anak-anak remaja pun kesulitan antara memilih hal yang baik dan hal yang

buruk. Anak remaja masih memiliki emosi yang besar dalam menggerakkan naluri mereka.

Sifat anak remaja yang harus diwaspadai oleh orang sekitarnya adalah :

- **Rasa Ingin Tahu**

Rasa ingin tahu anak dan remaja terkadang melampaui apa yang orang tua pikirkan. Ketika orang tua tidak mau atau tidak bisa menjawab keingintahuan anak, maka anak akan mencari jawabannya dilingkungan luar. Ini menyebabkan rentannya perilaku anak mengarah pada hal negatif karena belum tentu jawaban yang didapat benar bagi mereka. Anak harus bisa diarahkan secara positif oleh orang tua ketika anak mulai menanyakan suatu hal yang bersifat dewasa atau belum sesuai dengan konteks umurnya.

- **Rasa Ingin Mencoba dan Memiliki**

Ketika anak hendak dilarang memiliki apa yang ingin anak miliki, maka sang anak akan memunculkan sikap permusuhan. Ketika anak tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan, anak-anak akan mencari cara bagaimana mendapatkannya. Hal ini harus diwaspadai karena akan membentuk sikap egois dan kurang empati pada sesama.

II.2 Rokok

Rokok mengandung zat psikoaktif yang bernama nikotin, zat ini yang menyebabkan kecanduan. Manusia yang menghisap rokok akan ketagihan. Tanpa rokok, orang akan menjadi lesu, tidak produktif, tidak berdaya karena rokok yang mengandung bersifat adiktif (Partodiharjo, T, h.57).



Gambar II.2 *Rokok*

Sumber : http//tempo.com//uploadedimages//rokok09.png (30 juni 2014)

Perokok biasanya sulit untuk meninggalkan rokok karena kenikmatan yang disebabkan oleh nikotin. Pada setiap batang rokok terdapat 1,1 mg nikotin, cukup membuat penghisap rokok menjadi ketagihan (Warsidi, 2006, h.13) Bila dilihat dengan seksama, bisa dianggap rokok memaksa para konsumennya untuk ketagihan. Bila perokok mencoba berhenti mengkonsumsi rokok, maka akan timbul rasa sakit dan tidak enak yang disebut *withdrawal effect* atau biasa disebut sakaw.

Rokok mengandung banyak sekali zat-zat berbahaya bagi tubuh manusia, nikotin hanyalah zat yang menyebabkan candu pada penghisap rokok. Sebenarnya ada 4000 zat didalam rokok, tetapi jenis zat racun yang mematikan hanya ada 20 zat yaitu :

- Naftalen (kapur barus)
- Karbon Monoksida (racun knalpot)
- Hidrogen sianida (racun tikus/racun hukuman mati)
- Amonia (pembersih lantai)
- Naftilamin
- Pyren
- Toluen (pelarut kimia)
- Arsen (racun rayap)
- Kadnium
- Bensopyrene
- Vinilklorida
- Toluidin
- Dienzokridin
- Polonium
- Aseton (penghapus cat)
- Metanol (bahan bakar roket)
- Dimetil Nitrosamin
- Butena (bahan bakar korek api)
- DDT (racun serangga)

Dengan banyaknya zat berbahaya yang terkandung dalam rokok, tidak heran banyaknya penyakit yang disebabkan rokok seperti :

- Penyakit jantung dan pembuluh darah
- Pengkroposan tulang atau yang dikenal dengan osteoporosis
- Putus haid awal
- Bronkitis
- Batuk
- Penyakit ulser peptik
- Emfisima
- Otot lemah
- Penyakit gusi
- Kerusakan mata
- Kanker perut
- Kanker usus dan rahim
- Kanker mulut
- Kanker Esofagus
- Kanker tekak
- Kanker pankreas
- Kanker payudara
- Kanker paru-paru
- Capek dan Pegal-pegal
- Penyakit saluran pernafasan kronik
- Melahirkan bayi yang cacat
- Keguguran bayi
- Kemandulan

Penyakit-penyakit tersebut dapat berdampak sangat fatal bagi perokok dan dapat menyebabkan kematian.

II.2.1 Perokok di-Indonesia

Berdasarkan data yang diterbitkan Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Southeast Asia Tobacco Control Alliance, dan Komisi Nasional Pengendalian Tembakau, Indonesia bahkan menduduki urutan ketiga dengan jumlah perokok terbanyak di dunia setelah Cina dan India. Pada 2012, diperkirakan terdapat 62,3 juta perokok di Indonesia. Meningkat dari 2011 dengan jumlah perokok sebanyak 61,4 juta perokok. Jumlah kematian akibat penyakit yang berhubungan dengan rokok di-Indonesia mencapai 427 ribu orang setahun atau lebih dari 1.160 orang perharinya.

Menurut data WHO, jumlah perokok di Indonesia sekitar 65 juta. Ini berarti sekitar 30% dari penduduk Indonesia adalah perokok. Perokok di Indonesia tidak hanya orang dewasa saja, tetapi remaja usia 13 tahun juga sudah menjadi perokok, bahkan anak usia di bawah 10 tahun pun sudah coba-coba merokok dan selanjutnya benar-benar menjadi perokok aktif.

Hasil diskusi dengan para pelajar dan mahasiswa se-Bandung Raya pada 30-32 Mei 2008, di Aula Madani ICMI Orwil Jabar yang difasilitasi oleh Lembaga Pencegahan Penyakit Akibat merokok (LP2AM ICMI Orda Kota Bandung)bahwa kini jumlah perokok tidak berkurang, bahkan dinikmati oleh anak-anak dan remaja (Muchtar, 2009, h.11)..

Lebih dari itu, ternyata di negeri ini perokok tidak hanya di lakukan oleh laki-laki saja, perempuan pun ikut menjadi perokok dan jumlahnya terus meningkat, Hasil survey tentang kesehatan rumah tangga dari departemen kesehatan tahun 2003 saja menunjukan bahwa 59,04% laki-laki dan 4,83% perempuan Indonesia adalah perokok (Muchtar, 2009, h.10)..

Dalam hal ini, Negara memiliki keuntungan dan kerugian masing-masing. Banyaknya orang yang membeli rokok menghasilkan penerimaan kas negara dari cukai akan terus meningkat dan pabrik rokok terus membutuhkan banyak karyawan sehingga dapat menampung banyak tenaga kerja. Selain itu, para petani tembakau akan mendapatkan keuntungan yang besar, serta peran sosial dari

perusahaan rokok, seperti pemberian beasiswa, pembangunan gedung-gedung sekolah, dan lain-lain, juga akan meningkat.

Tetapi, semakin banyaknya jumlah perokok berarti semakin banyak pula orang yang terserang berbagai penyakit berbahaya, bahkan mungkin jumlah rakyat yang meninggal akibat rokok akan semakin meningkat. Dengan banyaknya orang yang terserang penyakit berbahaya, bahkan sampai meninggal, tentu saja akan menurunkan produktivitas masyarakat, Selain itu, jumlah biaya yang harus ditanggung oleh masyarakat dan pemerintah untuk merawat pasien yang terserang penyakit akibat rokok juga akan semakin bertambah, bahkan melebihi penerimanan kas negara dari cukai rokok.

II.2.2 Sejarah Rokok di-Indonesia

Pada awalnya, rokok di Indonesia hanya dibuat di rumah, dilinting dan dibungkus dengan kulit jagung yang dulu biasa disebut dengan *Klobot*. Tidak sampai akhir abad ke-19 orang-orang mulai menambahkan cengkeh untuk rokok mereka. Tembakau telah hadir di Indonesia sejak 1600-an ketika tembakau dibawa ke pulau Jawa oleh pedagang dari Portugis. Tembakau (tembako dalam bahasa Jawa) secara fonologis lebih dekat dengan kata “tumbaco” dalam bahasa Portugis.

Kretek adalah rokok yang terbuat dari campuran tembakau dan cengkeh. Kata "kretek" sendiri berasal dari bunyi gemeretak cengkeh yang timbul ketika rokok dibakar. Tren ini berlangsung cepat dalam beberapa tahun kemudian dimana rokok kretek mulai diproduksi secara komersial. Orang yang diyakini pertama kali mencampurkan cengkeh ke dalam rokok adalah Haji Jamhari, seorang warga Kudus. Beliau mulai memproduksi dan memasarkan penemuannya. Dengan meningkatnya popularitas kretek, berbagai industri rumahan turut menjamur memproduksi rokok kretek.

II.3 Kampanye

Kampanye adalah sebuah tindakan yang bersifat mempengaruhi dengan bertujuan mendapatkan dukungan. Aktivitas kampanye dapat dikerjakakan perorangan maupun kelompok tergantung dampak yang akan ditimbulkan dari kampanye

tersebut. Ada 3 jenis kampanye yang sering diterapkan dalam berbagai aktivitas dan program, berikut contohnya :

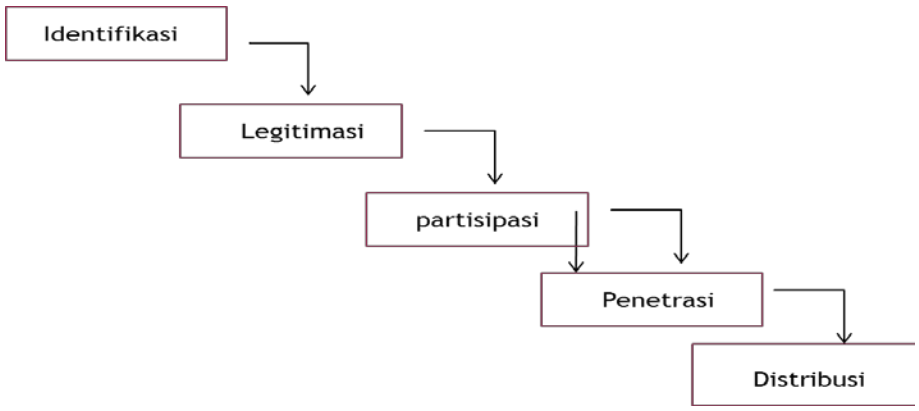
- Kampanye Komponensial

  Kampanye ini menggunakan pendekatan transmisi dan sumber kampanye memiliki peranan yang dominan untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak. Pesan-pesan yang disampaikan bisa disalurkan dalam berbagai bentuk komunikasi seperti media massa, media tradisional atau saluran personal.

- Kampanye Ostegaard

  Kampanye ini hanya memuat sedikit sentuhan ilmiahnya. Sebuah program kampanye hendaknya selalu identifikasi masalah secara jernih dan langkah ini disebut tahap prakampanye. Sifat kampanye ini secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh perubahan dalam tataran pengetahuan dan keterampilan, seketika maupun bertahap. Seandainya bertentangan dengan sikap yang telah mantap, maka perubahan tidak akan muncul

- Kampanye Perkembangan Lima Tahap Fungsional oleh Larson



Tabel II.1 Lima Tahapan Fungsional

Fokus kampanye ini adalah pada tahapan kegiatan kampanye, bukan pada proses pertukaran pesan. Tahap kegiatan yang dilakukan dalam kampanye ini meliputi identifikasi, legimatisasi, partisipasi, penetrasi dan distribusi.

Berikut penjelasannya :

Tahap identifikasi merupakan tahap penciptaan identitas kampanye yang dengan mudah dapat dikenali khalayak. Identitas dengan penggunaan simbol, warna, lagu atau *jingle*, seragam dan slogan.

Tahap Legitimasi efektif digunakan dan dipertahankan melalui testimoni atau pengakuan konsumen tentang keunggulan program, *branding*, produk tertentu.

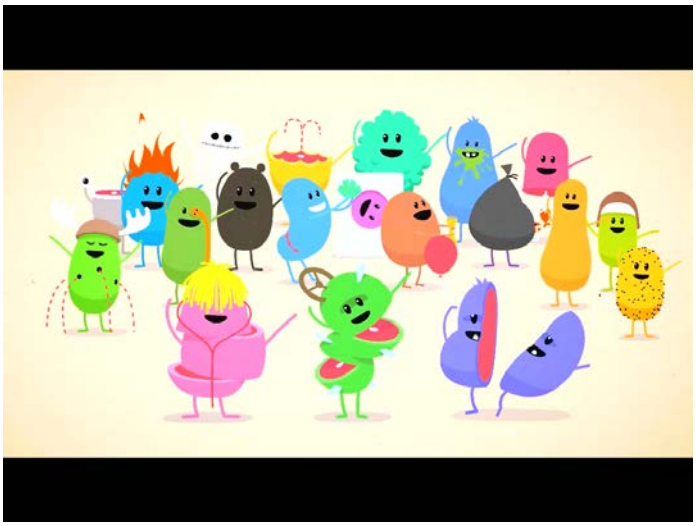
Tahap selanjutnya adalah tahap partisipasi. Tahapan ini bersifat nyata atau simbolik. Partisipasi nyata ditunjukkan oleh keterlibatan orang-orang dalam menyebarkan pamflet, brosur atau poster, menghadiri demonstrasi yang diselenggarakan sebuah lembaga swadaya masyarakat atau memberikan sumbangan untuk perjuangan partai

Tahap Penitrasi Pada tahap ini seorang kandidat, sebuah produk atau sebuah gagasan telah hadir dan mendapat tempat di hati masyarakat. Sebuah kampanye yang ditujukan mendapat tanggapan serius dari seluruh target

Tahap Distribusi, pada tahap ini tujuan kampanye pada umumnya telah tercapai. Penyebaran media kampanye dapat disebarkan dengan berbagai cara sesuai tahapan dan tujuan awal.

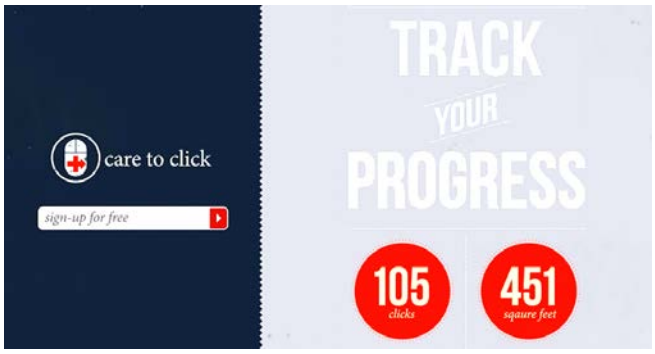
II.4 Motion Graphic

Motion Graphic merupakan video animasi yang dibuat berdasarkan kreatifitas dan dikerjakan untuk tujuan tertentu. *Motion Graphic* biasanya digunakan oleh para animator untuk kegiatan periklanan, kampanye, dan lainnya. Media ini bisa bersifat persuasi dan non-persuasi tergantung kebutuhan pemesan atau perancang video.



Gambar II.3 *Motion Graphic*

Sumber : www.youtube.com/dumbwaystodie (1 Juni 2014)



Gambar II.4 *Motion Graphic*

Sumber : www.youtube.com/caretoclick (1 Juni 2014)

II.5 Solusi

Menurut Tjandra Yoga Aditama, (seperti dikutip Muchtar, 2009) dokter spesialis paru-paru yang menjabat sebagai ketua III lembaga menanggulangi masalah rokok, perokok yang bisa berhenti merokok selama kurang lebih 2 jam, nikotin mulai meninggalkan tubuh orang tersebut, Ketika seseorang berhenti merokok selama 6 jam, itu berarti menurunkan denyut nadi dan tekanan darah yang berangsur menuju pada ekuilibrium (seimbang). Ketika orang berhenti merokok

selama 12 jam, karbon monoksida mulai meninggalkan tubuhnya. Bila berhenti merokok 2-12 merokok 3-9 bulan, penyakit batuk dan gangguan pernafasannya akan hilang. Perokok yang sudah 5 tahun berhenti merokok, resiko terkena penyakit jantung *coroner* turun sekitar 50% dan bila 10 tahun terus-menerus tidak merokok , orang tersebut bisa disamakan dengan orang yang tidak pernah merokok. Tahapan tersebut harus dilalui agar berdampak positif bagi semua orang. Remaja harus berhenti dan juga berperan dalam menanggulangi rokok seperti :

- Mencari tahu informasi seputar rokok
- Memperhatikan pergaulan dan perkembangan diri sendiri
- Membiasakan selalu dekat dengan keluarga
- Menerapkan sikap positif, seperti berkata jujur, disiplin dan sebagainya.

Merokok selalu berdampak negatif pada penggunanya, akibat merokok juga dapat merubah emosi seseorang. Sebelum orang terdekat menjadi korban zat adiktif seperti rokok, maka akan lebih baik jika semua orang dapat mencari tahu apa itu dampak rokok dan menceritakan kembali pada orang lain yang belum mengerti bahaya rokok.