

Pencegahan_Perilaku_Meroko k__v.2.0_FULL_ISBN.pdf

by Universitas Ahmad Dahlan 95

Submission date: 13-Feb-2025 02:07PM (UTC+0700)

Submission ID: 2434910051

File name: Pencegahan_Perilaku_Merokok__v.2.0_FULL_ISBN.pdf (1.43M)

Word count: 29021

Character count: 185387



**PENCEGAHAN
PERILAKU MEROKOK REMAJA
DAN KESEHATAN MASYARAKAT**



Dr. Heni Trisnowati, S.K.M., M.P.H

**Pencegahan Perilaku Merokok
Remaja dan Kesehatan
Masyarakat**

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pencegahan Perilaku Merokok Remaja dan Kesehatan Masyarakat

Dr. ¹Henri Trisnowati, S.K.M., M.P.H.



PENCEGAHAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DAN KESEHATAN MASYARAKAT

12
Penulis : Dr. Heni Trisnowati, S.K.M., M.P.H.
Editor : Annisa Nur Hidayah
Desain Cover : Rulie Gunadi
Sumber : (ngorkapong) www.shutterstock.com
Tata Letak : Joko W
Proofreader : Tiara Nabilah Azalia

Ukuran: **3**
xii, 100 hlm., Uk.: 15.5x23 cm

ISBN:
978-623-02-9306-1

Cetakan Pertama:
September 2024

Hak Cipta 2024 pada Penulis
Copyright © 2024 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
Jl. Rajawali, Gg. Elang 6, No. 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kaliurang Km. 9,3 – Yogyakarta 55581
Telp./Faks : (0274) 4533427
Website : www.penerbitdeepublish.com
www.deepublishstore.com
E-mail : cs@deepublish.co.id

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan.

SAMBUTAN

Assalamualaikum wrwb, salam sejahtera dan salam sehat

Perilaku merokok di Indonesia dalam 30 tahun terakhir konstan, selalu di atas 60% dari populasi laki-laki, sedangkan usia mulai merokok semakin muda. Oleh karena itu mempelajari alasan remaja mulai merokok sangat penting untuk pencegahan. Saya menyambut baik terbitnya buku dengan judul “Pencegahan Perilaku Merokok Remaja dan Kesehatan Masyarakat”.

Buku ini akan sangat bermanfaat untuk mempelajari penyebab remaja mulai merokok dan intervensinya, selain membahas upaya di dalam kesehatan masyarakat untuk mencegah perilaku merokok secara umum. Penulis yang merupakan alumni S2 dan S3 UGM menyarikan hasil thesis dan disertasinya menjadi sebuah buku yang komprehensif dalam membahas perilaku merokok remaja. Sebagai pembimbing thesis penulis, saya bangga mantan mahasiswi saya tetap konsisten di jalurnya. Setelah meneliti tentang perilaku merokok pada remaja untuk thesisnya, penelitian tersebut dilanjutkan untuk disertasinya, dengan tema serupa dan menjadi karya monumental dalam buku ini.

Buku yang membahas perilaku merokok remaja ini juga dilengkapi dengan potret perilaku merokok remaja dan kaitannya dengan maraknya iklan rokok di Indonesia. Hasil tulisan ini saya amati berdasar penelitian-penelitian yang telah dilakukan penulis selama ini. Ketekunan dalam melakukan penelitian tentang perilaku merokok remaja menunjukkan konsistensi dalam fokus penelitiannya.

Melalui buku ini diharapkan perhatian untuk melakukan pencegahan perilaku merokok pada remaja akan lebih intensif. Pelaku maupun pemerhati pencegahan merokok di Indonesia dapat menggunakan buku ini sebagai salah satu dasar untuk melakukan advokasi kebijakan pengendalian rokok. Sementara itu mahasiswa baik tingkat sarjana sampai doctoral dapat menggunakan buku ini sebagai salah satu referensi dalam memahami dan meneliti perilaku merokok remaja.

Yogyakarta 27 Juli 2024

40

Prof. Dra. R.A. Yayı Suryo Prabandari, M.Si., Ph.D
Kepala Departemen Perilaku Kesehatan, Lingkungan dan Kedokteran Sosial, Fak. Kedokteran. Kesehatan Masyarakat dan Keperawatan UGM

vi ¹ Dr. Heni Trisnowati, S.K.M., M.P.H.

PRAKATA

⁷ Pembangunan kesehatan sebagai salah satu upaya pembangunan nasional diarahkan guna tercapainya kesadaran, kemauan, dan kemampuan untuk hidup sehat bagi setiap penduduk sehingga dapat mewujudkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya. Pencegahan penggunaan tembakau pada remaja merupakan hal yang sangat penting untuk mengakhiri epidemi tembakau di dunia maupun di Indonesia. Buku ini hadir sebagai salah satu upaya menambah khasanah literatur dibidang pencegahan dan pengendalian perilaku merokok khususnya pada anak-anak dan remaja di Indonesia.

Buku “**Pencegahan Perilaku Merokok Remaja dan Kesehatan Masyarakat**” terdiri dari 9 bab. Bab 1 memaparkan tentang data perilaku merokok remaja secara global, nasional, dan lokal serta dampaknya terhadap kesehatan masyarakat. Selain itu faktor-faktor pemicu perilaku merokok remaja berbasis bukti juga dipaparkan serta urgensi strategi pencegahan dan pengendalian merokok. Bab 2 mengkaji tentang awal mula lahirnya perilaku merokok remaja dan tren perilaku merokok remaja. Fenomena lahirnya perilaku merokok remaja dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor sosial, biologis, psikologis, lingkungan dan perilaku. Bab 3. Berisi tentang keterkaitan maraknya iklan rokok dan inisiasi perilaku merokok remaja secara teoritis dan berbasis bukti. Bab 4. Memaparkan tentang dampak merokok terhadap kehidupan remaja. Dampak merokok terhadap kesejahteraan fisik, mental dan sosial remaja serta upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mencegah Inisiasi merokok pada remaja dengan strategi multilevel. Bab 5. Berisi tentang berbagai upaya kesehatan masyarakat dalam mengurangi inisiasi merokok pada remaja dari tingkat global maupun nasional. Yang dimulai dari sisi regulasi atau kebijakan, edukasi kesehatan, mobilisasi masyarakat, kawasan tanpa rokok, eliminasi iklan dan sponsorsip rokok, dll. Bab 6 memaparkan tentang dasar teoritis hubungan antara paparan iklan rokok dan lahirnya perilaku merokok remaja, dan bukti ilmiah yang mendasari. Bab 7 berisi

tentang potret perilaku merokok remaja yang mencakup deskripsi temuan penelitian tentang data perokok remaja, faktor sosiodemografi, lingkungan sosial, pengetahuan remaja tentang dampak rokok terhadap kesehatan, paparan iklan rokok, dan kesan remaja terhadap iklan rokok. Bab 8. Memaparkan tentang berbagai faktor yang berhubungan dengan perilaku merokok remaja yang dibahas secara mendalam berdasarkan teori dan referensi yang mendukung. Bab 9, berisi tentang inferensi perilaku merokok remaja yang mencakup temuan utama dan rekomendasi untuk upaya pencegahan perilaku merokok remaja.

Dengan selesainya buku ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orangtua (Bapak Mujiono dan Ibu Sukatmi) yang telah mendidik dan memotivasi penulis untuk terus belajar. Keluarga Hedyn, Ayah Salahuddin, Ananda Khansafitri Hedyn dan Najmatussimal Hedyn yang selalu menjadi *support system* utama bagi penulis. Terima kasih kepada Prof. Yai Suryo Prabandari, M.Si., Ph.D karena selalu menginspirasi penulis untuk berkontribusi pada upaya pengendalian tembakau di Indonesia dan kerkenan memberi kata sambutan pada buku ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada penerbit Deepublish yang bersedia menerbitkan buku ini.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya masukan membangun dari pembaca demi perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 13 Juli 2024

Penulis

Heni Trisnowati

KATA PENGANTAR PENERBIT

Segala puji kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan segala anugerah dan karunia-Nya. Dalam rangka mencerdaskan dan memuliakan umat manusia dengan penyediaan serta pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menciptakan industri *processing* berbasis sumber daya alam (SDA) Indonesia, Penerbit Deepublish dengan bangga menerbitkan buku dengan judul *Pencegahan Perilaku Merokok Remaja dan Kesehatan Masyarakat*.

Buku ini mengupas lebih jauh mengenai pencegahan inisiasi dan faktor penyebab merokok pada remaja. Perilaku merokok pada remaja dinilai merupakan salah satu bentuk permasalahan kesehatan yang perlu ditangani oleh banyak pihak. *Framework Convention on Tobacco Control* (WHO, 2010) menyebutkan bahwa dari 135 negara, 103 negara memiliki informasi mengenai perilaku remaja merokok, yakni kelompok umur yang paling banyak merokok adalah umur 13-15 tahun dan sebagian besarnya adalah laki-laki.

Terima kasih dan penghargaan terbesar kami sampaikan kepada penulis, Dr. Heni Trisnowati, S.K.M., M.P.H., yang telah memberikan kepercayaan, perhatian, dan kontribusi penuh demi kesempurnaan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pembaca, mampu berkontribusi dalam mencerdaskan dan memuliakan umat manusia, serta mengoptimalkan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi di tanah air.

Hormat Kami,

Penerbit Deepublish

DAFTAR ISI

PRAKATA	vii
KATA PENGANTAR PENERBIT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PERILAKU MEROKOK REMAJA DAN KESEHATAN MASYARAKAT	1
BAB II LAHIRNYA PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA	17
BAB III KETERKAITAN MARAKNYA IKLAN ROKOK DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA	25
A. Iklan Rokok	25
B. Perilaku Merokok Remaja	29
BAB IV DAMPAK PERILAKU MEROKOK TERHADAP KEHIDUPAN REMAJA	37
BAB V UPAYA PUBLIC HEALTH DALAM MENGURANGI INISIASI MEROKOK REMAJA	44
BAB VI MARAKNYA IKLAN ROKOK DAN BERKEMBANGNYA PERILAKU MEROKOK	49
A. Pemasaran Sosial	49
B. Komunikasi Persuasif	51

BAB VII	POTRET MEROKOK PADA REMAJA.....	61
A.	Gambaran Perilaku Merokok Remaja	61
B.	Faktor Sosiodemografi Remaja.....	62
C.	Lingkungan Sosial Remaja	63
D.	Pengetahuan Dampak Rokok terhadap Kesehatan Remaja	64
E.	Paparan Iklan Rokok pada Remaja	65
BAB VIII	PENYEBAB PERILAKU MEROKOK REMAJA	72
A.	Faktor Sosiodemografi dan Perilaku Merokok Remaja.....	72
B.	Lingkungan Sosial dan Perilaku Merokok Remaja.....	75
C.	Pengetahuan tentang Dampak Rokok terhadap Kesehatan dengan Perilaku Merokok.....	77
D.	Paparan Iklan Rokok dan Perilaku Merokok Remaja.....	78
E.	Faktor Utama yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok Remaja	84
BAB IX	INFERENSI PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA.....	87
	DAFTAR PUSTAKA	89
	Tentang Penulis	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	<i>A Framework for Studying How Advertising Works</i>	51
Gambar 2	Komunikasi Persuasif	54

DAFTAR TABEL

20		
Tabel 1.	Perkiraan rata-rata prevalensi perokok remaja menurut wilayah (%).....	2
Tabel 2.	Dampak dari rokok	38
Tabel 3.	Faktor sosiodemografi (karakteristik) pelajar (n = 185)	62
Tabel 4.	Faktor sosiodemografi pelajar berdasarkan umur dan uang saku tahun 2011	63
Tabel 5.	Kondisi lingkungan sosial pelajar menurut status merokok anggota keluarga tahun 2011	64
Tabel 6.	Kondisi lingkungan sosial menurut status merokok teman dekat tahun 2011	64
Tabel 7.	Keterkaitan antara jenis kelamin dan karakteristik orang tua dengan tingkat pengetahuan dampak rokok dengan kesehatan	65
Tabel 8.	Paparan dan identifikasi iklan rokok pada pelajar (%)	65
Tabel 9.	Keterkaitan antara paparan iklan rokok dengan jenis kelamin pada pelajar (%)	66
Tabel 10.	Keterkaitan antara identifikasi merek rokok oleh pelajar dengan jenis kelamin (n = 185)	67
Tabel 11.	Tingkat paparan iklan rokok pada pelajar tahun 2011	68
Tabel 12.	Kesan pelajar terhadap gambar iklan rokok tahun 2011	68
Tabel 13.	Keterkaitan antara kesan pelajar dengan iklan rokok dengan jenis kelamin	69
Tabel 14.	Paparan Media Informasi pada Remaja	70

BAB I

PERILAKU MEROKOK REMAJA DAN KESEHATAN MASYARAKAT

Penyakit kronis yang tidak menular (*chronic non communicable diseases*), seperti penyakit jantung, penyakit paru-paru kronis, kanker, diabetes, dan stroke, adalah pemicu utama kematian di dunia. Penyakit tersebut 80% terjadi di negara berkembang, penggunaan tembakau menjadi salah satu faktor utama penyebabnya. Penggunaan tembakau, terutama rokok, menjadi salah satu pemicu kematian dan penyakit kronis yang disebutkan. Pada tahun 2030, diprediksi 10 juta orang akan meninggal karena penggunaan tembakau (Pardo *et al.*, 2010).

Selama 50 tahun terakhir, ahli kesehatan masyarakat di seluruh dunia telah menyumbangkan peninjauan mereka mengenai perkembangan kanker paru-paru yang disebabkan karena merokok. Meskipun dampak merokok terhadap kesehatan sudah disebarluaskan, perilaku ini masih banyak terjadi di negara-negara maju dan meningkat di negara-negara berkembang (Pierce *et al.*, 2004). Peninjauan lain menunjukkan hubungan langsung antara merokok dengan perkembangan kanker paru-paru (Kim & Khuri, 2003).

Banyak peninjauan mengenai berhenti merokok memaparkan bahwa banyak perokok mengalami kesulitan untuk berhenti, aspek tersulit adalah gaya hidup. Oleh karena itu, banyak orang yang menganjurkan pencegahan inisiasi merokok adalah cara yang lebih efektif (Pierce *et al.*, 2004). Perilaku merokok pada remaja dinilai merupakan salah satu bentuk permasalahan kesehatan yang perlu ditangani oleh banyak pihak. Hal ini sejalan dengan laporan dari (Quit Tobacco Indonesia, 2009) yang mensurvei sebagian besar pelajar di Yogyakarta mengenai kebiasaan merokok mereka, terungkap bahwa 88,8% pelajar dari 882 pelajar SMP

percaya bahwa merokok adalah masalah bagi generasi muda saat ini dan di antara 5 teman terdekatnya, 54,3% merokok.

Laporan dari *Framework Convention on Tobacco Control* (World Health Organization, 2010) menyebutkan bahwa dari 135 negara yang menyampaikan laporan, 103 (76%) negara memiliki informasi mengenai perilaku remaja merokok. Kelompok umur yang paling banyak merokok adalah umur 13-15 tahun. Secara keseluruhan, persentase remaja laki-laki yang merokok adalah 12%, sedangkan persentase remaja perempuan yang merokok adalah 6%. Perbedaan persentase ini didasarkan pada wilayah negara. Di Asia Tenggara, jumlah remaja laki-laki yang merokok 3,5 kali lebih besar dibandingkan jumlah remaja perempuan yang merokok, disusul kawasan Afrika, Mediterania Timur, dan Pasifik Barat, jumlah remaja perempuan yang merokok hampir separuh jumlah remaja laki-laki yang merokok. Seperti dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Perkiraan rata-rata prevalensi perokok remaja menurut wilayah (%)

Wilayah WHO	Perokok remaja laki-laki	Perokok remaja perempuan
Afrika	20	9
Amerika	18	12
Asia Tenggara	7	2
Eropa	13	10
Mediterania Timur	15	7
Pasifik Barat	19	9

Peninjauan Hanewinkel *et al.*, (2010) memaparkan bahwa dari 3.415 pelajar di Jerman berusia 10-17 tahun, 31,1% pernah merokok, 7,4% adalah perokok aktif, dan 35,3% tidak pernah merokok. Iklan rokok yang paling banyak dilihat adalah *Lucky Strike* (55%) dan *Marlboro* (34%). Paparan komprehensif peninjauan ini menghasilkan konklusi bahwa terdapat hubungan antara iklan rokok dengan inisiasi dan perilaku merokok di kalangan remaja di Jerman.

Informasi pemanfaatan produk tembakau di Indonesia juga penting karena besarnya jumlah perokok. Menurut WHO (2008), Indonesia merupakan negara terbesar ketiga setelah China dan India, yang keduanya termasuk negara perokok. Di Indonesia, terdapat 65 juta perokok atau 28%

dari jumlah penduduk (~225 miliar batang rokok setiap tahun). Persentase remaja laki-laki yang memakai tembakau sebesar 24,1%, sedangkan persentase remaja perempuan yang memakai tembakau sebesar 4,0%. Jumlah remaja di Indonesia yang memakai tembakau adalah 13,5% (WHO, 2008) (Pardo *et al.*, 2010). Informasi tersebut serupa dengan yang dilaporkan oleh Sibarani (2008) yang menemukan bahwa sekitar 13,2% remaja Indonesia adalah perokok.

Berdasarkan peninjauan kesehatan dasar (riskesdas) yang dilakukan Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Departemen Kesehatan Republik Indonesia pada tahun 2007, remaja usia 10-14 tahun biasanya mulai merokok pada usia 10-14 tahun, sebanyak 31,8% dari total. Persentase remaja laki-laki yang mulai merokok pada usia 10-14 tahun adalah 11,1%, sedangkan persentase remaja perempuan yang mulai merokok pada usia 10-14 tahun adalah 4,4% (Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2008). Sebaliknya, hasil riskesdas tahun 2009 menunjukkan persentase remaja laki-laki yang mulai merokok sebesar 18,3%, sedangkan remaja perempuan sebesar 7,6% (Kemenkes RI, 2010). Temuan ini menunjukkan bahwa jumlah remaja Indonesia yang merokok meningkat pesat.

Persentase remaja perokok di Indonesia merupakan yang tertinggi di dunia, yaitu sekitar 13,2% dari total generalisasi perokok pria (Sibarani, 2008). Sebaliknya, menurut Mackay & Eriksen (2002) mengungkapkan bahwa persentase remaja laki-laki di Indonesia memakai tembakau yang berusia 13-15 tahun adalah 30%, sedangkan remaja perempuan di bawah 10%. Informasi tersebut menunjukkan adanya peningkatan signifikan persentase remaja perokok dari tahun 2008 hingga 2010, yakni sebesar 12,8%.

Peninjauan yang dilakukan tahun 2009 yang menyurvei pelajar di Yogyakarta oleh *Quit Tobacco Indonesia* (QTI) mengungkapkan bahwa 55,4% pelajar SMP swasta pernah merokok 1 hisapan atau lebih, sedangkan 28,2% mempunyai kebiasaan merokok setiap hari. Selain itu, *Quit Tobacco Indonesia* (2009) juga menyatakan bahwa sebanyak 18,1% pelajar SMP swasta merupakan perokok eksperimen dan 11,2% merupakan perokok tetap. Menurut Reynold (1973) (dalam Ling & Glantz, 2002), semakin besar jumlah remaja yang merokok maka semakin besar

pula jumlah remaja yang akan mengalami kecanduan rokok. Apabila remaja menjadi kecanduan rokok maka akan sulit untuk menghalangi mereka merokok (Reynold (1973) dalam Ling & Glantz, 2002). Hampir identik dengan temuan (Pierce *et al.* (2004) dalam Boyle *et al.*, 2004) bahwa 70% dari perokok mengalami kecanduan, pria yang merokok sebagian besar menderita kanker paru-paru setelah 20 tahun merokok.

Berdasarkan paparan komprehensif dari *Diseases Control dan Priorities Project* (DCP2), sekitar 100.000 anak muda di seluruh dunia mulai merokok setiap hari. Selain itu, sekitar 66.000 generasi muda berada di negara-negara yang berpenghasilan rendah hingga menengah (Lule *et al.*, 2006). Dari 300 juta generasi muda yang merokok, diperkirakan setengah dari mereka akan meninggal karena pemakaian tembakau (Lule *et al.*, 2006).

Faktor yang mendorong remaja untuk merokok adalah pengaruh teman atau lingkungan, menghilangkan kesepian dan stres, media sosial, peningkatan konsentrasi belajar, keinginan untuk diakui sebagai orang dewasa, mengikuti idola, dan orang tua yang merokok (Sibarani, 2008). Selain itu, menurut Prabandari (2007), ada beberapa penyebab yang mendorong remaja untuk merokok, antara lain peniruan orang lain yang mereka sukai, lingkungan sosial di rumah dan sekolah, dan aksesibilitas terhadap rokok. Berdasarkan laporan *Quit Tobacco Indonesia* (2009), alasan utama remaja SMP di Yogyakarta merokok adalah karena ingin mencobanya sebanyak 64,9% dan 33,3% karena ajakan teman. Remaja yang ingin mencoba merokok mungkin terbujuk oleh iklan atau lingkungan yang mempromosikan rokok. Sebaliknya, yang berpendapat bahwa iklan rokok memengaruhi generasi muda untuk merokok sebanyak 51,8%. Penggambaran visual tema iklan rokok kemungkinan besar dapat menginspirasi remaja untuk ingin merokok. Nichter *et al.*, (2009) memaparkan bahwa topik iklan rokok di Indonesia terbagi menjadi dua kategori, yakni menyangkut kepribadian individu dan nilai-nilai sosial. Iklan rokok yang berfokus pada individu biasanya membahas tentang pentingnya merokok dalam mengendalikan emosi atau menjaga keseimbangan, simbolisme maskulinitas, simbolisme petualangan atau kekuatan, sebagai sarana mengekspresikan persahabatan atau semangat

bermasyarakat, merokok sebagai bentuk hiburan, dan pentingnya merokok pada wanita modern.

Menurut Hanewinkel *et al.*, (2010) mempelajari hubungan antara faktor demografi dan faktor lingkungan sosial serta paparan iklan rokok dan perilaku merokok pada remaja. Faktor demografi, meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan status sosial ekonomi, sedangkan faktor lingkungan sosial, meliputi kondisi lingkungan keluarga dan status merokok teman (status merokok orang tua atau teman). Paparan komprehensif peninjauan tersebut menunjukkan bahwa perilaku merokok dikaitkan dengan iklan rokok, sedangkan faktor demografi dan lingkungan dianggap sebagai faktor kovarian yang terlibat dalam perilaku merokok pada remaja secara independen (Hanewinkel *et al.*, 2010). Sejalan dengan yang disebutkan oleh Tyas & Pederson (1998) mengungkapkan bahwa perilaku merokok remaja dikaitkan dengan beberapa faktor, yakni faktor sosiodemografi, lingkungan, perilaku, dan pribadi. Faktor sosiodemografi yang memengaruhi perilaku merokok remaja, antara lain usia, suku, ras, struktur keluarga, status ekonomi, orang tua, dan pendapatan pribadi.

Gender tidak berhubungan dengan peningkatan prevalensi merokok di kalangan remaja, tetapi dalam satu dekade terakhir terjadi peningkatan signifikan jumlah perokok perempuan. Peningkatan ini difasilitasi oleh fokus iklan rokok pada remaja sebagai audiens baru atau alasan untuk mengatur berat badan. Usia berhubungan dengan timbulnya dan prevalensi merokok pada remaja. Semakin muda usia remaja, besar kemungkinan mereka memiliki kebiasaan merokok dan semakin kecil kemungkinan mereka untuk meninggalkan kebiasaan tersebut. Keluarga dengan dua orang tua lebih besar kemungkinannya untuk menghambat kebiasaan merokok. Pendapatan pribadi juga berhubungan dengan perilaku merokok remaja. Remaja yang mempunyai uang lebih akan lebih mudah membeli rokok sehingga perilaku merokoknya pun meningkat (Tyas & Pederson, 1998).

Tyas & Pederson (1998) memaparkan bahwa faktor lingkungan yang berhubungan dengan merokok pada remaja, antara lain status merokok pada orang tua, status merokok pada anggota keluarga, status merokok pada teman sebaya, perilaku dan aturan teman sebaya, lingkungan keluarga, dan pemberian kasih sayang keluarga. Faktor

perilaku yang berhubungan dengan status merokok remaja antara lain faktor sekolah. Remaja yang memiliki prestasi dan berdedikasi dalam proses pembelajaran mempunyai kemungkinan rendah untuk merokok di sekolah. Faktor pribadi yang berhubungan dengan perilaku merokok remaja, antara lain kekhawatiran terhadap kesehatan, keyakinan bahwa merokok merugikan kesehatan akan menimbulkan keinginan untuk menghindarinya. Beberapa peninjauan telah memaparkan bahwa pemahaman remaja terhadap dampak buruk rokok akan menghalangi mereka untuk merokok. Namun, sebagian besar literatur tidak mendukung hal ini (Tyas & Pederson, 1998). Selain itu, Quit Tobacco Indonesia (2009) juga menyatakan pengetahuan remaja SMP mengenai dampak merokok terhadap kesehatan. Hasilnya, 24,9% remaja menjawab bahwa merokok dapat menimbulkan masalah ringan, sedangkan 72,1% menjawab bahwa merokok dapat menimbulkan masalah yang serius dan hanya 3% yang menjawab tidak membahayakan.

Botvin *et al.* (1993) mengungkapkan bahwa penyebab utama remaja di New York memakai rokok adalah iklan rokok dan adanya teman yang merokok. Penyebab lain remaja merokok adalah kebiasaan merokok kakak-kakak mereka, kendali lingkungan eksternal terhadap remaja tersebut, ketidakmampuan mereka untuk berambisi, dan hidup dalam rumah tangga dengan orang tua tunggal (*single parent household*). Sebaliknya, menurut Al-Mohamed & Amin (2010), penyebab remaja di Arab Saudi merokok adalah usia yang lebih tua, tinggal di indekos atau berpisah dengan orang tua, saudara atau teman yang merokok, dan terpapar iklan mengenai tembakau.

Bersamaan dengan majunya teknologi dan globalisasi, remaja juga terkena dampak buruk dari informasi palsu dan iklan yang memberikan gambaran keliru tentang rokok. Menurut peninjauan yang dilakukan Badan Pengawas Obat dan Makanan pada tahun 2006, terdapat 9.230 iklan televisi, 1.780 iklan media cetak, dan 3.239 iklan luar ruang, seperti spanduk, baliho, dan reklame. Iklan yang terus-menerus dilakukan oleh industri rokok, berdasarkan *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) Indonesia tahun 2006, menyebabkan 92,9% anak-anak terpapar iklan di reklame dan 82,8% terpapar iklan di majalah dan surat kabar. Mengutip dokumen rahasia tersebut "*Perokok Remaja: Strategi dan Peluang*", RJ

Reynolds *Tobacco Company Memo Internal* 29 Februari 1984, perokok remaja sangat penting dalam kehidupan industri rokok. Remaja merupakan kelompok yang dapat menjadi sumber pengganti bagi lansia yang meninggal karena penyakit dari dampak merokok (Ling & Glantz, 2002).

Iklan rokok menghasilkan jargon promosi yang mudah dikenali oleh mata dan telinga, jargon-jargon ini juga menantang. Jargon populer yang diperuntukkan bagi remaja ini disesuaikan dengan karakteristik remaja yang menginginkan kemandirian dan keinginan untuk menyimpang dari norma. Pemasaran rokok juga telah berkembang menjadi suatu bentuk *sponsorship* yang melibatkan kegiatan remaja, seperti musik, film, seni, budaya, agama, dan olahraga. Saat ini, terlihat jelas bahwa sebagian besar acara musik dan kompetisi atletik di Indonesia didanai oleh industri rokok. Dalam usahanya, mereka membagikan rokok gratis kepada penonton dengan memotong harga tiket acara sehingga mendapatkan rokok secara gratis. Hal ini menunjukkan bahwa iklan rokok mudah saja menjadi bagian dari dunia remaja tanpa adanya peraturan formal yang melarang secara tegas. Banyaknya iklan rokok yang secara halus menysasar lingkungan remaja menyebabkan remaja ingin mencoba merokok.

Peninjauan yang dilakukan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta dan Komisi Nasional Perlindungan Anak (KNPA) pada akhir tahun 2009 mengungkapkan bahwa 99,7% anak terpapar iklan rokok di televisi, 87% terpapar iklan luar ruang, dan 76,2% remaja melihat iklan rokok di surat kabar dan majalah. Rata-rata remaja memulai pemakaian merokok pada usia 14 tahun. Sebanyak 31,5% remaja mulai merokok pada usia 15 tahun, sedangkan sebanyak 1,9% remaja yang mulai merokok pada usia 4 tahun. Sebanyak 46,3% remaja percaya bahwa iklan rokok mempunyai dampak yang signifikan terhadap permulaan merokok. Sebaliknya, 41,5% remaja percaya bahwa partisipasi dalam kegiatan yang disponsori oleh industri rokok bertanggung jawab atas dimulainya kebiasaan merokok (Meswati, 2009).

Paparan komprehensif mengenai perilaku merokok di Yogyakarta pada tahun 2005 menunjukkan bahwa rata-rata usia orang mulai merokok adalah lebih muda. Sebaliknya, paparan komprehensif peninjauan tahun 2008 mengenai perilaku merokok remaja sekolah menengah pertama dan

sekolah menengah atas (12-18 tahun) di Yogyakarta mengungkapkan bahwa sekitar separuh remaja tingkat sekolah menengah atas dan sepertiga remaja tingkat sekolah menengah pertama pernah mencoba merokok. Dari total remaja, hanya 37,5% yang mampu berhenti merokok, 9,3% di antaranya merupakan perokok aktif, dan sekitar 3% merupakan remaja berjenis kelamin perempuan. Paparan komprehensif terhadap perilaku merokok remaja yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa iklan rokok menempati urutan ketiga iklan yang paling disukai oleh individu tersebut (Dinas Kesehatan DIY, 2009). Prbandari *et al.* (2004) mengungkapkan hubungan antara iklan rokok dan perilaku merokok pada remaja laki-laki di Yogyakarta. Berada di sekitar orang yang merokok berhubungan dengan status merokok seseorang. Frekuensi merokok pada remaja laki-laki lebih besar dibandingkan remaja perempuan. Dari remaja laki-laki, 30% merupakan perokok aktif dan 31% merupakan perokok percobaan, sedangkan pada remaja perempuan masing-masing berjumlah 10% untuk perokok percobaan dan 3% untuk perokok aktif.

Hanewinkel *et al.* (2010) mengungkapkan bahwa salah satu cara untuk mengendalikan jumlah perokok adalah dengan mencegah remaja untuk merokok. Inisiasi merokok pada remaja disebabkan oleh faktor sosial. Iklan tembakau merupakan salah satu agen yang memengaruhi perilaku remaja perokok. Hal ini tercantum dalam *Framework Convention on Tobacco Control* (Hanewinkel *et al.*, 2010). Artikel ke-13 FCTC menyatakan bahwa pelarangan total terhadap pemasaran tembakau akan menurunkan jumlah konsumsi. Hal ini sejalan dengan laporan WHO tahun 2008 yang menyatakan bahwa salah satu upaya untuk mengurangi pemakaian tembakau adalah dengan melarang iklan, promosi, dan *sponsorship* oleh perusahaan rokok (Pardo *et al.*, 2010).

Persentase perokok remaja dan dewasa di Indonesia berkisar 27,6%. Artinya, setiap 4 orang di Indonesia mempunyai seorang perokok. Persentase ini jauh lebih tinggi dibandingkan persentase saat ini di Amerika, yaitu sekitar 19%, dan saat ini hanya terdapat satu perokok untuk setiap 5 orang Amerika. Penting untuk diketahui bahwa pada tahun 1965, persentase perokok di Amerika Serikat adalah 42% dari total penduduknya. Melalui program pendidikan dan peningkatan kesadaran

mengenai hidup sehat tanpa merokok, seperti pelarangan iklan rokok di televisi dan radio nasional selama lebih dari 40 tahun, Amerika mengurangi jumlah perokok dari 42% hingga kurang dari 20% pada tahun 2008 (WHO, 2008). World Health Organization (WHO) memperkirakan pada tahun 2008 sekitar 5,4 juta orang per tahun meninggal karena merokok, sedangkan di Indonesia sekitar 427.948 orang per tahun meninggal karena penyebab yang sama atau sekitar 1.172 orang per hari.

Setiap sudut kota Yogyakarta kini telah dihiasi dengan baliho, iklan, spanduk, atau sekadar tulisan dan ilustrasi gambaran rokok yang hampir terdapat di setiap kios atau warung yang ada di kota tersebut. Selain itu, banyak juga iklan di berbagai media, baik cetak maupun elektronik, yang intensitasnya setiap hari. Ikon atau model iklan dirancang semenarik mungkin dengan menggambarkan remaja laki-laki dan perempuan yang seolah-olah menyarankan bahwa merokok adalah salah satu komponen kehidupan sehari-hari yang tidak merugikan kesehatan. Selain itu, beberapa beasiswa yang didanai oleh perusahaan rokok tampaknya juga mempromosikan rokok pada remaja (Widiyarso, 2008). Hal ini diduga menjadi penyebab meningkatnya jumlah perokok, terutama di kalangan remaja muda dan orang dewasa. Menurut Tyas & Pederson (1998), peningkatan prevalensi merokok di kalangan perempuan dalam satu dekade terakhir disebabkan oleh fakta bahwa fokus iklan rokok adalah pada perempuan muda sebagai target baru. Hal ini didukung oleh paparan komprehensif Andreeva *et al.* (2007) bahwa perempuan yang tinggal di kota besar dan sering terpapar pemasaran rokok mempunyai kemungkinan lebih tinggi untuk merokok.

Sementara itu, Pemerintah Kota Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Walikota No. 26 Tahun 2010 tentang izin penyelenggaraan reklame. Hal ini menyebabkan biaya iklan rokok di kota Yogyakarta menjadi 4 kali lebih mahal dibandingkan produk lainnya. Mahalnya biaya periklanan di Kota Yogyakarta menyebabkan pergeseran lokasi periklanan ke daerah seperti Bantul yang bersifat pedesaan. Kebijakan pemerintah Bantul juga mendorong pertumbuhan industri rokok. Hal ini terlihat dari pemanfaatan dana cukai hasil tembakau bukan bertujuan untuk peningkatan kesehatan masyarakat, tetapi dana tersebut malah disalurkan kepada dinas yang membutuhkan (Kompas, 22 Juni 2011). Selain itu,

Peraturan Bupati Bantul Nomor 40A Tahun 2010 menjelaskan bahwa tujuan pemanfaatan penerimaan cukai tembakau untuk mendanai budidaya bahan baku pemanenan, dan pascapanen, serta memperkuat kelembagaan kelompok tani bagi industri tembakau.

Sebaliknya, sumber informasi Dinas Pendidikan Dasar Kabupaten Bantul tahun 2011 menunjukkan bahwa di wilayah Kabupaten Bantul terdapat 47 SMP negeri dan 38 SMP swasta. Belakangan, penulis berada di wilayah Bantul untuk melakukan survei perdana yang mengungkap informasi tentang jalan lingkar selatan Bantul. Di sana, mudah sekali menemukan papan reklame dan iklan rokok. Di jalan-jalan utama Kota Bantul ataupun di wilayah kecamatan, terdapat beberapa iklan rokok baik dalam bentuk baliho, spanduk, maupun reklame. Lokasi iklan pada umumnya adalah di dekat sekolah karena target audiens iklan adalah remaja. Hal ini menunjukkan bahwa banyak remaja di Bantul yang menjadi sasaran berbagai iklan rokok di media cetak dan elektronik. Berada di sekitar iklan rokok dapat meningkatkan inisiasi dan perilaku merokok pada remaja (Hanewinkel *et al.*, 2010).

Sejumlah peninjauan mengungkapkan bahwa iklan rokok adalah salah satu faktor utama orang ingin merokok, terutamanya remaja. Semakin besar jumlah remaja yang merokok maka semakin besar pula kecanduannya terhadap rokok. Apabila seorang remaja sudah ketergantungan pada rokok maka akan sulit untuk berhenti dari kecanduan tersebut (Reynold (1973) dalam Ling & Glantz, 2002). Dampaknya bila remaja terus-menerus merokok maka separuh dari remaja tersebut akan meninggal akibat kebiasaan merokok tersebut (Mackay & Eriksen, 2002). Kabupaten Bantul dianggap sebagai kawasan pinggir kota (*rural area*) yang strategis untuk memasang iklan industri rokok yang menasar remaja. Selain itu, tingkat perokok tertinggi pada kelompok usia remaja adalah usia 13-15 tahun (World Health Organization, 2010). Usia ini biasanya merupakan bagian dari rentang kelas 7 SMP.

Perilaku merokok remaja merupakan masalah kesehatan masyarakat yang penting dan terus menimbulkan tantangan besar di seluruh dunia. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku merokok remaja, risiko kesehatan yang terkait, implikasi kesehatan masyarakat, strategi

pengecahan dan intervensi, dan efektivitas program anti-rokok saat ini sangat penting untuk mengatasi tren ini secara efektif.

Perilaku merokok remaja dipengaruhi oleh interaksi yang kompleks dari berbagai faktor. Anggota keluarga, guru, dan teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk norma sosial seputar merokok di kalangan remaja (Lin, M. *et al.*, 2023). Selain itu, faktor lingkungan seperti paparan asap rokok, akses terhadap informasi anti rokok, dan status merokok orang tua dan teman sebaya mempunyai dampak yang signifikan terhadap perilaku merokok remaja (Liang, Y. C. *et al.*, 2022). Konteks sosial juga berkontribusi dalam membentuk perilaku merokok remaja dengan memberikan teladan dan menetapkan norma-norma sosial terkait dengan merokok (Lin, M. *et al.*, 2023).

Merokok pada remaja dikaitkan dengan segudang risiko kesehatan. Penelitian telah menunjukkan bahwa remaja yang terpapar asap tembakau berisiko lebih tinggi terkena masalah pemapasan seperti batuk, mengi, dan infeksi saluran pernapasan akut. Selain itu, perokok remaja lebih mungkin menunjukkan faktor risiko penyakit kardiovaskular tradisional dibandingkan dengan bukan perokok, hal ini menunjukkan dampak buruk dari merokok terhadap kesehatan secara keseluruhan. Paparan dini terhadap karsinogen tembakau juga telah diidentifikasi sebagai faktor risiko independen terhadap kanker paru-paru, yang menggarisbawahi konsekuensi jangka panjang dari merokok pada remaja.

Dampak merokok pada remaja terhadap kesehatan masyarakat tidak hanya mencakup risiko kesehatan individu. Beban ekonomi akibat merokok pada individu dan sistem layanan kesehatan sangat besar, sehingga menekankan perlunya strategi pencegahan dan intervensi yang efektif (Nazir, M. A. *et al.*, 2019). Perokok remaja juga mempunyai risiko lebih tinggi terkena gangguan penggunaan alkohol komorbiditas, yang menunjukkan sifat saling berhubungan dari perilaku penyalahgunaan zat di kalangan remaja. Merokok telah dikaitkan dengan berbagai gangguan perkembangan dan kesehatan mental pada remaja dan dewasa muda, sehingga menggarisbawahi dampak perilaku merokok terhadap kesehatan masyarakat yang lebih luas.

Strategi pencegahan dan intervensi yang efektif sangat penting dalam memerangi remaja yang merokok. Strategi-strategi ini berfokus

pada modifikasi kebijakan, praktik, dan norma-norma masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung yang mencegah dimulainya merokok. Intervensi yang bertujuan mengurangi akses anak di bawah umur terhadap produk tembakau telah menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam mencegah penjualan ilegal kepada anak di bawah umur dan membatasi tingkat merokok remaja. Selain itu, menghubungkan kebijakan bebas rokok dengan peningkatan akses terhadap layanan berhenti merokok dapat lebih mendukung remaja dalam berhenti merokok dan mencegah kekambuhan.

Evaluasi program anti-rokok saat ini sangat penting dalam menilai dampaknya terhadap perilaku merokok remaja. Program pembelajaran berdasarkan pengalaman di sekolah telah terbukti meningkatkan pengetahuan siswa tentang merokok dan mendorong sikap anti-merokok, sehingga berkontribusi terhadap penurunan angka merokok di kalangan remaja (Mpousiou, D. P. *et al.*, 2021). Intervensi berhenti merokok berbasis komunitas telah secara efektif mendukung upaya berhenti di kalangan perokok, dengan menekankan pentingnya intervensi yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam mengatasi perilaku merokok (Lin, B. *et al.*, 2023). Kampanye pendidikan masyarakat tembakau nasional berpotensi mengubah keyakinan tentang bahaya merokok dan vaping di kalangan remaja, dengan menyoroti peran kampanye kesadaran masyarakat dalam mencegah remaja merokok (MacMonegle, A. J. *et al.*, 2022).

Penyedia layanan kesehatan memainkan peran penting dalam mengatasi perilaku merokok remaja melalui berbagai intervensi. Menasihati remaja untuk berhenti merokok merupakan langkah mendasar dalam intervensi penyedia layanan kesehatan, karena hal ini meningkatkan kesadaran tentang bahaya merokok dan manfaat berhenti merokok. Menawarkan sesi konseling singkat memungkinkan penyedia layanan kesehatan untuk mendukung remaja dalam mengembangkan strategi penanggulangan dan menetapkan tujuan berhenti merokok secara efektif. Selain itu, meresepkan obat penghentian nikotin dapat membantu remaja dalam mengelola gejala putus nikotin dan meningkatkan peluang mereka untuk berhasil berhenti merokok (Thakur, J., & Choudhari, S. G., 2024). Menghubungkan remaja dengan sumber daya tambahan, seperti tempat

berhenti merokok atau kelompok dukungan, memberikan dukungan dan dorongan berkelanjutan selama proses berhenti merokok. Selain itu, tindak lanjut terhadap remaja pasca intervensi membantu memantau kemajuan, mengatasi tantangan, dan mencegah kekambuhan, yang pada akhirnya mendorong keberhasilan berhenti merokok dalam jangka panjang.

Industri tembakau berperan penting dalam membentuk perilaku merokok remaja melalui strategi pemasaran dan promosi produk. Penelitian menunjukkan bahwa remaja menganggap perokok sebagai orang yang populer, bahagia, dan menarik, dan persepsi ini diperkuat oleh paparan iklan rokok. Larangan terhadap rokok beraroma telah efektif dalam mengurangi penggunaan tembakau pada remaja, dengan menyoroti pengaruh ketersediaan produk terhadap perilaku merokok. Selain itu, kebijakan pengendalian tembakau memainkan peran penting dalam memengaruhi inisiasi dan penghentian merokok di kalangan remaja, menekankan perlunya langkah-langkah peraturan yang komprehensif untuk memerangi taktik industri tembakau (Bafunno, D. *et al.*, 2020).

Faktor sosial ekonomi memainkan peran penting dalam menentukan prevalensi dan pola merokok remaja. Merokok telah diidentifikasi sebagai kontributor utama kesenjangan kesehatan sosio-ekonomi, dengan bukti yang menunjukkan adanya ketimpangan dalam prevalensi merokok berdasarkan status sosio-ekonomi (Nargis, N. *et al.*, 2019). Kondisi sekolah yang tidak mendukung telah dikaitkan dengan tingginya konsumsi tembakau di kalangan remaja, yang menunjukkan adanya pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku merokok. Selain itu, paparan terhadap perokok pasif dan norma-norma sosial dalam komunitas yang kurang beruntung secara sosial ekonomi dapat berkontribusi terhadap tingginya angka merokok di kalangan remaja.

Faktor budaya memainkan peranan penting dalam membentuk perilaku merokok remaja, khususnya di kalangan populasi yang beragam. Faktor risiko merokok di kalangan remaja Hispanik termasuk perbedaan akulturasi orang tua-anak Hispanik, fatalisme, dan keyakinan budaya tentang merokok. Status merokok orang dewasa dan saudara kandung, persepsi merokok, persepsi diskriminasi, dan fatalisme telah diidentifikasi sebagai faktor yang berpengaruh dalam inisiasi merokok di kalangan remaja dari berbagai latar belakang budaya. Pengaruh budaya dan sosial

terhadap perilaku merokok dapat berkembang sepanjang masa remaja dan memasuki masa dewasa, menyoroti sifat dinamis dari pengaruh budaya terhadap kebiasaan merokok.

Langkah-langkah legislatif memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat merokok remaja dan mencegah inisiasi merokok. Meningkatkan usia minimum yang sah untuk mengakses produk tembakau telah terbukti secara signifikan mengurangi tingkat inisiasi dan prevalensi merokok di kalangan remaja. Meningkatkan harga rokok melalui kenaikan pajak telah terbukti menjadi langkah yang sangat efektif dalam mengurangi kebiasaan merokok di kalangan remaja dan dewasa muda, dengan menekankan dampak insentif finansial terhadap perilaku merokok. Larangan merokok secara legislatif telah dikaitkan dengan penurunan angka merokok, khususnya di kalangan kelompok demografi tertentu, yang menggarisbawahi pentingnya kebijakan pengendalian tembakau yang komprehensif dalam mengurangi angka merokok remaja (Bird, Y. *et al.*, 2020).

Dalam bidang pencegahan dan penghentian merokok pada remaja, pendekatan inovatif telah muncul untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat ini. Intervensi berhenti merokok melalui ponsel telah mendapatkan perhatian sebagai alternatif yang menjanjikan untuk berhenti merokok di kalangan remaja (Zhou, X. *et al.*, 2023). Intervensi ini memanfaatkan meluasnya penggunaan ponsel di kalangan remaja untuk memberikan dukungan dan sumber daya yang sesuai untuk berhenti merokok. Efektivitas intervensi berbasis ponsel dalam mendorong penghentian merokok dan mencegah kekambuhan merokok menggarisbawahi potensi teknologi dalam menjangkau dan melibatkan remaja dalam perubahan perilaku. Selain itu, program ASSIST (A Stop Smoking In Schools Trial) mewakili intervensi inovatif yang melibatkan pelatihan siswa berpengaruh untuk bertindak sebagai pendukung teman sebaya dalam suasana informal. Dengan memanfaatkan pengaruh dan dukungan teman sebaya, program ini bertujuan untuk menciptakan jaringan berbasis sekolah yang mendorong penghentian merokok dan mempromosikan perilaku anti-merokok di kalangan remaja. Pendekatan yang dipimpin oleh teman sejawat ini menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung upaya

pengecahan merokok di komunitas sekolah. Selain itu, program pengecahan merokok berbasis pengalaman di sekolah telah terbukti meningkatkan pengetahuan terkait merokok dan sikap anti-merokok di kalangan siswa (Mpousiou, D. P. *et al.*, 2021). Program-program ini melibatkan siswa dalam pengalaman pembelajaran interaktif yang menantang kesalahpahaman tentang merokok dan membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan untuk menolak tekanan teman sebaya dan membuat keputusan yang tepat mengenai penggunaan tembakau.

20
Konsekuensi jangka panjang dari merokok pada remaja tidak hanya berdampak pada kesehatan individu, namun juga berdampak pada kesehatan masyarakat yang lebih luas. Perokok cenderung memiliki lebih banyak beban penyakit dibandingkan dengan bukan perokok, hal ini menunjukkan besarnya biaya perawatan kesehatan yang terkait dengan penyakit yang berhubungan dengan merokok. Mengatasi dampak kesehatan yang merugikan dari penggunaan tembakau di kalangan anak-anak dan dewasa muda sangat penting untuk mengurangi dampak kesehatan jangka panjang dari merokok. Mantan orang tua yang merokok juga telah dikaitkan dengan peningkatan risiko inisiasi merokok pada remaja dalam beberapa penelitian, yang menggarisbawahi transmisi perilaku merokok antargenerasi. Dengan memahami konsekuensi jangka panjang dari merokok pada remaja terhadap kesehatan masyarakat, pembuat kebijakan dan penyedia layanan kesehatan dapat memprioritaskan intervensi yang menargetkan pengecahan dan penghentian merokok di kalangan remaja untuk mengurangi beban penyakit terkait rokok di masa depan.

Upaya pengecahan merokok pada remaja memerlukan perspektif global untuk mengatasi beragam aspek penggunaan tembakau di kalangan remaja. Meneliti dampak kebijakan pengendalian tembakau terhadap inisiasi, penghentian, dan prevalensi merokok memberikan wawasan berharga mengenai efektivitas langkah-langkah peraturan dalam mengurangi tingkat merokok remaja. Memahami karakteristik produk tembakau tanpa asap dan upaya kebijakan terkait sangat penting untuk mengembangkan strategi pengendalian tembakau komprehensif yang mencakup semua bentuk penggunaan tembakau. Adaptasi budaya dari

intervensi pencegahan merokok di sekolah memainkan peran penting dalam memastikan hal tersebut relevansi dan efektivitas program pencegahan di berbagai konteks budaya (Sánchez-Franco, S. *et al.*, 2021). Dengan menyesuaikan inisiatif pencegahan dengan norma dan keyakinan budaya tertentu, jangkauan dan dampak upaya pencegahan merokok dalam skala global dapat ditingkatkan.

Kesimpulannya, mengatasi perilaku merokok remaja sangat penting untuk menjaga kesehatan masyarakat dan mengurangi beban penyakit yang berhubungan dengan merokok. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku merokok remaja, risiko kesehatan yang terkait dengan merokok, dan peran penyedia layanan kesehatan dalam berhenti merokok merupakan pertimbangan penting dalam mengembangkan strategi pencegahan dan intervensi yang efektif. Implikasi kesehatan masyarakat, pengaruh budaya, dan tindakan legislatif juga memainkan peran penting dalam membentuk prevalensi merokok pada remaja. Pendekatan inovatif, konsekuensi jangka panjang, dan perspektif global memberikan wawasan lebih lanjut dalam memerangi remaja yang merokok dalam skala yang lebih luas. Dengan mengintegrasikan strategi berbasis bukti, memanfaatkan intervensi inovatif, dan mempertimbangkan perspektif global, kita dapat menciptakan pendekatan komprehensif terhadap pencegahan merokok pada remaja dan mendorong masa depan bebas rokok untuk generasi berikutnya.

LAHIRNYA PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA

Saat ini, merokok sudah dianggap sebagai epidemi yang meluas pada abad ke-20. Pada tahun 1900, kebiasaan merokok masih jarang dilakukan, dan jumlah total rokok yang terjual selama setahun adalah 54 rokok per orang di Amerika Serikat. *Federal Trade Commission* (FTC) melaporkan pada tahun 2000 bahwa lebih dari setengah abad kemudian (tahun 1963), jumlah orang yang merokok terus meningkat. tumbuh pesat dengan total tahunan 4.345 per orang (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Angka merokok tertinggi terjadi pada laki-laki yang lahir pada tahun 1915 dan 1930. Banyak dari perokok tersebut yang mengalami ketergantungan pada nikotin, sebanyak 70% yang mengalami kecanduan. Penemuan yang signifikan bahwa setelah 20 tahun merokok, semua laki-laki yang merokok menderita kanker paru-paru. Jumlah perokok perempuan terbanyak terdapat pada kelompok usia yang lahir pada tahun 1935 dan 1950, yaitu sekitar 45% dari seluruh perempuan perokok mengalami ketergantungan. Hingga tahun 1925, perempuan yang merokok masih jarang ditemukan, dan jumlah mereka meningkat seiring dengan diciptakannya iklan rokok yang menasar perempuan (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005). Peninjauan kohort menunjukkan bahwa persentase perempuan perokok paling tinggi karena mereka menjadi sasaran iklan rokok saat remaja (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Mayoritas orang mulai menggunakan rokok pada usia 14 atau 25 tahun, sedangkan sebagian besar mulai merokok pada usia 18-24 tahun. Pada akhir abad ke-20, sebagian besar masyarakat berusia 14 dan 19 tahun mulai merokok secara rutin, dan puncak merokok terjadi pada kelompok usia 14 dan 17 tahun. Sejak kesepakatan yang dicapai oleh para ahli

kesehatan masyarakat pada tahun 1964 bahwa merokok menyebabkan kanker paru-paru, tingkat inisiasi merokok terus menurun di antara orang-orang yang berusia antara 18-21 dan 22-24 tahun (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Peninjauan longitudinal terhadap remaja pada tahun 1980 dan 1990 mengungkapkan bahwa pada saat mereka duduk di bangku sekolah dasar, mereka biasanya sudah menolak merokok. Tidak ada alasan bagi remaja untuk menjadi perokok. Namun, terdapat kondisi merugikan yang menyebabkan remaja rentan terhadap kebiasaan merokok. Keadaan yang memotivasi remaja untuk merokok adalah keinginannya untuk ingin tahu lebih mengenai rokok. Peninjauan serial telah menunjukkan bahwa kemungkinan remaja yang tidak merokok dua kali lipat jika dibandingkan dengan mereka yang merokok (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Banyak peninjauan menunjukkan bahwa semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang untuk merokok, semakin besar kemungkinan mereka menjadi perokok. Setiap pengalaman tambahan meningkatkan kemungkinan merokok di masa depan. Namun, kemungkinannya telah menurun sejak pengalaman merokok terakhir kali. Jika remaja yakin bahwa mereka tidak akan kembali lagi mencoba merokok, kemungkinan mereka melakukan hal tersebut juga akan berkurang. Unsur pemengaruh ini dapat digabungkan untuk memperkirakan kemungkinan merokok di masa depan (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Salah satu konklusi peninjauan yang konsisten adalah remaja yang awalnya bukan perokok, tetapi mempunyai teman yang merokok, alhasil mereka segera menjadi perokok. Beberapa perokok pemula ini dikaitkan dengan lingkungan pergaulan dengan teman-teman yang merokok (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Di sekolah menengah pertama, pelajar yang mencari identitas kolektif dengan teman sekelasnya yang mulai merokok, hal ini dianggap sebagai gaya hidup. Akibatnya, jumlah remaja yang mulai merokok meningkat secara signifikan. Mereka memilih untuk merokok karena tekanan kolektif dari teman sebayanya. Hal ini menunjukkan bahwa para remaja yang terkena dampak industri tembakau menjadi tertarik dengan bau rokok dari teman-temannya yang merokok, akibatnya remaja tersebut

akan mencoba untuk merokok untuk pertama kalinya (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005). 101

Merokok pada remaja masih menjadi masalah kesehatan masyarakat yang signifikan secara global, dengan dampak buruk terhadap kesehatan individu dan masyarakat secara keseluruhan. Permulaan perilaku merokok pada remaja merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang meliputi ranah biologis, sosial, psikologis, lingkungan, dan perilaku. Memahami keterkaitan faktor-faktor ini sangat penting dalam mengembangkan langkah-langkah pencegahan dan intervensi yang efektif untuk mengekang prevalensi merokok di kalangan remaja. 49

Faktor biologis berperan penting dalam membentuk inisiasi perilaku merokok pada remaja. Penelitian telah menunjukkan bahwa merokok di kalangan remaja dan dewasa muda adalah perilaku yang memiliki banyak faktor, dipengaruhi oleh kombinasi unik dari faktor biologis. Inisiasi merokok biasanya terjadi pada masa remaja, suatu periode yang ditandai dengan meningkatnya kerentanan terhadap pengaruh eksternal. Faktor-faktor seperti gender, konsumsi alkohol, dan pengaruh teman sebaya telah diidentifikasi sebagai kontributor terhadap berlanjutnya penggunaan tembakau di kalangan remaja (Leshargie, C. T. *et al.*, 2019). Dasar biologis dari perilaku merokok menyoroti perlunya intervensi yang ditargetkan yang mempertimbangkan faktor-faktor ini untuk mengatasi kebiasaan merokok remaja secara efektif.

Faktor sosial juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap adopsi rokok di kalangan remaja. Keteladanan orang tua yang merokok, paparan merokok dalam keluarga, dan pengaruh teman sebaya telah diidentifikasi sebagai faktor penentu sosial utama perilaku merokok pada remaja (Jafari, A. *et al.*, 2022). Paparan konten terkait tembakau di media sosial semakin memperburuk masalah dengan menciptakan kesadaran merek dan meningkatkan daya tarik produk (Donaldson, S. I. *et al.*, 2022). Selain itu, pola merokok remaja di berbagai kelompok ras dan etnis yang berbeda telah dikaitkan dengan faktor-faktor seperti akulturasi dan diskriminasi ras/etnis. Memahami konteks sosial di mana remaja terpapar perilaku merokok sangat penting dalam mengembangkan strategi pencegahan yang komprehensif.

Faktor psikologis sangat berperan dalam membentuk perilaku merokok di kalangan remaja. Penelitian telah menunjukkan bahwa merokok pada remaja dikaitkan dengan berbagai faktor termasuk usia, etnis, struktur keluarga, status sosial ekonomi orang tua, dan kebiasaan merokok orang tua. Gejala internalisasi seperti suasana hati yang tertekan dan kecemasan juga diketahui dapat memprediksi permulaan merokok di kalangan remaja. Lanskap psikologis remaja, yang ditandai dengan berbagai pengaruh, menggarisbawahi sifat kompleks dari perilaku merokok pada kelompok usia ini. Mengatasi faktor psikologis yang memengaruhi merokok sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang disesuaikan dengan kebutuhan remaja.

Faktor lingkungan juga memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap timbulnya perilaku merokok pada remaja. Faktor-faktor seperti akses terhadap rokok gratis, kehadiran teman perokok, dan paparan asap rokok telah diidentifikasi sebagai kontributor signifikan terhadap penggunaan tembakau di kalangan remaja (Liang, Y. C. *et al.*, 2022). Selain itu, pengaruh lingkungan seperti paparan informasi anti-rokok dan status merokok orang tua dan teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk perilaku merokok remaja (Liang, Y. C. *et al.*, 2022). Mengenali pemicu lingkungan yang mendorong inisiasi merokok sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mencegah penggunaan tembakau di kalangan remaja.

Pola perilaku dan pemicu yang terkait dengan remaja yang merokok semakin memperjelas kompleksitas perilaku ini. Norma sosial, ekspektasi hasil, efikasi diri, dan sikap terhadap kebijakan tembakau telah diidentifikasi sebagai faktor penentu utama perilaku merokok pada remaja (Lin, M. *et al.*, 2023). Memahami kombinasi unik dari faktor biologis, sosial, psikologis, dan lingkungan yang mendasari perilaku merokok remaja sangat penting dalam mengembangkan intervensi holistik yang mengatasi sifat multifaset dari perilaku ini. Karakteristik perilaku dan kepribadian remaja juga berperan dalam memulai dan melanjutkan kebiasaan merokok, sehingga menyoroti perlunya pendekatan yang dipersonalisasi untuk pencegahan merokok (Mahajan, S. D. *et al.*, 2021).

Dampak kesehatan dari merokok pada remaja sangat besar dan beragam. Remaja yang merokok mempunyai peningkatan risiko terkena

berbagai penyakit pemapasan dan komplikasi kesehatan jangka panjang (Varghese, J., & Muntode Gharde, P., 2023). Temuan penelitian menyoroti dampak buruk merokok terhadap kesehatan pernafasan dan jantung anak muda, menggarisbawahi pentingnya mengatasi perilaku merokok pada kelompok usia ini. Khususnya, merokok pada masa remaja telah terbukti memprediksi masalah kesehatan di masa dewasa, termasuk penyakit pernafasan, masalah neurobehavioral, dan gangguan kognitif, menekankan dampak jangka panjang dari inisiasi merokok dini terhadap hasil kesehatan. Memahami dampak merokok pada remaja sangatlah penting dalam mengembangkan intervensi yang ditargetkan untuk mengurangi risiko terkait dan mendorong perilaku sehat di kalangan remaja.

Strategi untuk mencegah dan melakukan intervensi terhadap perilaku merokok remaja sangat penting dalam memerangi permasalahan penggunaan tembakau di kalangan remaja. Salah satu pendekatannya melibatkan penerapan undang-undang negara bagian dan lokal yang memberikan hukuman pada remaja karena memiliki atau menggunakan produk tembakau, yang bertujuan untuk mencegah perokok di bawah umur. Kampanye pendidikan berdasarkan Teori Motivasi Perlindungan (PMT) juga telah diusulkan sebagai strategi efektif untuk mempromosikan perilaku pencegahan merokok di kalangan pelajar dan meningkatkan kesadaran mereka akan risiko yang terkait dengan penggunaan tembakau (Mahmoodabad, S. S. M. *et al.*, 2021). Gerakan anti-tembakau menekankan upaya pencegahan dan penghentian untuk mengatasi kebiasaan merokok remaja secara komprehensif, menyoroti pentingnya pendekatan multifaset dalam mengatasi tantangan kesehatan masyarakat ini (Choi, Y. *et al.*, 2021).

Orang tua dan pengasuh memainkan peran penting dalam mencegah remaja merokok dan mempromosikan perilaku sehat di kalangan remaja. Penelitian menunjukkan bahwa status merokok orang tua secara signifikan memengaruhi kelanjutan dan penghentian merokok remaja, menekankan perlunya keterlibatan orang tua dalam inisiatif anti-merokok (Zaborskis, A. *et al.*, 2021). Baik teman sebaya dan orang tua telah diidentifikasi sebagai pengaruh utama dalam inisiasi merokok remaja, menyoroti pentingnya dinamika keluarga dalam membentuk perilaku remaja. Dukungan keluarga telah terbukti memiliki dampak positif dalam melindungi remaja dari

perilaku berisiko kesehatan, menekankan peran protektif yang dapat dimainkan oleh bimbingan dan dukungan orang tua dalam mencegah remaja merokok (Zaborskis, A. *et al.*, 2021).

Intervensi berbasis sekolah berpotensi memberikan dampak signifikan terhadap perilaku merokok remaja dan berkontribusi terhadap upaya pencegahan. Tinjauan sistematis terhadap program pencegahan merokok di sekolah telah menunjukkan kemanjurannya dalam mengurangi inisiasi merokok dan meningkatkan hasil kesehatan positif jangka panjang di kalangan siswa. Norma anti-rokok di tingkat sekolah dapat menciptakan lingkungan yang mendukung yang memfasilitasi atau menghambat perilaku merokok di kalangan siswa, menyoroti pentingnya inisiatif berbasis sekolah dalam membentuk perilaku remaja (Kim, S. Y. *et al.*, 2020). Pembelajaran berdasarkan pengalaman program pencegahan merokok yang diterapkan di sekolah telah terbukti meningkatkan pengetahuan siswa tentang risiko terkait merokok dan menumbuhkan sikap anti-merokok, menggarisbawahi nilai intervensi komprehensif berbasis sekolah dalam mengatasi perilaku merokok remaja (Mpousiou, D. P. *et al.*, 2021).

Inisiatif komunitas dan kesehatan masyarakat memainkan peran penting dalam mengatasi remaja yang merokok dan mempromosikan langkah-langkah pengendalian tembakau di tingkat populasi. Meskipun bukti mengenai dampak kebijakan lokal terhadap penggunaan tembakau oleh generasi muda beragam, penelitian menunjukkan bahwa intervensi berbasis masyarakat dapat berdampak pada inisiasi, penghentian, dan tingkat prevalensi merokok di kalangan remaja. Dengan mengkaji dampak kebijakan pengendalian tembakau terhadap perilaku merokok, inisiatif kesehatan masyarakat dapat menginformasikan strategi berbasis bukti untuk mengurangi tingkat merokok remaja dan melindungi remaja dari bahaya penggunaan tembakau (Bafunno, D. *et al.*, 2020). Upaya berbasis masyarakat yang bertujuan untuk menerapkan kebijakan pengendalian tembakau yang komprehensif dapat menciptakan lingkungan yang mendukung yang mencegah remaja merokok dan mendorong pilihan yang lebih sehat di kalangan remaja, menyoroti pentingnya pendekatan kesehatan masyarakat yang kolaboratif dalam memerangi penggunaan tembakau di kalangan remaja (Bafunno, D. *et al.*, 2020).

Mengatasi perilaku merokok remaja menimbulkan pertimbangan etis yang signifikan yang harus dinavigasi secara hati-hati dalam upaya pencegahan dan intervensi. Salah satu kekhawatiran etis utama berkisar pada penggunaan rokok elektrik untuk pengurangan dampak buruk tembakau di kalangan remaja. Keamanan dan potensi risiko yang terkait dengan produk-produk ini, terutama dalam konteks inisiasi dan kecanduan remaja, menimbulkan dilema etika yang kompleks yang memerlukan pemeriksaan menyeluruh. Selain itu, isu etika dalam penelitian pengobatan etiologi dan klinis yang berfokus pada remaja yang merokok menyoroti pentingnya menegakkan standar etika dalam mempelajari dan menangani perilaku merokok di kalangan remaja. Mengidentifikasi dan mengatasi pertimbangan etis ini sangat penting dalam memastikan bahwa intervensi dan kebijakan yang bertujuan untuk membatasi kebiasaan merokok remaja tidak hanya efektif tetapi juga masuk akal secara etis.

Menjelajahi tren dan tantangan masa depan dalam memerangi perilaku merokok remaja akan menyoroti perkembangan strategi pengendalian tembakau. Salah satu tantangan yang muncul adalah pemasaran rokok elektrik yang ditargetkan kepada remaja, yang merupakan ancaman signifikan terhadap kesehatan remaja karena risiko yang terkait dengan penggunaan nikotin (Jones, K., & Salzman, G. A., 2020). Seiring dengan kemajuan teknologi, terdapat peningkatan minat untuk memanfaatkan platform digital untuk pencegahan dan pengobatan merokok di kalangan remaja, sehingga menghadirkan peluang dan tantangan dalam menjangkau populasi ini secara efektif (Sweileh W. M., 2024). Selain itu, menyelaraskan upaya pengendalian tembakau dengan agenda kesehatan masyarakat yang lebih luas, seperti Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, menggarisbawahi sifat saling terkait dari faktor-faktor penentu kesehatan dan perlunya pendekatan komprehensif untuk mengatasi perilaku merokok remaja (Kirkbride, J. B. *et al.*, 2024).

Kesimpulannya, lahirnya perilaku merokok pada remaja merupakan fenomena multifaset yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dalam ranah biologis, sosial, psikologis, lingkungan, dan perilaku. Faktor penentu biologis, pengaruh sosial, faktor psikologis, pemicu lingkungan, dan pola perilaku secara kolektif membentuk perilaku merokok remaja, sehingga menggarisbawahi kompleksitas masalah kesehatan masyarakat ini.

Memahami konsekuensi kesehatan dari merokok pada remaja, menerapkan strategi pencegahan dan intervensi, melibatkan orang tua dan pengasuh, memanfaatkan inisiatif berbasis sekolah, dan terlibat dalam upaya kesehatan masyarakat yang berbasis komunitas merupakan langkah-langkah penting dalam mengatasi remaja yang merokok. Selain itu, mengatasi pertimbangan etis dan mengantisipasi tren dan tantangan di masa depan dalam pengendalian tembakau merupakan aspek penting dari upaya komprehensif untuk mengurangi angka merokok remaja dan mendorong perilaku sehat di kalangan remaja. Dengan menerapkan pendekatan holistik yang mempertimbangkan keterkaitan faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan merokok remaja, masyarakat dapat berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung gaya hidup bebas rokok dan menjaga kesejahteraan generasi mendatang.

KETERKAITAN MARAKNYA IKLAN ROKOK DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA

A. Iklan Rokok

Menurut Nichter *et al.* (2008), Indonesia dianggap sebagai surga bagi pengiklan karena tidak ada peraturan ketat yang melarang tindakan mereka. Promosi rokok di Indonesia merupakan yang paling agresif dan inovatif di dunia. Sebagaimana dipaparkan dalam laporan tahunan Sampoerna tahun 1995, “perusahaan-perusahaan di Indonesia mempunyai kebebasan yang luas untuk mengiklankan produk mereka dengan berbagai cara dan berkomunikasi melalui saluran yang berbeda”. Sayangnya, pernyataan tersebut sudah tidak relevan lagi dengan keadaan saat ini karena terjadi 10 tahun lalu. Saat ini kebebasan beriklan di Indonesia masih utuh, tetapi peraturan yang membatasi hanya sedikit. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa industri rokok di Indonesia mendedikasikan Rp1,6 triliun untuk periklanan pada tahun 2006.

Periklanan adalah segala bentuk promosi yang melibatkan promosi ide atau produk atau layanan oleh perusahaan tertentu. Periklanan ini dilakukan di media massa, media elektronik, atau media *above the line* dan *below the line* (Suparno, 2004). Menurut Sitepoe (2000), iklan rokok adalah tindakan memperkenalkan, mensosialisasikan, dan mempromosikan rokok kepada masyarakat tanpa atau dengan imbalan guna memengaruhi konsumen dan mendorong mereka untuk membeli rokok tersebut. Saat merancang kampanye periklanan, penting untuk memperhatikan komponen AIDCA, meliputi *attention* (perhatian); *interest* (minat), *desire* (keinginan/kebutuhan), *conviction* (rasa percaya), dan *action* (tindakan). Banyak perusahaan yang menjual rokok membuat iklan yang fokus pada

remaja. Iklan rokok didesain semenarik mungkin di kalangan remaja masa kini. Iklan rokok menggunakan berbagai media, contohnya televisi, baliho yang biasanya terletak di dekat sekolah. Pengiklan dari perusahaan rokok biasanya fokus pada lima komponen tersebut. Hal ini dimaksudkan agar memberikan dampak yang signifikan terhadap masyarakat yang menjadi sasaran iklan tersebut. Untuk meningkatkan popularitas pesan, penyusun pesan sering kali menggunakan strategi yang berhubungan dengan propaganda. Beberapa cara tersebut di atas adalah (Suparno, 2004):

1. *Slogan*, yakni uraian singkat, tetapi cukup ringkas mengenai suatu konsep atau peristiwa yang menyebabkan penontonnya berasimilasi secara emosional sehingga mudah mengingat peristiwa tersebut.
2. *Name calling*, yakni proses merendahkan nama baik pihak lain guna menimbulkan simpati yang berlebihan terhadap gagasan atau konsep yang ditawarkan.
3. *Glittering generalities*, yakni ditujukan untuk mengomunikasikan pesan yang menggambarkan pemanfaatan suatu ide atau produk dengan konsep yang agung, luhur, dan mulia.
4. *Transfer*, yakni konsep seseorang yang memiliki popularitas, otoritas, keagungan, dan karisma yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu.
5. *Testimonial*, yakni pengalaman pribadi atau penggunaan produk, sangat penting dalam menunjukkan efektivitas suatu produk.
6. *Plain folks*, yakni berusaha meyakinkan khalayak umum bahwa produk, konsep, atau idenya merupakan hasil pengembangan pribadi.
7. *Card stacking*, yakni proses mengekspresikan aspek manfaat dari suatu konsep, ide, atau produk dalam konteks periklanan.
8. *Bandwagon*, yakni tindakan memberikan keyakinan kepada khalayak terhadap keberhasilan atau kepercayaan komunikator yang berdampak menggugah khalayak untuk percaya.
9. *Seks*, yakni menggunakan secara khusus simbol yang berhubungan dengan seks.

Saat menggunakan cara transmisi pesan ini, cara ini tidak boleh tunggal, melainkan kombinasi beberapa cara. Selain itu, jumlah cara

penulisan pesan tampaknya masih terus bertambah yang berpotensi adanya penambahan atau perubahan (Suparno, 2004).

Iklan dan promosi rokok dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi korporasi rokok. Pendapatan perusahaan akan meningkat jika pola pikir para perokok saat ini diubah, dan di masa depan, industri ini perlu terus menambah jumlah pemakai perokok baru. Iklan rokok dianggap inovatif dan berhasil jika jumlah remaja yang merokok meningkat (Pierce *et al.*, (2004) dalam Boyle *et al.*, 2004).

Periklanan adalah proses upaya pemasaran untuk menciptakan rantai produk. Dengan begitu, iklan harus mampu menunjukkan daya tarik dan keunikan produk. Periklanan yang dilakukan oleh perusahaan tembakau bermaksud untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan jumlah orang yang merasakan manfaat merokok dan menikmati dampak positif dari merokok. Kesan yang diciptakan oleh iklan rokok berasal dari nilai produk agar target demografinya menikmati rokok, dan hampir selalu direpresentasikan melalui gambar visual. Contohnya, dengan membeli rokok Marlboro, remaja menunjukkan kebebasannya. Maksud utamanya adalah untuk menanamkan keinginan remaja untuk mencoba merokok (Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2005).

Sebuah peninjauan tentang kebiasaan periklanan perusahaan tembakau menunjukkan bahwa sebagian besar remaja tidak hanya terpapar pada iklan rokok, tetapi juga memahami reputasi merek dari iklan industri tersebut. Para remaja muda ini memahami bahwa iklan rokok akan mengikuti manfaat merokok, antara lain merokok itu menyenangkan, menghilangkan stres, membantu seseorang merasa nyaman dalam situasi sosial, menjaga tubuh tetap langsing, dan menghilangkan kebosanan. Selain itu, mayoritas remaja Amerika berusia antara 12-14 tahun memiliki iklan rokok favorit. Sebanyak 30% remaja muda berusia 15-17 tahun bersedia mengenakan kemeja bergambar merek iklan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa iklan rokok merupakan produk yang berhasil menjangkau demografi kaum muda (Pierce *et al.* (2004) dalam Boyle *et al.*, 2004).

Di Indonesia tema rokok terdiri dari 2 jenis, yakni menyangkut kepribadian individu dan nilai-nilai sosial. Iklan rokok yang berfokus pada individu biasanya membahas tentang pentingnya merokok dalam

mengendalikan emosi atau menjaga keseimbangan, simbolisme maskulinitas, simbolisme petualangan atau kekuatan, sebagai sarana mengekspresikan persahabatan atau semangat bermasyarakat, merokok sebagai bentuk hiburan, dan pentingnya merokok pada wanita modern. Iklan rokok yang membahas nilai-nilai sosial mencakup topik-topik, seperti merokok yang mewakili tradisi, kesetiaan, modernitas, globalisasi, nasionalisme, dan secara tidak langsung mengadvokasi tujuan politik (Nichter *et al.*, 2009). Remaja usia 12-18 tahun biasanya merokok, tetapi cenderung merokok Clas Mild, Star Mild, Djarum Super, Marlboro Filter, dan Sampoerna Hijau (Nichter *et al.*, 2009).

Peninjauan longitudinal di Amerika Serikat menunjukkan bahwa penerimaan remaja yang lebih besar terhadap kegiatan promosi dan periklanan mengenai rokok, ditambah dengan keinginan untuk mencoba merokok, meningkatkan kemungkinan untuk melakukan hal tersebut (Pierce *et al.*, 1998, 2002; Siegel & Biener, 2000; Sargent *et al.* (2000) dalam Boyle *et al.*, 2004)(D. G. Boyle *et al.*, 2004; Hanewinkel *et al.*, 2010; Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, 2004; Siegel & Biener, 2000). Selain itu, remaja tersebut akan kecanduan atau ketergantungan rokok. Paparan komprehensif terbaru menunjukkan bahwa iklan rokok dapat berdampak buruk pada kapasitas orang tua dalam mencegah atau menyembuhkan anak-anak mereka dari merokok (Pierce *et al.* (2004) dalam Boyle *et al.*, 2004).

Meningkatnya jumlah perokok dan meningkatnya jumlah waktu yang dihabiskan untuk merokok di kalangan remaja merupakan hal yang meresahkan dan perlu mendapat perhatian. Peninjauan di negara maju menunjukkan bahwa iklan rokok mempunyai dampak yang signifikan terhadap perilaku merokok di kalangan remaja. Iklan televisi, promosi, dan *sponsorship* berhubungan dengan perilaku merokok remaja di Zambia (Zulu *et al.*, 2009). Selain itu, Hanewinkel *et al.* (2010) memaparkan bahwa terdapat hubungan spesifik antara pemasaran tembakau dalam bentuk iklan rokok dan perilaku merokok di kalangan remaja. Hal ini juga dipaparkan oleh Loughlin *et al.* (2009) bahwa iklan rokok pada masa remaja merupakan faktor yang signifikan terhadap berkembangnya perilaku merokok pada remaja.

Quit Tobacco Indonesia (2009) menyebutkan bahwa persentase remaja yang percaya bahwa iklan rokok menyebabkan generasi muda merokok adalah sebesar 51,8%. Iklan rokok yang menunjukkan keberanian, kekuatan, gaya, kesan "gaul", kesuksesan, dan beberapa iklan yang mempromosikan gagasan bahwa dengan merokok segala sesuatunya akan menjadi lebih baik memberikan sejumlah informasi tertentu kepada remaja yang mendorong mereka untuk merokok.

B. Perilaku Merokok Remaja

Masa remaja dianggap sebagai masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Pada masa ini, remaja dihadapkan pada berbagai permasalahan mental yang harus dipikirkan mengenai tujuan masa depan mereka. Permasalahan tersebut, antara lain menyelesaikan sekolah, melanjutkan ke jenjang berikutnya, termasuk konsumsi alkohol atau tidak, penggunaan narkoba, merokok, dan masalah seksual (Kaplan *et al.*, 1993).

Praktik merokok dianggap sebagai kebiasaan yang sudah berlangsung lama di Indonesia. WHO menilai perilaku merokok saat ini sudah menjadi masalah kesehatan masyarakat yang signifikan sehingga perlu ditangani secara komprehensif (Suhardi, 1997). Penyebab seseorang pertama kali merokok berdasarkan temuan berbagai peninjauan, yakni mencobanya, ikut serta, ingin tahu cara kerjanya, sekadar ingin merasakannya, kesepian, agar tampil modis, melambangkan kedewasaan, atau mencari inspirasi. Pertimbangan lainnya adalah sebagai pereda stres, pereda kebosanan, prestise, dampak lingkungan, pencuci mulut, dan untuk kesenangan (Santoso, 1993).

Menurut Tyas & Pederson (1998), perilaku merokok pada remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor sosiodemografi, lingkungan, perilaku, dan pribadi. Faktor sosiodemografi yang memengaruhi perilaku merokok remaja, antara lain usia, suku, ras, struktur keluarga, status ekonomi, orang tua, dan penghasilan pribadi. Untuk gender, hubungannya dengan perilaku merokok pada remaja adalah nihil. Namun, informasi historis menunjukkan bahwa persentase perokok laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan, tetapi dalam satu dekade terakhir jumlah perokok pada perempuan meningkat. Peningkatan ini difasilitasi oleh penargetan iklan terhadap remaja putri sebagai demografi baru atau alasan untuk ingin

mengatur berat badan mereka melalui rokok. Usia berhubungan dengan timbulnya dan prevalensi merokok pada remaja. Semakin muda usia remaja, semakin besar kemungkinan mereka menjadi kebiasaan merokok dan semakin kecil kemungkinan mereka untuk meninggalkan kebiasaan tersebut. Berdasarkan rasnya, persentase penduduk asli yang merokok paling tinggi dibandingkan suku lain di Amerika Utara. Keluarga dengan dua orang tua lebih besar kemungkinannya untuk menghambat kebiasaan merokok. Pendapatan pribadi juga berhubungan dengan perilaku merokok remaja. Angka merokok pada remaja yang mempunyai pendapatan lebih tinggi dibandingkan yang tidak. Tersedianya dana yang cukup bermanfaat bagi remaja yang ingin membeli rokok.

Faktor lingkungan yang berhubungan dengan perilaku merokok pada remaja, antara lain status merokok orang tua, status merokok anggota keluarga, status merokok teman sebaya, perilaku dan aturan teman sebaya, serta faktor lingkungan dan kasih sayang keluarga dan teman. Faktor perilaku yang berhubungan dengan status merokok remaja mencakup tiga unsur pemengaruh, yakni (1) faktor sekolah, pelajar yang berprestasi dan mempunyai komitmen tinggi terhadap kegiatan sekolah, kemungkinan untuk merokok rendah; (2) perilaku berisiko, pelajar yang menyukai tantangan dan melakukan perilaku menyimpang cenderung untuk mencoba merokok; dan (3) gaya hidup, pelajar yang suka meniru perilaku dan gaya hidup figur publik dan teman sebayanya. Tindakan dan gaya hidup yang sering dilakukan remaja adalah merokok (Tyas & Pederson, 1998). Faktor pribadi yang berhubungan dengan perilaku merokok pada remaja, antara lain 1) stres dan depresi, remaja yang mengalami stres kemudian berusaha memisahkan diri dengan mengalihkannya dengan merokok; 2) masalah kesehatan, keyakinan bahwa merokok merugikan kesehatan akan menghalangi keinginan untuk merokok; 3) penghargaan diri (*self esteem*), alasan karena harga diri, remaja mudah cemas dan mempunyai segudang masalah, kemudian berusaha memisahkan diri dengan cara merokok; 4) pengetahuan mengenai dampak merokok terhadap kesehatan, beberapa peninjauan menunjukkan bahwa remaja yang memiliki pengetahuan mengenai dampak merokok terhadap kesehatan akan berusaha untuk menjauhi rokok. Namun, sebagian besar literatur tidak mendukung hal ini (Tyas & Pederson, 1998).

Loughlin *et al.* (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan inisiasi merokok pada remaja adalah usia yang lebih muda, status orang tua tunggal, orang tua yang merokok, saudara kandung yang merokok, teman yang merokok, pegawai sekolah yang merokok, stres, impulsif, harga diri yang rendah, merasa memerlukan rokok, bukan pelajar yang baik, rentan terhadap iklan dari perusahaan tembakau, mereka juga cenderung mengonsumsi alkohol, memanfaatkan produk tembakau lain, dan sekolah tidak melarang merokok. Beberapa faktor yang diyakini mempunyai dampak signifikan terhadap perilaku khas merokok adalah teman yang merokok, iklan rokok yang menginspirasi orang untuk ingin merokok, penggunaan produk tembakau lainnya, dan persepsi kecanduan fisik (*self perceived physical addiction*). Namun, orang yang berusia lebih tua memiliki kemungkinan lebih rendah untuk mencoba merokok. Fenomena ini disebabkan oleh menurunnya kerentanan remaja terhadap rokok. Peninjauan kohort menunjukkan bahwa remaja yang belum pernah mencoba merokok sampai usia 15 tahun mempunyai kemungkinan lebih kecil untuk mencoba merokok dibandingkan remaja yang berusia 12 tahun.

Potensi kehadiran panutan orang dewasa dan teman sebaya yang merokok di rumah dan sekolah merupakan komponen lingkungan sosial yang signifikan dalam inisiasi remaja merokok. Saat ini, undang-undang belum mampu mengatur perilaku merokok di sekolah, tetapi praktik merokok di rumah lebih sulit diatur. Selanjutnya, rasa ingin merokok dan keinginan untuk merokok sama-sama dapat meningkatkan kemungkinan remaja merokok. Selain itu, kecenderungan untuk terpapar iklan tembakau merupakan prediktor signifikan terhadap timbulnya kebiasaan merokok dan kelanjutan kebiasaan merokok (*daily smoking*). Beberapa peninjauan longitudinal telah mengemukakan dampak iklan tembakau yang mempromosikan penggunaan tembakau, dampak ini termasuk peningkatan inisiasi merokok (Loughlin *et al.*, 2009).

Terutama penting bagi anak-anak dan remaja, sebuah peninjauan dari Australia pada tahun 1981 yang melibatkan 5.686 anak-anak menunjukkan dampak signifikan dari iklan. Anak-anak ini diwawancarai dua kali dengan selang waktu 1 tahun, dan diamati bahwa mereka 2 kali lebih mungkin menjadi perokok dibandingkan mereka yang tidak mendukung iklan rokok (Santoso, 1993). Hal ini juga sejalan dengan

paparan komprehensif yang dilakukan Prabandari *et al.* (2004) yang menyatakan bahwa paparan iklan rokok siswa SMA dan SMP serta perilaku merokok di kota Yogyakarta. Paparan komprehensif peninjauan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki.

Hubungan maraknya iklan rokok dan perilaku merokok remaja merupakan isu kompleks dan memprihatinkan yang mendapat perhatian signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Iklan rokok memiliki sejarah panjang dalam menyasar generasi muda, yang bertujuan untuk menciptakan daya tarik seputar rokok melalui berbagai strategi pemasaran.

Sejarah periklanan rokok ditandai dengan upaya yang disengaja oleh para pemasar tembakau untuk melibatkan pelanggan muda dengan memanfaatkan berbagai tema. Perusahaan tembakau telah lama mempromosikan rokok sebagai simbol kehidupan yang lebih kaya dan glamor melalui iklan mereka. Iklan-iklan ini sering kali menggambarkan merokok sebagai aktivitas canggih dan diinginkan, sehingga menciptakan gambaran aspiratif seputar kebiasaan tersebut. Misalnya, rokok Old Gold meluncurkan kampanye yang berupaya menghubungkan rokok dengan binatang, baik nyata maupun khayalan, dalam upaya untuk menarik audiens yang lebih muda.

Pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja menjadi perhatian yang signifikan didukung oleh temuan penelitian. Penelitian telah menunjukkan bahwa paparan iklan rokok dapat menyebabkan remaja menganggap merokok sebagai cara untuk mencapai popularitas, kecanggihan, daya tarik, atau ketangguhan. Penelitian longitudinal secara konsisten menunjukkan korelasi antara paparan iklan tembakau dan kemungkinan remaja terlibat dalam perilaku merokok. Hal ini menyoroti dampak kuat iklan terhadap pembentukan sikap remaja terhadap rokok.

Taktik pemasaran yang menyasar remaja berperan penting dalam melanggengkan perilaku merokok remaja. Konten tembakau, termasuk materi promosi bermerek dan informasi yang salah tentang tembakau dan nikotin, banyak terdapat di platform media sosial (Truth Initiative., 2023). Perusahaan secara strategis memasarkan produk mereka untuk menarik remaja, menyadari potensi peningkatan penjualan dan keuntungan dengan menargetkan demografi ini. Taktik ini berkontribusi dalam menormalisasi

perilaku merokok di kalangan generasi muda dan menumbuhkan budaya di mana merokok dianggap sebagai hal yang dapat diterima.

Pengaruh teman sebaya merupakan faktor penting dalam perilaku merokok remaja, yang seringkali dipicu oleh paparan iklan rokok. Tekanan teman sebaya memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan remaja untuk bereksperimen dengan tembakau dan kesediaan mereka untuk terus merokok (Leshargie, C. T. *et al.*, 2019). Penelitian telah menekankan dampak pengaruh teman sebaya dan peningkatan status yang dirasakan terkait dengan merokok di kalangan remaja. Memahami dinamika pengaruh teman sebaya sangat penting dalam mengatasi dan memerangi perilaku merokok remaja.

Upaya mengatur dan membatasi iklan rokok sangat penting dalam membatasi pengaruh pemasaran terhadap perilaku merokok remaja. Yurisdiksi telah menerapkan peraturan untuk membatasi iklan rokok, dengan menekankan perlunya menghindari penerapan larangan yang memengaruhi konten iklan dan promosi. Meskipun pemerintah negara bagian dan lokal mempunyai wewenang untuk membatasi iklan tembakau, setiap tindakan peraturan harus mematuhi kerangka hukum untuk memastikan efektivitasnya (Public Health Law Center., 2022). Tindakan regulasi sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang menghambat promosi merokok kepada remaja.

Risiko kesehatan yang terkait dengan kebiasaan merokok di kalangan remaja merupakan kekhawatiran penting yang melampaui dampak langsung terhadap kesehatan pernapasan dan kardiovaskular seseorang. Dalam studi kohort terhadap remaja, temuan mengungkapkan korelasi antara perilaku merokok dan peningkatan risiko penggunaan ganja dan zat terlarang lainnya di masa depan. Hal ini menyoroti sifat saling berhubungan dari penggunaan narkoba di kalangan remaja dan menggarisbawahi perlunya mengatasi perilaku merokok sebagai pemicu potensi penyalahgunaan narkoba lebih lanjut. Selain itu, sebuah laporan komprehensif menekankan dampak buruk merokok pada kaum muda, khususnya yang berkaitan dengan kesehatan pernapasan dan kardiovaskular mereka. Memahami risiko kesehatan ini sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang efektif untuk memerangi perilaku merokok remaja dan konsekuensi yang terkait.

Faktor psikologis mempunyai peranan yang cukup besar dalam memengaruhi perilaku merokok remaja, dengan berbagai variabel yang turut memengaruhi keputusan remaja untuk merokok. Merokok remaja telah dikaitkan dengan faktor-faktor seperti usia, etnis, struktur keluarga, status sosial ekonomi orang tua, pendapatan pribadi, dan perilaku merokok orang tua. Selain itu, penelitian telah mengidentifikasi efikasi diri sebagai faktor pelindung terhadap perilaku merokok di kalangan remaja, menekankan pentingnya keyakinan dan keyakinan individu dalam menolak godaan merokok (Lin, M. *et al.*, 2023). Dengan mengatasi faktor-faktor psikologis ini, intervensi dapat disesuaikan untuk menargetkan kerentanan tertentu dan mendorong pilihan yang lebih sehat di kalangan remaja.

Norma budaya dan masyarakat seputar merokok mempunyai dampak besar dalam membentuk sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan tembakau. Di berbagai budaya yang berbeda, merokok sering kali terkait dengan praktik dan tradisi budaya, sehingga memengaruhi persepsi dan penerimaan terhadap perilaku merokok. Misalnya, di Tiongkok, rokok biasanya diberikan sebagai hadiah kepada tamu, yang mencerminkan signifikansi budaya dan norma sosial yang terkait dengan merokok. Norma-norma yang tertanam kuat ini berkontribusi pada normalisasi perilaku merokok dan menghadirkan tantangan dalam mengubah sikap masyarakat terhadap penggunaan tembakau. Meskipun penelitian terbatas telah mengeksplorasi hubungan langsung antara norma budaya dan perilaku merokok, memahami pengaruh ini sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang sensitif secara budaya untuk mengatasi perilaku merokok remaja.

Studi kasus yang meneliti hubungan antara remaja yang merokok dan iklan rokok secara konsisten menunjukkan korelasi antara peningkatan paparan terhadap upaya pemasaran dan tingginya tingkat remaja yang merokok. Penelitian DiFranza dkk. menyoroti hubungan antara meningkatnya paparan iklan rokok dan taktik pemasaran dengan peningkatan angka remaja merokok. Hal ini menekankan perlunya intervensi yang ditargetkan untuk melawan pengaruh iklan terhadap generasi muda dan mengurangi prevalensi merokok di kalangan remaja. Dengan mengkaji skenario dunia nyata dan dampak iklan terhadap perilaku merokok, pembuat kebijakan dan profesional kesehatan dapat

menyusun strategi yang lebih baik untuk mengambil tindakan yang efektif untuk mengatasi masalah ini.

Program dan intervensi pendidikan memainkan peran penting dalam memitigasi dampak iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja. Penelitian telah menunjukkan bahwa kampanye pendidikan mempunyai potensi untuk mendorong penghentian merokok di kalangan orang dewasa dan mengurangi tingkat merokok secara keseluruhan. Dengan menyebarkan informasi mengenai risiko yang terkait dengan merokok dan membekali individu dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menolak penggunaan tembakau, inisiatif pendidikan dapat menjadi alat yang ampuh dalam melawan pengaruh iklan terhadap remaja. Meningkatkan akses terhadap program pendidikan, khususnya di daerah pedesaan di mana prevalensi merokok mungkin lebih tinggi, sangat penting dalam mencegah mulai merokok dan mendorong perilaku sehat di kalangan remaja (Guo, S. E. *et al.*, 2022).

Tren masa depan dalam iklan rokok dan perilaku merokok remaja merupakan pertimbangan penting dalam memahami perkembangan promosi tembakau dan dampaknya terhadap generasi muda. Penelitian longitudinal secara konsisten menunjukkan bahwa paparan iklan dan promosi tembakau dikaitkan dengan kemungkinan remaja akan mulai merokok. Ketika strategi periklanan terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, penting untuk mengantisipasi potensi dampak terhadap tingkat merokok remaja. Kesimpulan yang diambil dari penelitian menunjukkan bahwa iklan rokok elektrik mungkin memainkan peran penting dalam membujuk remaja berisiko tinggi untuk menggunakan nikotin dan produk tembakau (Pike, J. R. *et al.*, 2019). Memperluas upaya regulasi untuk mencakup produk tembakau baru dan platform periklanan digital sangat penting dalam menjaga kesehatan dan kesejahteraan remaja.

Perspektif global mengenai iklan rokok dan kebiasaan merokok remaja memberikan wawasan tentang beragam pendekatan dan tantangan yang dihadapi di berbagai wilayah. Studi yang menilai perilaku merokok individu dan paparan iklan, penerimaan, atau sikap terhadap tembakau memberikan data berharga untuk memahami dampak upaya pemasaran pada remaja. Untuk menerapkan inisiatif seperti Inisiatif Sekolah Bebas

Rokok dengan lebih baik, mengkaji faktor protektif dan risiko untuk berbagai perilaku merokok sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi kebutuhan unik dari beragam populasi (Lin, M. *et al.*, 2023). Dengan mempertimbangkan perspektif global, pembuat kebijakan dapat menyesuaikan strategi untuk memerangi remaja yang merokok dengan cara yang sensitif dan efektif secara budaya.

Rekomendasi untuk mengatasi hubungan antara merokok remaja dan iklan rokok mencakup pendekatan multifaset yang menggabungkan langkah-langkah regulasi, kampanye pendidikan, dan intervensi masyarakat. Studi longitudinal secara konsisten menunjukkan bahwa paparan iklan dan promosi tembakau berhubungan dengan kemungkinan remaja akan terlibat dalam perilaku merokok. Untuk melindungi generasi muda dari bahaya rokok elektronik dan produk tembakau tradisional, tindakan seperti memasukkan rokok elektronik ke dalam kebijakan udara dalam ruangan bebas asap rokok dan membatasi akses remaja terhadap produk tembakau sangat penting dalam mencegah inisiasi merokok pada remaja. Dengan menerapkan strategi komprehensif yang menargetkan sisi penawaran dan permintaan penggunaan tembakau, para pemangku kepentingan dapat berupaya mengurangi prevalensi merokok di kalangan remaja dan memitigasi pengaruh iklan terhadap kaum muda.

Kesimpulannya, hubungan antara iklan rokok dan perilaku merokok remaja merupakan isu multifaset yang memerlukan pendekatan komprehensif. Dari menelusuri sejarah periklanan rokok hingga mengkaji pengaruh taktik pemasaran terhadap remaja, terbukti bahwa upaya promosi memainkan peran penting dalam membentuk sikap remaja terhadap rokok. Upaya regulasi, risiko kesehatan yang terkait dengan remaja yang merokok, faktor psikologis, norma budaya, studi kasus, program pendidikan, tren masa depan, perspektif global, dan rekomendasi semuanya berkontribusi pada pemahaman kita tentang hubungan yang kompleks ini. Dengan mengatasi keterkaitan antara iklan dan kebiasaan merokok remaja melalui intervensi yang ditargetkan dan tindakan regulasi, kita dapat berupaya menciptakan lingkungan yang lebih sehat bagi generasi muda dan mengurangi prevalensi merokok di kalangan remaja.

BAB IV

DAMPAK PERILAKU MEROKOK TERHADAP KEHIDUPAN REMAJA

Dua dampak perilaku merokok adalah aspek positif dan negatifnya. Dampak positifnya adalah merokok mempunyai manfaat kecil terhadap kesehatan (Ogden, 2000). Graham dalam Ogden (2000) menyebutkan bahwa perokok dapat meningkatkan *mood* positif dan memudahkan melewati situasi sulit. Smet (1994) menyampaikan bahwa manfaat merokok (terutama bagi perokok) adalah mengurangi stres, membantu fokus, menerima dukungan sosial, dan bersenang-senang.

Menurut Ogden, 2000 bahwa dampak negatif dari merokok sangat banyak dan signifikan. Merokok tidak menyebabkan suatu penyakit, tetapi dapat menimbulkan penyakit serupa sehingga boleh dikatakan bahwa merokok tidak menyebabkan kematian, tetapi justru dapat mendorong berkembangnya penyakit yang dapat mengakibatkan kematian. Berbagai jenis penyakit yang diakibatkan oleh rokok diawali dari penyakit kepala, disusul penyakit pada telapak kaki, antara lain (Sitepoe, 2000) penyakit kardiovaskular, kanker, gangguan pernafasan, peningkatan tekanan darah, pemendekan umur, penurunan kesuburan (kesuburan), mengalami penurunan gairah seksual, sakit maag, penyakit gondok, masalah pembuluh darah, gangguan keluaran urine, ambliopia (kurang penglihatan), kulit kering, pucat dan keriput, serta polusi udara dalam ruangan (yang menyebabkan mata, hidung, dan tenggorokan menjadi iritasi).

Selama lebih dari 30 tahun, para penulis dari industri tembakau di Amerika Serikat biasanya menggunakan model untuk menciptakan kecanduan pada perokok. Mereka melakukan hal ini dengan mengembangkan strategi pemasaran yang berbeda untuk mencoba menggerakkan individu dari proses tersebut (US Dept of Health and

Human Services (2000) dalam Ling & Glantz, 2002). Misalnya, pada tahun 1973, Reynold, R.J menciptakan strategi *Claude Teague* yang menggambarkan peningkatan jumlah perokok di kalangan anak muda. Tahapannya dimulai dari tahap *pre smoker* (perokok pemula) dan berlanjut ke tahap *learner* (pembelajar), hingga akhirnya menjadi *confirmed smoker* (perokok sejati). Masing-masing tahapan tersebut mempunyai efek yang berbeda-beda berdasarkan kelompok perokoknya. Efek rokok pada pemula dan pelajar biasanya lebih bersifat psikologis, termasuk identifikasi kelompok, yang mengurangi stres dan kebosanan, meningkatkan citra diri, dan eksperimen. Hal ini diilustrasikan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Dampak dari rokok

Dampak rokok	Kelompok perokok		
	Perokok pemula	Perokok pembelajar	Perokok sejati
I. Secara fisik			
A. Respons nikotin	0	--	+++
B. Efek sensori			
1. Iritasi - kekerasan	0	---	-
2. Rasa/bau	+	-	+
3. Rasa di mulut (kering, kecut, dll.)	0	--	-
4. <i>Visual-pack</i> (atribut merokok)	0	+	++
II. Dampak psikologi			
A. Identifikasi kelompok (partisipasi, berbagi, penyesuaian, dll.)	+++	+++	0
B. Stres dan penghilang kebosanan (menghabiskan waktu, interupsi, jembatan yang menghubungkan situasi, sesuatu yang dapat dilakukan, dll.)	+	++	+++
C. Peningkatan citra diri (lebih dihargai, berani,	++	+++	-

Dampak rokok	Kelompok perokok		
	Perokok pemula	Perokok pembelajar	Perokok sejati
canggih, bebas memilih, dewasa, dll.) D. Eksperimen (mencoba hal baru, coba-coba, dll.)	+++	+++	0
+ = positif 0 = tidak ada - = negatif			

Sumber: Reynold (1973) *cit.* Ling & Glantz, 2002)

Merokok di kalangan remaja terus menjadi masalah kesehatan masyarakat yang signifikan dengan dampak luas terhadap kesejahteraan fisik, mental, dan sosial. Dampak buruk merokok terhadap populasi rentan ini sudah terdokumentasi dengan baik dan memerlukan pemeriksaan menyeluruh. Risiko kesehatan yang terkait dengan merokok pada remaja sangat besar dan beragam. Bukti menunjukkan bahwa remaja yang terpapar asap tembakau mempunyai risiko tinggi mengalami masalah pernapasan seperti batuk, mengi, dan infeksi saluran pernapasan akut. Selain itu, merokok juga dikaitkan dengan berbagai penyakit kardiovaskular, berkontribusi terhadap timbulnya aterosklerosis dini yang dapat dimulai pada masa remaja dan dewasa muda (Gallucci, G. *et al.*, 2020). Selain itu, hubungan antara merokok dan depresi telah diketahui dengan baik, menyoroti interaksi yang kompleks antara kesehatan mental dan perilaku merokok.

Pengaruh merokok terhadap kesehatan fisik remaja sangat besar dan luas. Merokok telah diidentifikasi sebagai penyebab utama penyakit paru obstruktif kronik (PPOK) dan kondisi pernapasan kronis pada orang dewasa, dengan risiko serupa juga terjadi pada perokok remaja (Rico-Martín, S. *et al.*, 2019). Selain itu, merokok membahayakan pertahanan sistem pernapasan, membuat remaja lebih rentan terhadap infeksi bakteri dan virus. Khususnya, kebiasaan merokok pada remaja dapat menjadi pintu gerbang terhadap masalah penyalahgunaan zat lain dan

menyebabkan berbagai masalah kesehatan, termasuk infeksi saluran pernapasan atas yang berulang.

Merokok dapat berdampak signifikan terhadap kesehatan mental dan perilaku remaja. Penelitian telah menunjukkan bahwa merokok dikaitkan dengan gejala kecemasan, depresi, dan kinerja akademis yang buruk pada individu muda (Slomp, F. M. *et al.*, 2019). Selain itu, permulaan merokok sering terjadi pada masa remaja dan dapat mempunyai implikasi jangka panjang terhadap mortalitas dan morbiditas secara global. Dampak besar dari merokok terhadap metabolisme obat-obatan psikiatrik semakin memperumit perjalanan gangguan kejiwaan pada remaja perokok.

Tekanan teman sebaya memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku merokok remaja. Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya merupakan faktor kunci yang mendorong eksperimen merokok di kalangan remaja. Remaja sangat rentan terhadap tekanan sosial dan pengaruh teman sebayanya, yang secara signifikan dapat membentuk sikap mereka terhadap penggunaan tembakau (Leshargie, C. T. *et al.*, 2019). Persepsi bahwa merokok adalah norma sosial atau sarana untuk menyesuaikan diri dengan teman sebaya dapat semakin memperburuk prevalensi merokok di kalangan remaja (Leshargie, C. T. *et al.*, 2019).

Faktor sosial ekonomi juga berperan penting dalam berkontribusi terhadap pola merokok remaja. Penelitian telah menunjukkan hubungan yang jelas antara status sosial ekonomi orang tua dan perilaku merokok remaja. Selain itu, strategi pemasaran yang menggambarkan merokok sebagai sesuatu yang diinginkan atau keren dapat memengaruhi persepsi remaja terhadap penggunaan tembakau (Lin, M. *et al.* 2023). Status sosial ekonomi yang lebih rendah, kurangnya pendidikan, dan kesenjangan pendapatan juga telah diidentifikasi sebagai faktor yang meningkatkan kemungkinan penggunaan tembakau di kalangan remaja.

Strategi pencegahan dan intervensi memainkan peran penting dalam mengatasi perilaku merokok remaja. Sekolah dan komunitas telah diidentifikasi sebagai tempat utama untuk menerapkan intervensi yang efektif untuk mengurangi tingkat merokok di kalangan remaja. Program berbasis sekolah yang berfokus pada pencegahan telah menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam membatasi inisiasi merokok dan mendorong

penghentian merokok di kalangan siswa, dengan menekankan pentingnya intervensi dini. Intervensi konseling yang disesuaikan dengan perokok remaja juga telah menunjukkan efektivitas dalam mendukung upaya berhenti merokok dan mengatasi faktor-faktor mendasar yang mendorong penggunaan tembakau.

Upaya promosi dan advokasi kesehatan yang menasar remaja perokok sangat penting dalam menciptakan generasi bebas tembakau. Berbagai metode seperti perpajakan atas produk tembakau, kampanye media massa, inisiatif pendidikan sebaya, mobilisasi komunitas, dan intervensi motivasi telah digunakan untuk memerangi remaja yang merokok. Program masyarakat luas yang mengatasi faktor-faktor penentu sosial dari perilaku merokok telah menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam mengurangi prevalensi penggunaan tembakau di kalangan remaja, dengan menekankan peran pengaruh lingkungan dalam membentuk kebiasaan merokok. Evaluasi intervensi promosi kesehatan sangat penting untuk menilai efektivitasnya dalam mencegah dan mengurangi angka merokok remaja.

Konsekuensi jangka panjang dari merokok pada remaja menggarisbawahi pentingnya intervensi dini dan upaya pencegahan. Inisiatif pencegahan merokok pada masa remaja berpotensi memperpanjang usia harapan hidup, meningkatkan kualitas hidup, dan mengurangi beban penyakit terkait rokok di masa depan. Paparan tembakau pada awal kehidupan dikaitkan dengan peningkatan morbiditas dan mortalitas pada anak-anak secara global, hal ini menyoroti dampak luas dari merokok terhadap hasil kesehatan jangka panjang (Nazir, M. A. *et al.*, 2019). Efek jangka panjang dari nikotin dan asap rokok menekankan perlunya profesional kesehatan untuk memprioritaskan strategi pencegahan dan penghentian merokok pada populasi remaja.

Temuan penelitian mengenai perilaku merokok remaja memberikan wawasan berharga mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan tembakau di kalangan remaja. Konteks sosial, termasuk teladan dan norma sosial terkait merokok, berperan penting dalam membentuk perilaku merokok remaja (Lin, M. *et al.*, 2023). Penelitian telah menunjukkan bahwa bereksperimen dengan merokok selama masa remaja secara signifikan meningkatkan kemungkinan melanjutkan kebiasaan merokok di

tahun-tahun berikutnya, menekankan pentingnya upaya pencegahan dini (Lin, M. *et al.*, 2023). Intervensi perilaku di layanan kesehatan primer telah menunjukkan hasil yang menjanjikan dalam meningkatkan dampak merokok pada anak-anak dan remaja, sehingga menyoroti perlunya pendekatan komprehensif untuk mengatasi perilaku merokok remaja (Carrión-Valero, F. *et al.*, 2023).

Pengaruh media sosial dan teknologi terhadap perilaku merokok remaja semakin menjadi perhatian dalam upaya kesehatan masyarakat untuk mencegah penggunaan tembakau di kalangan remaja. Paparan konten terkait tembakau di platform media sosial telah dikaitkan dengan peningkatan inisiasi dan normalisasi perilaku penggunaan tembakau di kalangan remaja (Donaldson, S. I. *et al.*, 2022). Selain itu, menonjolnya rokok elektronik dalam konten media sosial telah dikaitkan dengan tingkat penggunaan rokok elektronik yang lebih tinggi di kalangan generasi muda, sehingga menyoroti perlunya intervensi yang ditargetkan dalam ruang digital (Vassey, J. *et al.*, 2022). Pendekatan inovatif seperti produksi bersama video anti-rokok di platform media sosial telah menunjukkan potensi dalam memberdayakan remaja untuk menolak godaan merokok dan membuat pilihan yang tepat mengenai penggunaan tembakau (Park, E., & Chang, Y. P., 2020).

Kesenjangan dalam tingkat remaja yang merokok di antara kelompok populasi yang berbeda menunjukkan perlunya intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi beragamnya prevalensi penggunaan tembakau. Perbedaan dampak penggunaan tembakau di antara kelompok ras/etnis dikaitkan dengan teori Pengembalian yang Diminished dari Kaum Minoritas (Minorities' Diminished Returns), yang menyatakan bahwa ras dan etnis minoritas mungkin memperoleh manfaat kesehatan yang lebih rendah dari sumber daya sosio-ekonomi seperti pendidikan dan pendapatan, sehingga menyebabkan disparitas dalam hasil kesehatan. (Nguyen-Grozavu, F. T. *et al.*, 2020). Teori ini menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor penentu kesehatan yang lebih luas ketika merancang intervensi untuk mengurangi tingkat merokok di kalangan remaja minoritas. Selain itu, intervensi berhenti merokok yang disesuaikan dengan budaya mungkin tidak selalu mengarah pada peningkatan angka berhenti merokok di kalangan populasi minoritas, yang

menunjukkan kompleksitas dalam mengatasi kesenjangan merokok di berbagai kelompok.

Perspektif global mengenai kebiasaan merokok remaja memberikan wawasan berharga mengenai prevalensi dan pola penggunaan tembakau di kalangan remaja di seluruh dunia. Prevalensi penggunaan tembakau tertinggi pada remaja pria dan wanita ditemukan di negara-negara berpenghasilan tinggi, yang mencerminkan pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap perilaku merokok. Memahami perbedaan prevalensi merokok menurut karakteristik umum, perilaku berisiko kesehatan, dan kesehatan mental di kalangan remaja multikultural sangat penting untuk mengembangkan strategi pencegahan merokok yang sensitif secara budaya (Park, J. H. *et al.*, 2022). Dengan mengevaluasi data global mengenai penggunaan tembakau selama masa remaja dan mendiskusikan komplikasi mulut yang umum terkait dengan merokok, para peneliti dan pembuat kebijakan dapat memberikan informasi yang lebih baik mengenai intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi beban global dari merokok pada remaja.

Arah masa depan dalam penelitian dan kebijakan untuk mengatasi remaja yang merokok harus fokus pada mengatasi tantangan dalam pengembangan intervensi dan penelitian dalam penghentian merokok remaja. Tantangan yang terdokumentasi dengan baik telah menghambat kemajuan dalam mengurangi angka merokok di kalangan remaja, sehingga menekankan perlunya pendekatan inovatif untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat ini. Mengatasi kesenjangan pengetahuan mengenai efektivitas penyediaan informasi ekstensif mengenai konsekuensi kesehatan terkait merokok untuk mengurangi prevalensi merokok pada remaja dapat memandu upaya intervensi dan pengembangan kebijakan di masa depan (Carrión-Valero, F. *et al.*, 2023). Dengan memprioritaskan penelitian mengenai strategi penghentian tembakau yang efektif, meningkatkan kolaborasi antara peneliti dan pembuat kebijakan, dan memasukkan bukti-bukti terbaru ke dalam kebijakan pengendalian tembakau, kemajuan dapat dicapai dalam mencapai generasi remaja bebas tembakau.

BAB V

UPAYA *PUBLIC HEALTH* DALAM MENGURANGI INISIASI MEROKOK REMAJA

Amerika Serikat dan banyak negara lain telah mendedikasikan dukungan pada khalayak untuk mencegah remaja merokok. Dari upaya yang dilakukan, terdapat empat strategi utama, yakni 1) melakukan kampanye tandingan (kampanye anti rokok) terhadap iklan rokok, misalnya kampanye anti rokok melalui media; 2) peningkatan harga rokok melalui kenaikan pajak; 3) peningkatan penguatan peraturan dan undang-undang yang melarang penjualan rokok kepada anak-anak dan remaja; dan 4) pencegahan merokok melalui sekolah, misalnya penerapan dan peningkatan kebijakan mengenai kawasan bebas rokok di sekolah, kurikulum anti rokok di sekolah, dan peran guru dalam kampanye anti rokok (Pierce *et al.* dalam Boyle *et al.*, 2004).²

Badan kesehatan dunia (WHO) dalam *Framework Convention on Tobacco Control (FCTC)* juga menguraikan peraturan yang diperlukan untuk mengendalikan masalah terkait tembakau (World Health Organization, 2010). Kerangka aktivitas ini telah diadopsi seluruh negara anggota WHO sebanyak 192 negara dalam sidang WHA (*World Health Assembly*) pada Mei 2003. Persetujuan ini dicapai setelah para anggota WHO mendedikasikan beberapa tahun untuk merundingkan hal tersebut. FCTC adalah strategi kesehatan masyarakat di seluruh dunia yang memfasilitasi pengembangan program pengendalian tembakau nasional untuk negara-negara anggota. FCTC secara efektif telah menjadi perjanjian internasional mengenai pengendalian tembakau, tetapi Indonesia belum meratifikasinya (Achadi, 2008).

FCTC merangkum langkah-langkah utama yang diambil untuk mengurangi penggunaan tembakau dengan mengurangi permintaan (*demand*) dan pasokan. Mengurangi permintaan tembakau dapat dicapai melalui berbagai upaya, yakni 1) pengendalian harga dan pajak; 2) pengendalian atau penghentian periklanan, *sponsorship*, dan promosi; 3) pelabelan pada kemasan rokok yang memuat informasi kesehatan dan tidak disalahartikan; 4) mengatur udara atau mencegah paparan asap rokok; 5) pengaturan dan pengungkapan kandungan produk tembakau; 6) komunikasi, pelatihan, dan penyadaran masyarakat; serta 7) upaya untuk mengurangi kecanduan dan menghilangkan perilaku merokok.

Mengurangi pasokan tembakau dilakukan melalui berbagai upaya, termasuk upaya yang berkaitan dengan 1) perdagangan ilegal atau penyelundupan tembakau; 2) penjualan tembakau kepada dan oleh anak di bawah umur; 3) mengejar upaya ekonomi alternatif. Selain pasal-pasal yang menjelaskan strategi pengurangan *demand* dan *supply*, FCTC juga membahas perlindungan lingkungan, tanggung jawab, kerja sama, pertukaran kegiatan keilmuan, pembentukan konvensi, sumber daya keuangan, pengelolaan perbedaan pendapat, dan pengembangan protokol (World Health Organization, 2010).

5 Pengendalian rokok di Indonesia terutama yang dilakukan melalui Peraturan Pemerintah dan Peraturan Daerah. Selain itu, ada juga aturan dari eksekutif, seperti Instruksi Menteri atau Kepala Badan atau Peraturan Gubernur. Bentuk utama peraturan yang khusus mengatur pengendalian rokok adalah Peraturan Pemerintah (PP) yang disebut PP Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan. PP ini berupaya mencegah berkembangnya penyakit yang diakibatkan oleh rokok pada individu dan masyarakat (Achadi, 2008). Hal ini dilakukan dengan cara, yaitu 1) mencegah masyarakat sakit akibat kebiasaan merokok, 2) mencegah masyarakat terpapar bahaya rokok, dan 3) meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak merokok bagi kesehatan (PP No 19, 2003).⁷

Pembangunan kesehatan sebagai salah satu upaya pembangunan nasional diarahkan guna tercapainya kesadaran, kemauan, dan kemampuan untuk hidup sehat bagi setiap penduduk sehingga dapat mewujudkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya.

2 Pencegahan penggunaan tembakau pada remaja merupakan hal yang sangat penting untuk mengakhiri epidemi tembakau di dunia. Saat ini, dialog tentang pencegahan merokok pada remaja telah menyarankan bahwa pendekatan level makro dapat efektif dalam mengurangi prevalensi penggunaan tembakau pada remaja (Backinger *et al.*, 2003). Misalnya, menghalangi kampanye *marketing* rokok, meningkatkan pajak rokok, dan memperkuat kebijakan pengendalian tembakau telah berhasil dan terbukti sebagai strategi untuk pencegahan dan pengurangan penggunaan tembakau (Backinger *et al.*, 2003).

Gencarnya iklan, promosi, dan sponsor rokok berdampak pada semakin meningkatnya prevalensi merokok pada anak-anak dan remaja. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa iklan, promosi, dan sponsor rokok menimbulkan keinginan anak-anak untuk mulai merokok, mendorong anak-anak perokok untuk terus merokok dan mendorong anak-anak yang telah berhenti merokok untuk kembali merokok.

Masyarakat berhak mendapatkan informasi dan peringatan yang jelas dan benar atas dampak yang ditimbulkan akibat merokok. Walaupun lebih dari 90% masyarakat pernah membaca peringatan kesehatan berbentuk tulisan di bungkus rokok, hampir separuhnya tidak percaya dan 26% tidak termotivasi berhenti merokok. Studi di berbagai negara membuktikan peringatan tertulis yang disertai gambar lebih efektif daripada hanya berbentuk tulisan saja. Oleh karena itu, pesan kesehatan pada kemasan rokok wajib dicantumkan dalam bentuk gambar dan tulisan untuk meningkatkan kesadaran perokok dan bukan perokok akan bahayanya merokok bagi kesehatan. Agar efektif, peringatan kesehatan harus mudah dilihat, relevan dan mudah diingat serta menggambarkan aspek yang perlu diketahui oleh setiap orang.

Pengamanan Produk Tembakau bagi kesehatan perlu dilaksanakan dengan pemberian informasi tentang kandungan kadar nikotin, tar yang ada pada setiap batang rokok, walaupun kadar berapa pun tidak aman dikonsumsi. Pencantuman peringatan kesehatan pada kemasan produk tembakau berupa gambar dan tulisan, pengaturan produksi dan penjualan produk tembakau, persyaratan periklanan, promosi dan sponsor produk tembakau serta prinsip penerapan Kawasan Tanpa Rokok (Kemenhumham, 2012).

7

Dalam rangka memenuhi akses ketersediaan informasi dan edukasi kesehatan masyarakat, Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyelenggarakan iklan layanan masyarakat mengenai bahaya menggunakan Produk Tembakau. Pemerintah melakukan pengendalian Promosi Produk Tembakau melalui: a) tidak memberikan secara cuma-cuma, potongan harga, hadiah Produk Tembakau, atau produk lainnya yang dikaitkan dengan Produk Tembakau; b) tidak menggunakan logo dan/atau merek Produk Tembakau pada produk atau barang bukan Produk Tembakau; dan c) tidak menggunakan logo dan/atau merek Produk Tembakau pada suatu kegiatan lembaga (Kemenhumham, 2012).

Selain itu, untuk pengamanan bahan yang mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau bagi kesehatan, Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib mewujudkan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) yang mencakup: a) fasilitas pelayanan kesehatan; b) tempat proses belajar mengajar; c) tempat anak bermain; d) tempat ibadah; e) angkutan umum; f) tempat kerja; dan g) tempat umum (Kemenhumham, 2009).

Lebih jauh, World Health Organization (WHO) sebagai salah satu badan kesehatan dunia menyarankan langkah-langkah pengendalian tembakau dan kematian yang disebabkan oleh tembakau dengan strategi mpower. Mpower merupakan inisial dari enam strategi yang disarankan oleh WHO, yaitu: 1) monitor penggunaan tembakau dan pencegahannya, 2) perlindungan terhadap asap rokok, asap rokok tidak hanya berbahaya bagi orang yang menghisap rokok tetapi juga orang di sekitarnya; 3) optimalkan dukungan untuk berhenti merokok, bantuan yang dapat diberikan berupa pelayanan konsultasi berhenti merokok yang terintegrasi dengan pelayanan kesehatan primer; 4) waspadakan masyarakat akan bahaya tembakau, seperti memberi pemahaman akan bahaya rokok bagi perokok dan bukan perokok, mengubah *image* tentang tembakau, dan peringatan pada bungkus rokok; 5) eliminasi iklan, promosi dan sponsor terkait tembakau; dan 6) raih kenaikan cukai tembakau (World Health Organization, 2008).

Sementara itu, menurut Golechha (2016) strategi promosi kesehatan untuk pencegahan dan berhenti perilaku merokok meliputi tiga pendekatan, yaitu: 1) melalui *mass public* seperti *social marketing*, intervensi media massa; 2) melalui individu seperti *motivational*

intervening, peer education; dan 3) melalui pendekatan masyarakat, yaitu mobilisasi masyarakat, dan perubahan lingkungan melalui advokasi media dan intervensi berdasarkan *setting*. Pendekatan masyarakat terbukti paling efektif dalam pencegahan dan pengendalian perilaku. Melibatkan masyarakat dan berbagai *stakeholder* merupakan cara pengembangan yang efektif dan menjamin keberlanjutan kemitraan dalam promosi kesehatan (Golechha, 2016).

BAB VI

MARAKNYA IKLAN ROKOK DAN BERKEMBANGNYA PERILAKU MEROKOK

A. Pemasaran Sosial

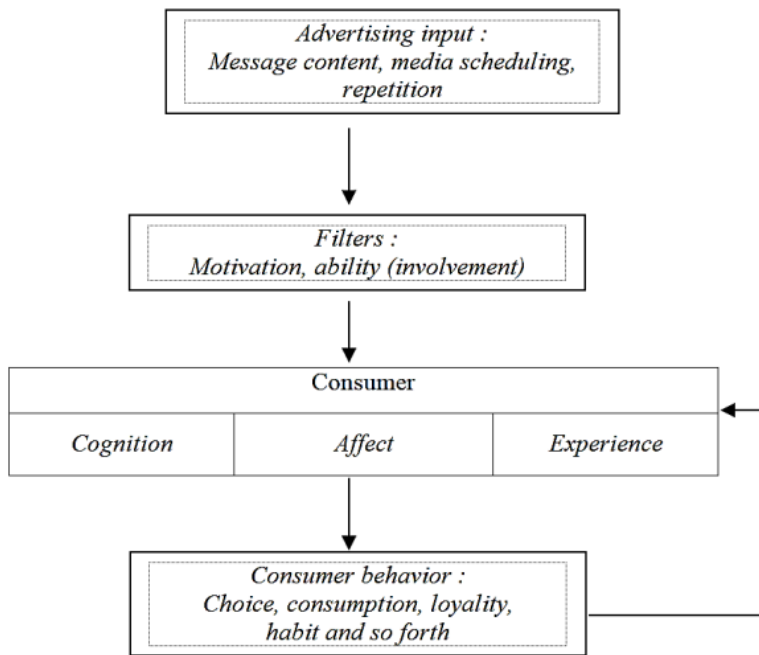
Dignan & Carr (1992) mengungkapkan pemasaran sosial sebagai pemanfaatan prinsip dan strategi pemasaran untuk meningkatkan efektivitas rancangan program dan menyebabkan perubahan sosial. Secara khusus, pemasaran sosial adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan program pemasaran sosial untuk meningkatkan popularitas konsep sosial di kalangan audiens yang dituju. Maksud dari program ini adalah untuk mempromosikan gaya hidup sehat atau mengubah cara mereka berperilaku. Sementara itu, Simons-Morton *et al.* (1995) menyatakan bahwa pemasaran sosial adalah kombinasi cara perubahan sosial dan pemasaran produk. Pemasaran sosial berkaitan dengan mempromosikan ide atau tradisi pada masyarakat yang ingin dicapai (Kotler (1982) dalam Morton *et al.*, 1995). Pemasaran sosial menggunakan media untuk mempromosikan produk, konsep dan sikap, memanfaatkan strategi pemasaran untuk menyosialisasikan berbagai hal. Pemasaran sosial didasarkan pada anggapan bahwa target generalisasi memiliki karakteristik sosio-ekonomi dan geografis yang berbeda untuk memiliki opini dan perilaku unik mengenai produk berdasarkan pengalaman. Selain itu, pemasaran sosial harus menghasilkan produk yang menarik dan efisien dalam hal layanan atau ide dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran, misalnya uang, waktu dan tenaga, mereka yang mempunyai nilai akan mengadopsi produk atau membelinya. Misalnya, apabila maksud iklan rokok adalah untuk membuatnya semenarik mungkin

sesuai dengan sifat sasarannya maka produk tersebut dapat dibeli atau diadopsi oleh sasarannya.

Proses pemasaran terdiri atas 4P, yaitu produk, promosi, *place*, dan *price*. Dalam promosi kesehatan, produk adalah programnya, dan strategi promosi adalah cara untuk membuat program tersebut dikenali dan menarik bagi khalayak yang dituju (program harus terlihat dan menarik). *Place* berkaitan dengan sejauh mana sasaran dan logistik program dipahami. *Price* merupakan pengeluaran yang harus dikeluarkan masyarakat untuk suatu program, misalnya uang, waktu, dan tenaga. Program akan diapresiasi oleh khalayak yang dituju apabila terdapat gambaran spesifik mengenai kelebihan dan kekurangan program (Dignan & Carr, 1992). Pemasar komersial, seperti halnya iklan rokok, sangat terlibat dalam semua aspek pemasaran. Ketika produk baru dirilis, pemasar berupaya meningkatkan jumlah titik penjualan dengan menawarkan diskon atau promosi lainnya (Simons-Morton *et al.*, 1995).

Prinsip pemasaran sosial digunakan oleh pemasar untuk mencapai kesuksesan dalam produk. Artinya, iklan produk harus dibuat lebih menarik (*attractive*) dan mudah diakses (*available*) sehingga mudah diterima di pasar. Selain itu, Vakratsas & Ambler (1999) mengusulkan strategi periklanan sederhana untuk memengaruhi sasaran yang dituju. Periklanan pada umumnya menawarkan kesempatan kepada suatu merek untuk berkomunikasi melalui media yang memiliki pesan yang berulang-ulang, hal ini akan menimbulkan tanggapan dari sasaran yang dituju (Singh & Cole (1993) dalam Vakratsas & Ambler, 1999). Jenis respons terhadap iklan yang bersifat perantara ini menyiratkan bahwa iklan tersebut harus menyebabkan kondisi mental targetnya berubah, misalnya, iklan harus membuat targetnya sadar akan produk, nama atau iklannya, sebelum iklan tersebut mengubah perilaku target. Kognitif merupakan ranah pemikiran terhadap sasaran, sedangkan afeksi merupakan "*feeling*" sasaran yang diwujudkan melalui perilaku pembelian dan pemanfaatan produk. Banyak produk, terutama yang sering dibeli oleh sasaran, sangat menarik perhatian para penulis. Pada saat melakukan pembelian suatu produk, pikiran target masih sibuk dengan pembelian produk tersebut, tetapi perilakunya masih bergantung pada pikiran sadar atau tidak sadar target mengenai pembelian produk tersebut, hal ini mengakibatkan

pengalaman target ditambah dengan pengaruh *intermediate* ketiga, yaitu perilaku itu sendiri. Respons terhadap iklan dipengaruhi oleh faktor motivasi dan kemampuan memproses informasi (Cacioppo & Petty 1995, MacInnis & Jaworsky 1989 *cit.* Vakratsas & Ambler 1999) dan sikap terhadap iklan (Mackenzie Lutz and Belch (1986) dalam Vakratsas & Ambler 1999). Faktor-faktor yang berfungsi sebagai mediator dapat mengubah respons target terhadap iklan karena iklan memengaruhi perilaku target. Berikut *framework* proses bekerjanya iklan dalam memengaruhi perilaku sasaran pada Gambar 1.



Gambar 1. *A Framework for Studying How Advertising Works*
(Vakratsas & Ambler, 1999)

B. Komunikasi Persuasif

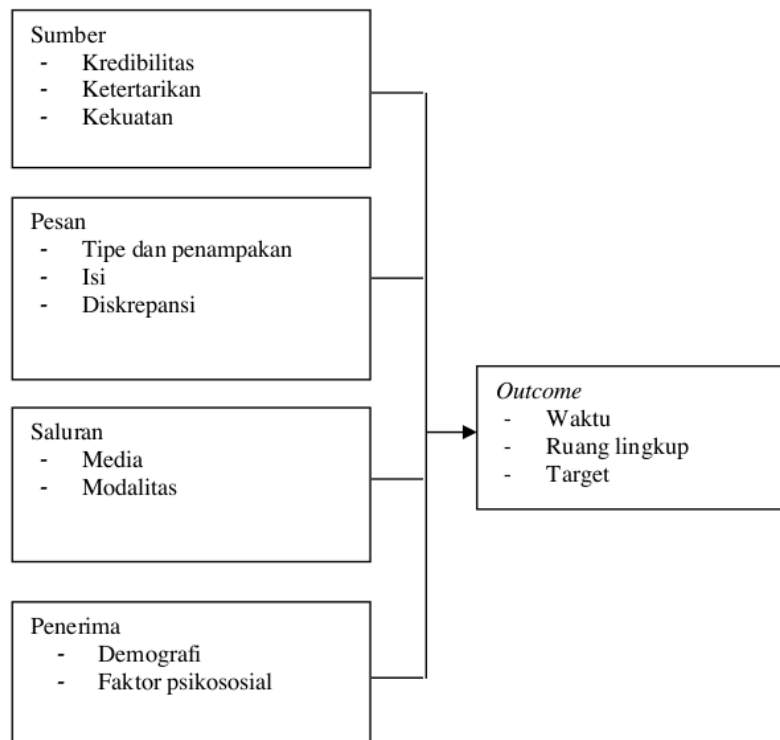
Proses penyampaian informasi dan komunikasi persuasif telah ditinjau selama beberapa dekade dan secara prinsipnya dapat digunakan

dalam skala komersial. Maksud dari komunikasi persuasif adalah untuk meyakinkan khalayak yang dituju mengenai pesan yang disampaikan. Komunikasi dikatakan berhasil jika mampu memengaruhi (memersuasi) sasaran yang dituju, bukan sekadar dipahami, pesannya diyakini, dihargai, dinilai, dan mendorong khalayak.

McGuire (1984 dalam Morton *et al.*, 1995) menguraikan lima komponen komunikasi persuasif. *Pertama*, unsur pemengaruh sumber yang mencakup kredibilitas sumber atau model, menarik tidaknya sumber dan kekuatan sumber karena semakin mudah sumber diterima oleh sasaran maka semakin efektif pesan tersebut, sumber yang berbeda mungkin efektif untuk sasaran dan pesan yang berbeda. *Kedua*, Unsur pemengaruh pesan yang mencakup jenis dan tampilan pesan, isi, dan *discrepancy*. Munculnya pesan-pesan yang didasari oleh alasan, emosi, ketakutan, *image*, dan asosiasi; pesan yang diulang-ulang dengan sedikit perubahan; dan meminimalkan perbedaan antara perilaku saat ini dan kebijakan yang ada. *Ketiga*, unsur pemengaruh saluran yang berbasis media, misalnya media komunikasi langsung, audio visual, dan interaktif serta modalitas, contohnya pandang, dengar, dan taktik. Ini semua dianggap sebagai bentuk komunikasi berbasis media. Keuangan, audiens, pesan, dan target perilaku merupakan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan saluran. *Keempat*, unsur pemengaruh penerima mencakup informasi demografis, seperti usia, jenis kelamin, ras, dan informasi psikososial, seperti pengetahuan saat ini, kepercayaan, sikap, kemampuan, keterampilan, praktik, harapan, dan lain sebagainya. Semakin pembuat program memahami ciri-ciri target, semakin besar peluang mereka untuk berkomunikasi dengan target dan mencapai tujuan mereka sehingga pesan tersebut dikenali, dipahami, dan diyakinkan akan pentingnya pesan tersebut. *Kelima*, unsur pemengaruh akhir tujuan, yaitu waktu, ruang lingkup, dan target. Beberapa tujuan komunikasi persuasif tercakup dalam tujuannya, antara lain kesadaran, pemahaman (pengetahuan), penerimaan (keyakinan), dan pengaruh (sikap). Kesadaran dan pengetahuan membutuhkan informasi yang dapat diakses dan dipahami, sedangkan kecerdasan emosional membutuhkan pesan-pesan yang memberikan efek emosional pada kita. Pesan yang efektif adalah pesan yang mempunyai tujuan tertentu.

Komunikasi persuasif adalah teori yang menjelaskan proses iklan yang memengaruhi perilaku target (Vakratsas & Ambler, 1999). Gagasannya adalah bahwa periklanan dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan guna meyakinkan audiens yang dituju. Strategi persuasif mengenalkan bahwa efek atau dampak yang dicapai secara bertahap, dimulai dari kognitif (*think*) → afektif (*feel*) → perilaku (*do*). Jika target terkena iklan, pikiran, perasaan, dan tindakan mereka semua akan terpengaruh (Vakratsas & Ambler, 1999). Konsep multi-level ini memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan peninjauan periklanan. Komunikasi yang efektif dapat mengubah pikiran, sikap, dan perilaku sasaran yang dituju. Pembuat periklanan, pendidik kesehatan, politikus, dan profesional lainnya biasanya memanfaatkan kemampuan komunikasi mereka untuk meyakinkan dan membujuk target mereka. Iklan ini dibuat dengan tujuan untuk meyakinkan audiens yang dituju dan mendapatkan kepercayaan mereka.

Terdapat lima komponen komunikasi persuasif, yakni unsur pemengaruh sumber, unsur pemengaruh pesan, unsur pemengaruh saluran, unsur pemengaruh penerima, dan unsur pemengaruh tujuan atau hasil. Semua faktor ini diduga berinteraksi satu sama lain dan berkontribusi pada komunikasi yang lebih efektif. Salah satu komunikasi yang efektif adalah dapat menarik perhatian penerima pesan sehingga pesan dapat diterima dan dipercaya oleh penerima pesan. Dengan begitu, komunikasi dapat meningkatkan perubahan kesadaran, pengetahuan, keyakinan, dan sikap sasarannya (McGuire, (1984) dalam Morton., 1995). Gambar 2 di bawah ini adalah rancangan komunikasi persuasif.



Gambar 2 Komunikasi Persuasif
(McGuire (1984) dalam Simon-Morton, *et al.*, 1995)

Pengiklan mempunyai kepercayaan yang kuat bahwa keyakinan dan tindakan target sangat bergantung pada paparan berulang terhadap iklan karena kehadiran banyak pesaing sehingga membatasi waktu target (Simon-Morton, 1995). Dapat dicermati *framework* proses periklanan terhadap perilaku sasaran yang diilustrasikan pada Gambar 1 dan rancangan komunikasi persuasif pada Gambar 2.

Dalam periklanan rokok ada tiga komponen yang ditinjau, yakni sumber, pesan, dan saluran. Dari tiga komponen tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut kriteria periklanan yang menjadi elemen penindaklanjutan, antara lain sebagai berikut.

- 1) Sumber iklan, aspek yang ditinjau adalah pengulangan iklan dan ketertarikan (kesan) yang dirasakan ketika melihat iklan tersebut, sedangkan kredibilitas sumber atau model iklan tidak ditinjau. Aspek ini justru memberikan kontribusi terhadap penerimaan remaja ketika mereka melihat iklan tersebut. Hal ini melibatkan penggunaan gambar orang atau model yang dikenal oleh remaja atau panutan remaja untuk memengaruhi persepsi remaja terhadap iklan tersebut.
- 2) Pesan dalam iklan rokok, aspek yang ditinjau adalah munculnya pesan dalam gambar iklan yang diamati oleh target. Ketika mereka melihat iklan tersebut, keterkaitan mereka dengan elemen iklan dicatat. Pengulangan gambar iklan dengan sedikit perbedaan pesan (*discrepancy*) juga dapat berdampak pada target.
- 3) Saluran iklan, aspek yang ditinjau adalah keterpaparan iklan tersebut kepada masyarakat, misalnya dengan melihat atau mendengar atau bahkan keduanya. Paparan tersebut dapat terjadi dengan adanya *banner*, spanduk, baliho, televisi, koran, dan majalah.
- 4) Karakteristik penerima diukur sesuai dengan karakteristik sosiodemografi target (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah uang saku, dan karakteristik orang tua), kondisi lingkungan, dan aspek psikososial (pengetahuan target mengenai dampak merokok terhadap kesehatan). Berada di sekitar iklan rokok dapat memengaruhi perilaku remaja mengenai rokok, tetapi perilaku remaja mengenai rokok juga dipengaruhi oleh karakter dari remaja itu sendiri.

Iklan rokok telah memainkan peran penting dalam membentuk perilaku merokok selama bertahun-tahun. Mulai dari penggambaran glamor di tahun 1950-an hingga strategi pemasaran yang ditargetkan saat ini, perusahaan tembakau terus mengembangkan teknik periklanan mereka untuk menarik konsumen.

Tinjauan sejarah iklan rokok menunjukkan evolusi teknik pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tembakau. Pada tahun 1950-an dan 60-an, perusahaan tembakau banyak berinvestasi dalam kampanye periklanan mereka dengan membeli jam tayang untuk program TV dan

melibatkan selebriti papan atas. Selain itu, penggunaan ikon budaya dan asosiasi dengan binatang dalam iklan, seperti rokok Old Gold, bertujuan untuk menarik khalayak yang lebih luas. Menariknya, iklan rokok secara konsisten menggunakan citra dan bahasa untuk mempromosikan gagasan “merokok yang sehat,” melanggengkan kesalahpahaman tentang risiko yang terkait dengan merokok.

Memahami target audiens iklan rokok sangat penting dalam memahami dampak kampanye tersebut. Penelitian telah menunjukkan bahwa strategi pemasaran menargetkan demografi tertentu berdasarkan etnis, jenis kelamin, dan kelompok umur (Escobedo, P. *et al.*, 2020). Strategi-strategi ini fokus pada promosi penggunaan tembakau secara spesifik merek dan keseluruhan, mempertajam ceruk pasar tertentu untuk upaya periklanan yang intensif. Studi longitudinal juga menyoroti korelasi antara paparan iklan tembakau dan kemungkinan mulai merokok di kalangan remaja, dengan menekankan pengaruh pemasaran terhadap perilaku remaja.

Perkembangan perilaku merokok merupakan interaksi yang kompleks dari berbagai faktor yang dipengaruhi oleh iklan rokok. Penelitian telah mengidentifikasi pengaruh lingkungan sekitar, stres, dan persepsi merokok sebagai sumber kesenangan sebagai alasan utama untuk mulai merokok. Selain itu, mekanisme norma sosial seperti tekanan teman sebaya dan integrasi teman sebaya telah diamati berdampak signifikan pada perilaku merokok (Lin, M. *et al.*, 2023). Pemasaran tembakau memainkan peran penting dalam menciptakan permintaan baru dengan mendorong inisiasi merokok di kalangan remaja dan orang dewasa, sehingga membentuk perilaku merokok dalam skala yang lebih luas.

Dampak iklan rokok terhadap kesehatan masyarakat tidak bisa disepelekan karena iklan ini berkorelasi langsung dengan perilaku dan sikap merokok. Studi longitudinal secara konsisten menyoroti hubungan antara paparan iklan tembakau dan kemungkinan mulai merokok di kalangan remaja. Selain itu, paparan terhadap pemasaran tembakau melalui televisi atau di toko ritel telah dikaitkan dengan kerentanan terhadap rokok dalam jangka waktu yang relatif singkat. Temuan-temuan ini menggarisbawahi perlunya peraturan yang ketat untuk mengekang pengaruh iklan rokok terhadap hasil kesehatan masyarakat.

Regulasi iklan rokok sangat penting dalam memitigasi dampak buruk pemasaran tembakau terhadap kesehatan masyarakat. Larangan iklan, promosi, dan sponsor tembakau merupakan komponen penting dari undang-undang pengendalian tembakau yang komprehensif secara global (Freeman B. *et al.*, 2022). Meskipun upaya regulasi bertujuan untuk mengurangi tingkat merokok, tantangan dalam menerapkan pembatasan pemasaran yang efektif masih ada karena rumitnya strategi periklanan yang digunakan oleh perusahaan tembakau. Pembatasan pemasaran yang komprehensif, termasuk larangan global terhadap segala bentuk promosi dan pembatasan kemasan dan harga sebagai alat pemasaran, merupakan langkah penting untuk membatasi pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok.

Pertimbangan etis berperan penting dalam menilai dampak iklan rokok terhadap masyarakat. Pertimbangan etis utama seputar penggunaan rokok elektrik untuk pengurangan dampak buruk tembakau mencakup keamanan produk dan potensi untuk menormalisasi ulang perilaku merokok. Selain itu, mengkaji parameter etika dari argumen terkait dugaan 'hak' untuk mengiklankan produk tembakau menimbulkan pertanyaan tentang keseimbangan antara kepentingan komersial dan masalah kesehatan masyarakat. Perusahaan-perusahaan tembakau sering kali menghadapi pengawasan ketat karena mempromosikan produk-produk yang diketahui memiliki dampak buruk terhadap kesehatan, sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai implikasi etis dari strategi pemasaran mereka.

Evolusi kampanye anti-rokok telah berperan penting dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap rokok. Pada tahun 1990-an, kampanye kesehatan masyarakat mulai secara eksplisit menyatakan dampak negatif merokok pada bayi dan menganjurkan lingkungan bebas rokok di sekitar anak-anak. Penelitian ekstensif telah menunjukkan efektivitas pendidikan masyarakat melalui kampanye media dalam mengurangi prevalensi merokok dan konsumsi tembakau. Berbagai jenis iklan anti-rokok telah dikembangkan untuk menargetkan demografi tertentu dan mengurangi kesenjangan dalam berhenti merokok di antara berbagai subkelompok sosio-ekonomi. Kampanye-kampanye ini sangat penting dalam meningkatkan kesadaran tentang risiko kesehatan yang

terkait dengan merokok dan mendorong individu untuk berhenti atau mencegahnya.

Pengaruh budaya memainkan peran penting dalam membentuk perilaku merokok, khususnya di kalangan populasi imigran. Nilai-nilai budaya dan keyakinan sosial merupakan faktor kunci yang memengaruhi status merokok para imigran yang lebih tua dan menentukan apakah individu terlibat dalam perilaku merokok. Memahami norma-norma budaya dan persepsi seputar merokok sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi prevalensi merokok dalam komunitas tertentu. Dengan mengenali nuansa budaya yang memengaruhi perilaku merokok, kampanye kesehatan masyarakat dapat menyesuaikan pesan mereka agar dapat diterima oleh kelompok budaya yang berbeda dan secara efektif mendorong penghentian merokok.

Mekanisme psikologis di balik efektivitas iklan rokok mempunyai banyak aspek dan berkontribusi terhadap keberlangsungan perilaku merokok. Meningkatnya paparan terhadap iklan rokok telah dikaitkan dengan tingginya tingkat remaja yang merokok, dengan faktor-faktor seperti daya tarik iklan gambar tembakau bagi generasi muda dan individu yang mudah terpengaruh memainkan peran yang signifikan. Teori-teori psikologis seperti *Mere Exposure Effect*, *Evaluative Conditioning*, dan Model Inferensi Terletak dari Priming memberikan wawasan tentang bagaimana iklan memengaruhi sikap dan perilaku yang berkaitan dengan merokok (Dvorkin, Sophie, 2023). Memahami mekanisme psikologis ini sangat penting dalam mengembangkan strategi *counter-marketing* untuk memerangi pengaruh iklan rokok terhadap inisiasi dan mempertahankan kebiasaan merokok.

Dampak jangka panjang dari paparan iklan rokok mempunyai implikasi yang luas terhadap kesehatan masyarakat. Peningkatan tingkat perokok remaja telah dikaitkan dengan tingkat paparan iklan dan pemasaran rokok yang lebih tinggi. Studi longitudinal secara konsisten menunjukkan bahwa paparan iklan tembakau dikaitkan dengan kemungkinan lebih besar remaja terlibat dalam perilaku merokok. Temuan ini menggarisbawahi perlunya upaya berkelanjutan untuk mengatur dan membatasi iklan rokok untuk mengurangi dampaknya terhadap perilaku merokok dan kesehatan masyarakat secara keseluruhan.

Kesenjangan sosial ekonomi memainkan peran penting dalam cara kelompok-kelompok tertentu merespons iklan rokok. Temuan penelitian menunjukkan bahwa orang Amerika keturunan Afrika dan individu dengan status sosial ekonomi rendah (SES) lebih mungkin mengingat pernah melihat iklan rokok dan iklan cerutu non-besar dibandingkan dengan kelompok demografi lainnya (Moran, M. B. *et al.*, 2019). Hal ini menyoroti sifat iklan rokok yang ditujukan kepada kelompok rentan, yang berpotensi memperburuk kesenjangan kesehatan terkait perilaku merokok. Selain itu, sebuah penelitian yang menilai faktor-faktor yang terkait dengan dukungan terhadap kebijakan komunikasi pengendalian tembakau pada individu dari kelompok sosial ekonomi rendah di Massachusetts menekankan perlunya mengatasi pengaruh iklan pada komunitas yang terpinggirkan (Vázquez-Otero, C. *et al.*, 2023). Memahami kesenjangan ini sangat penting dalam mengembangkan intervensi yang disesuaikan untuk memitigasi dampak iklan rokok terhadap populasi rentan dan mengurangi prevalensi merokok di kalangan kelompok yang kurang beruntung.

Menelaah perspektif global mengenai iklan rokok dan perilaku merokok memberikan wawasan mengenai tantangan universal yang ditimbulkan oleh pemasaran tembakau. Studi longitudinal yang menilai perilaku merokok individu dan paparan terhadap iklan, penerimaan, atau sikap terhadap tembakau telah menyoroti pengaruh luas iklan pro-tembakau terhadap perilaku pembelian dan konsumsi. Misalnya, paparan iklan pro-tembakau berhubungan positif dengan peningkatan pembelian dan konsumsi rokok di kalangan perokok Afrika-Amerika (Cruz, T. B. *et al.*, 2019). Temuan-temuan ini menggarisbawahi perlunya upaya global yang komprehensif untuk mengatur dan membatasi iklan rokok guna melindungi kesehatan masyarakat dan mengurangi prevalensi merokok dalam skala dunia.

Saat kita menavigasi lanskap periklanan rokok dan perilaku merokok yang kompleks, penelitian dan arah kebijakan di masa depan sangat penting dalam mengatasi tantangan yang terus berkembang yang ditimbulkan oleh pemasaran tembakau. Studi longitudinal yang menilai perilaku merokok individu dan paparan iklan, penerimaan, atau sikap terhadap tembakau memberikan wawasan berharga mengenai efektivitas kebijakan pengendalian tembakau saat ini. Dengan memahami dampak

kebijakan pengendalian tembakau terhadap perilaku dan sikap merokok, pembuat kebijakan dapat menetapkan prioritas dan target untuk mengurangi penggunaan tembakau secara efektif. Ke depan, penting untuk memprioritaskan penelitian yang mengevaluasi dampak jangka panjang dari iklan rokok, terus memantau tren global dalam pemasaran tembakau, dan mendukung kebijakan berbasis bukti untuk melawan pengaruh iklan terhadap perilaku merokok.

Kesimpulannya, maraknya iklan rokok mempunyai dampak besar terhadap perkembangan perilaku merokok dan kesehatan masyarakat. Dari sejarah evolusi strategi pemasaran hingga segmentasi audiens yang ditargetkan, iklan rokok terus membentuk persepsi masyarakat terhadap rokok. Pengaruh iklan rokok terhadap kelompok rentan, termasuk warga Amerika keturunan Afrika dan masyarakat dengan status ekonomi rendah, menggarisbawahi perlunya intervensi yang ditargetkan untuk mengatasi kesenjangan sosial ekonomi dalam pemasaran tembakau. Perspektif global mengenai iklan rokok menyoroti tantangan universal yang ditimbulkan oleh pemasaran tembakau dan pentingnya langkah-langkah regulasi yang komprehensif untuk mengekang pengaruhnya. Menatap masa depan, penelitian berkelanjutan dan inisiatif kebijakan berbasis bukti sangat penting dalam memitigasi dampak berbahaya dari iklan rokok dan mendorong penghentian merokok dalam skala global.

BAB VII

POTRET MEROKOK PADA REMAJA

A. Gambaran Perilaku Merokok Remaja

Persentase siswa SMP di Bantul yang pernah mencoba merokok sebesar 39,5%, persentase perokok saat ini sebesar 58,9%, dan persentase yang rawan merokok sebesar 11,6%. Selain itu, paparan komprehensif peninjauan menunjukkan bahwa di antara 5 orang teman terdekat, persentase orang yang merokok lebih dari 4 orang adalah 47%. Persentase remaja laki-laki yang pernah mencoba merokok lebih tinggi (63,5%) dibandingkan persentase remaja perempuan (8,6%). Hal ini sesuai dengan peninjauan yang menyatakan bahwa persentase perokok laki-laki lebih besar dibandingkan persentase perokok perempuan (Aditama, 2002; CDC, 2010; Karekla *et al.*, 2009; Mackay & Eriksen, 2002; Nichter *et al.*, 2009; Prabandari *et al.*, 2004; Suhardi, 1997). Menurut Suhardi (1997) memaparkan bahwa mayoritas perokok laki-laki dan sejumlah kecil perokok perempuan mungkin disebabkan oleh budaya yang kurang akomodatif terhadap perempuan yang merokok. Namun, paparan komprehensif ini berbeda dengan yang diungkapkan oleh Hanewinkel *et al.*, (2011); Loughlin *et al.*, (2009); Tyas & Pederson (1998) bahwa gender tidak berkaitan dengan perilaku remaja merokok. Hal ini disebabkan oleh perbedaan wilayah negara yang menjadi lapangan pelaksanaan. Sebaliknya, perbedaan persentase perokok laki-laki dan perempuan bergantung pada wilayah negara tersebut (World Health Organization, 2010). Di Asia Tenggara, jumlah remaja laki-laki yang merokok 3,5 kali lebih besar dibandingkan jumlah remaja perempuan yang merokok. Diikuti oleh wilayah Afrika, Mediterania Timur, dan Pasifik Barat, jumlah remaja perempuan yang merokok hampir setengah dari jumlah remaja laki-laki yang merokok, sedangkan di negara-negara Eropa dan Amerika persentase remaja laki-laki dan perempuan yang merokok hampir sama. sama (World Health Organization, 2010).

B. Faktor Sosiodemografi Remaja

Tabel 3 di bawah memaparkan faktor sosiodemografi (karakteristik sasaran) yang mencakup karakter orang tua, pekerjaan orang tua, tempat tinggal, nilai rapor, dan jenis kelamin.

Tabel 3. Faktor sosiodemografi (karakteristik) pelajar (n = 185)

Faktor sosiodemografi	N	%
Jenis kelamin		
Laki-laki	104	56,2
Perempuan	81	43,8
Nilai rapor		
6,00-7,50	83	44,9
7,51-8,00	89	48,1
8,01-9,50	13	7,0
Tempat tinggal		
Orang tua (ayah & ibu)	99	53,5
Salah satu orang tua (ayah atau ibu)	14	7,6
Kakek & nenek	5	2,7
Orang tua & kakek & nenek	27	14,6
Orang tua & saudara	39	21,1
Lainnya (pakde, bude)	1	0,5
Pekerjaan orang tua		
PNS	22	11,9
Wiraswasta	57	30,8
Petani	27	14,6
Pegawai swasta	23	12,4
Profesional (pengacara, arsitek, dll.)	1	0,5
ABRI atau Polri	3	1,6
Lainnya (buruh, pembantu, tukang becak)	52	28,1
Karakteristik orang tua		
Tidak mengetahui keberadaan anak	41	22,2
Mengetahui keberadaan anak	144	77,8
Karakteristik orang tua		
Tidak mengenal orang tua teman sekolah	130	70,3
Mengenal orang tua teman sekolah	55	29,7

Mayoritas pelajar berjenis kelamin laki-laki (43,8%) dan perempuan (56,2%). Mayoritas pelajar berasal dari sekolah menengah pertama swasta

(54,1%). Nilai rapor sebagian besar pelajar antara 6,00 hingga 7,50 (93,0%), sebagian kecil memiliki nilai rapor antara 8,01 hingga 9,50 (7%). Pelajar umumnya tinggal bersama orang tuanya (53,5%) dan sebagian besar orang tuanya berprofesi sebagai wirausaha (30%) dan buruh (28%). Banyak orang tua pelajar yang mengetahui lokasi pelajar (77,8%), tetapi tidak mengetahui orang tua teman sekolahnya (70,3%).

Berdasarkan estimasi interval tersebut dapat disimpulkan bahwa 95% rata-rata usia pelajar berkisar antara 14,35 hingga 14,50 tahun. Yang paling muda berumur 11 tahun, dan yang paling tua berumur 17 tahun. Sementara itu, rata-rata anggaran belanja pribadi adalah Rp111.405,41 dengan jumlah uang jajan paling sedikit Rp20.000 dan Rp450.000 paling tinggi. Informasi lebih spesifik tercantum pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Faktor sosiodemografi pelajar berdasarkan umur dan uang saku tahun 2011

Faktor sosiodemografi	Mean Median	SD	Min-Mak	95% CI
Umur	14,35 14,00	0,99	11-17	14,35-14,50
Uang saku	111.405,41 100.000	61.238,60	20.000- 450.000	102.522,53- 120.228,28

C. Lingkungan Sosial Remaja

Ayah pelajar banyak yang merokok dengan persentase 53,5%. Anggota keluarga yang tidak merokok adalah ibu, kakak perempuan, dan nenek. Hanya sebagian kecil dari kakak laki-laki yang merokok (19,5%). Kakek pelajar mayoritas merokok (89,2%), tetapi saudara hanya sebagian kecil yang merokok (14,1%). Berikutnya, terdapat 1,6% penduduk (penghuni kos) yang merokok di tempat tinggal. Hal ini tercantum pada Tabel 5.

Tabel 5. Kondisi lingkungan sosial pelajar menurut status merokok anggota keluarga tahun 2011

Anggota keluarga	Merokok		Tidak merokok	
	N	%	N	%
Ayah	99	53,3	86	46,5
Ibu	0	0	185	100,0
Kakak laki-laki	36	19,5	149	80,5
Kakak perempuan	0	0	185	100,0
Kakek	165	89,2	20	10,8
Nenek	0	0	185	100,0
Saudara	159	85,9	26	14,1
Lainnya (orang kos)	182	98,4	3	98,4

Sementara itu, kondisi lingkungan sosial pelajar yang didasarkan atas status merokok teman dekatnya terlihat bahwa teman dekat pelajar sebagian besar merokok sebanyak 70,2% dan 29,7% tidak merokok. Seperti yang dipaparkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Kondisi lingkungan sosial menurut status merokok teman dekat tahun 2011

Di antara 5 orang teman terdekat	N	%
Tidak seorangpun merokok	55	29,7
Satu orang merokok	10	5,4
Dua orang merokok	12	6,5
Tiga orang merokok	16	8,6
Empat orang merokok	5	2,7
Lebih dari 4 orang merokok	87	47,0

D. Pengetahuan Dampak Rokok terhadap Kesehatan Remaja

Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa pengetahuan pelajar sebagian besar kurang, yaitu 57,8%, sedangkan pelajar yang memiliki pengetahuan cukup sebanyak 42,2%. Pelajar laki-laki banyak yang berpengetahuan terbatas (70,2%), sedangkan pelajar perempuan banyak yang berpengetahuan cukup (58,0%). Sebaliknya, pelajar yang orang tuanya tidak mengetahui keberadaan pelajar memiliki tingkat pengetahuan yang rendah (73,2%). Seperti yang dipaparkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Keterkaitan antara jenis kelamin dan karakteristik orang tua dengan tingkat pengetahuan dampak rokok dengan kesehatan

Variabel	Tingkat pengetahuan			
	Baik		Kurang	
	N	%	N	%
Jenis kelamin				
Laki-laki	31	29,8	73	70,2
Perempuan	47	26,8	38	42,0
Karakteristik orang tua				
Tidak mengetahui keberadaan anak	11	26,8	30	73,2
Mengetahui keberadaan anak	67	46,5	77	53,5

E. Paparan Iklan Rokok pada Remaja

Informasi pada Tabel 8 menunjukkan seberapa sering pelajar melihat iklan rokok berdasarkan berapa kali mereka melihat gambar iklan tersebut dan berapa kali pelajar mengidentifikasi atau menyebutkan merek rokok dengan benar.

Tabel 8. Paparan dan identifikasi iklan rokok pada pelajar (%)

Merek Rokok	Paparan Iklan rokok				Identifikasi merek rokok (benar)
	Tidak pernah	Jarang	Kadang-kadang	Sering	
<i>Envio mild</i>	18,9	29,2	34,6	17,3	82,2
<i>Class mild</i>	9,7	7,0	33,0	50,3	92,4
<i>Polo mild</i>	7,0	14,6	18,4	60,0	95,7
<i>LA Light</i>	11,4	16,2	21,6	50,8	88,1
<i>One mild</i>	18,4	25,4	24,9	31,4	91,4
<i>A Mild</i>	23,2	25,4	27,0	24,3	63,2
<i>Red mild</i>	45,9	29,2	14,6	10,3	87,0
Djarum super	0,5	4,9	18,4	76,2	97,3
<i>Djarum black</i>	16,2	11,4	22,7	49,7	81,6
<i>Sampoerna mild</i>	13,0	17,8	20,5	48,6	90,3

Secara keseluruhan, persentase pelajar yang menjawab dengan benar iklan merek rokok lebih tinggi dibandingkan persentase pelajar yang sering melihat gambar iklan tersebut. Sebab, nama rokok sudah umum di setiap iklan rokok. Tiga merek iklan rokok yang paling sering dilihat dan

direspons paling akurat oleh pelajar adalah Djarum Super (97,3%), Polo Mild (95,7%), dan Class Mild (92,4%). Merek rokok yang paling jarang dijawab pelajar adalah A Mild. Tiga gambar rokok yang paling banyak dilihat pelajar adalah Djarum Super (76,2%), Polo Mild (60,0%), dan LA Light (50,8%).

Jika dilihat dari jenis kelamin pelajar, persentase laki-laki yang sering terpapar iklan rokok lebih besar dibandingkan persentase perempuan. Sebaliknya, persentase pelajar perempuan yang belum pernah terpapar iklan rokok lebih tinggi dibandingkan persentase pelajar laki-laki. Namun, informasi tersebut juga menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki merupakan sasaran utama iklan rokok Djarum Super. Hal ini tercantum pada Tabel 9.

Tabel 9. Keterkaitan antara paparan iklan rokok dengan jenis kelamin pada pelajar (%)

Paparan iklan rokok	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
Envio mild		
Sering	19,2	14,8
Tidak pernah	16,3	22,2
Class mild		
Sering	48,1	53,1
Tidak pernah	10,6	8,6
Polo mild		
Sering	64,4	54,3
Tidak Pernah	2,9	12,3
LA Light		
Sering	51,0	50,6
Tidak pernah	9,6	13,6
One mild		
Sering	33,7	28,4
Tidak pernah	12,5	25,9
A mild		
Sering	30,8	16,0
Tidak pernah	15,4	33,3
Red mild		
Sering	12,5	7,4

Paparan iklan rokok	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
Tidak pernah	34,6	60,5
Djarum super		
Sering	76,9	75,3
Tidak pernah	0,0	60,5
Djarum black		
Sering	49,0	50,6
Tidak pernah	15,4	17,3
Sampoerna mild		
Sering	45,2	53,1
Tidak pernah	12,5	13,6

Sementara itu, jika dilihat berdasarkan jenis kelamin pelajar, persentase laki-laki yang dapat mengidentifikasi berbagai merek rokok dengan benar lebih besar dibandingkan persentase perempuan. Namun, hanya satu merek rokok yang diakui oleh pelajar perempuan lebih populer secara signifikan dibandingkan pelajar laki-laki, yaitu merek rokok Sampoerna Mild. Sebaliknya, sebagian besar merek A Mild dikenali dengan benar oleh pelajar laki-laki (70,2%) dan pelajar perempuan (54,2%). Hal ini dapat dipahami pada Tabel 10.

Tabel 10. Keterkaitan antara identifikasi merek rokok oleh pelajar dengan jenis kelamin (n = 185)

Identifikasi merek rokok (benar)	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
Enviomild	84,6	79,0
Classmild	93,3	91,4
Polomild	97,1	93,8
LA light	89,4	86,4
One mild	94,2	97,7
A mild	70,2	54,3
Red mild	89,4	84,0
Djarum Super	97,1	97,5
Djarum black	79,8	84,0
Sampoerna mild	88,5	92,6

Paparan komprehensif ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelajar memiliki tingkat paparan iklan rokok sedang (66,5%), tetapi hanya sebagian kecil pelajar yang mengalami tingkat paparan iklan rokok tinggi sebesar 13,0%. Untuk informasi lebih lanjut, lihat Tabel 11.

Tabel 11. Tingkat paparan iklan rokok pada pelajar tahun 2011

Tingkat paparan iklan rokok	N	%
Tinggi	24	13,0
Sedang	123	66,5
Rendah	38	20,5

Dalam peninjauan ini, pelajar juga ditanyai pendapat mereka terhadap iklan rokok. Penjelasan tersebut tercantum pada Tabel 12.

Tabel 12. Kesan pelajar terhadap gambar iklan rokok tahun 2011

Merek rokok	Kesan terhadap gambar iklan rokok (%)				
	Tidak terkesan & tidak tertarik merokok	Tidak terkesan tetapi tertarik merokok	Terkesan tetapi tidak tertarik merokok	Terkesan & tertarik merokok	Lainnya (penasaran, ingin mencoba)
Envio mild	76,2	3,2	16,8	2,2	1,6
Sampoerna mild	66,5	2,7	27,0	3,2	0,5
Polomild	75,1	6,5	13,5	4,3	0,5
Djarum Super	60,0	4,9	25,4	9,7	0,0
One mild	58,4	2,7	34,6	3,8	0,5
A mild	54,6	5,4	31,9	8,1	0,0
Red mild	65,9	8,6	22,2	2,2	1,1
Classmild	51,9	6,5	30,8	10,3	0,5
LA light	42,7	9,7	35,1	10,8	1,6
Djarum black	48,1	9,7	32,4	9,7	0,0

Berdasarkan Tabel 12, iklan rokok yang paling berkesan dan diminati pelajar adalah LA Light (10,7%) dan Class Mild (10,3%). Iklan rokok yang membuat pelajar penasaran dan ingin mencoba merokok

adalah Envio Mild (1,6%), LA Light (1,6%), Red Mild (1,1%), kemudian Sampoerna Mild, Polo Mild dan One Mild masing-masing (0,5%).

Sementara itu, tabulasi silang tanggapan dan gender menunjukkan bahwa seluruh pelajar yang tertarik dan terkesan dengan rokok adalah laki-laki. Hal ini dijelaskan pada Tabel 13.

Tabel 13. Keterkaitan antara kesan pelajar dengan iklan rokok dengan jenis kelamin

Kesan responden terhadap iklan rokok	Jenis kelamin (%)	
	Laki-laki	Perempuan
Tidak terkesan dan tidak tertarik merokok	42,7	57,3
Tidak terkesan tetapi tertarik merokok	54,5	45,5
Terkesan tetapi tidak tertarik merokok	75,6	24,4
Terkesan dan tertarik merokok	100,0	0,0

Banyak pelajar yang tidak mempunyai barang bermerek rokok, yaitu 154 orang (83,2%) dan hanya 31 orang (16,8%) yang memiliki barang bermerek rokok. Barang-barang yang dimiliki pelajar, antara lain korek api, kaos, ikat pinggang, asbak, jam dinding, cangkir, dan berbagai macam bungkus rokok.

Mereka yang ikut dalam peninjauan ini tidak hanya menjadi sasaran iklan rokok di jalanan dan melalui televisi saja, tetapi mereka juga menjadi sasaran iklan melalui media cetak, seperti surat kabar, majalah, dan tabloid. Banyak pelajar yang tidak pernah membaca majalah selama rentang waktu sebulan (55,1%), rata-rata pelajar membaca koran 1 sampai 4 kali selama rentang waktu sebulan (51,4%), dan sering menyaksikan iklan rokok di pinggir jalan (61,1%). Mayoritas pelajar menghabiskan antara 1 dan 3 jam di televisi (59,5%). Rata-rata waktu menonton televisi pelajar adalah sepulang sekolah (13.00-15.00 WIB), sore hari pukul 17.00 WIB, hingga pukul 21.00 WIB, dan pagi hari sebelum sekolah. Pelajar lainnya menikmati acara televisi pada pukul 21.00 hingga 23.00, ada pula yang menonton pada pukul 01.30 hingga 03.00 dini hari. Stasiun televisi yang paling sering ditonton mayoritas pelajar adalah Global TV (37%), Trans7 dan Trans TV masing-masing (18,4%). Mayoritas pelajar berpendapat bahwa acara televisi yang menayangkan iklan rokok adalah

acara yang berhubungan dengan olahraga (44,3%) dan sebagian kecil pelajar dapat menonton iklan rokok di sinetron (13,0%). Paparan komprehensif ini juga menunjukkan bahwa besarnya paparan pelajar terhadap media informasi tidak berkaitan dengan tingkat pengetahuan mereka mengenai dampak merokok terhadap kesehatan ($p > 0,05$). Dapat dipahami pada Tabel 14.

Tabel 14. Paparan Media Informasi pada Remaja

Variabel	N	%
Frekuensi membaca majalah dalam sebulan		
Tidak pernah	102	55,1
(1-4 kali)	68	36,8
(>4 kali)	15	8,1
Frekuensi membaca koran dalam seminggu		
Tidak pernah	60	32,4
(1-4 kali)	95	51,4
(>4 kali)	30	16,2
Frekuensi melihat iklan rokok di pinggir jalan		
Tidak pernah	2	1,1
Jarang	15	8,1
Kadang-kadang	55	29,7
Sering	113	61,1
Frekuensi menonton televisi dalam sehari		
Tidak pernah	1	0,5
(<1 jam)	17	8,6
(1-3 jam)	110	59,5
(> 3 jam)	58	31,4
Stasiun televisi yang sering ditonton		
Global TV	37	20,0
MNCTV	12	6,5
SCTV	27	14,6
RCTI	17	9,2
Indosiar	11	5,9
Trans7	34	18,4
TransTV	34	18,4
Metro TV	1	0,5
ANTV	11	5,9

Variabel	N	%
Lainnya(HBO)	1	0,5
Acara televisi yang menayangkan iklan rokok		
Olahraga	82	44,3
Sinetron	24	13,0
Berita	48	25,9
Lainnya (film, <i>reality show</i> , komedi)	31	16,8

Majalah yang dikonsumsi pelajar ditujukan untuk remaja, sebagai berikut *Gadis*, *Gaul*, *Bintang*, *Genie*, *Kawanku*, dan lain-lain. Majalah anak-anak, sebagai berikut *Bobo*, *Putri Salju*, dan *Cinderella*, sedangkan majalah wanita dewasa, sebagai berikut *Nova*, *Kartini*, dan *Gossip*. Majalah olahraga, misalnya *Bola*, *Sport*, dan *Mobil (otomotif)* merupakan contoh majalah yang membahas tentang olahraga. Nama-nama surat kabar yang dibaca pelajar, yakni *Harian Jogja*, *Kedaulatan Rakyat*, *Merapi*, *Jawa Pos*, *Kompas*, *Koran HP*, *Koran Sepakbola*, *Tribun Jogja*, *Meteor*, *Sindo*, *Jogja Express*, *Olahraga*, *Sepakbola*, dan *Seputar Indonesia*.

BAB VIII

PENYEBAB PERILAKU MEROKOK REMAJA

A. Faktor Sociodemografi dan Perilaku Merokok Remaja

Berdasarkan penguraian bivariabel, faktor sociodemografi yang berhubungan dengan perilaku merokok pada siswa SMP di Bantul adalah jenis kelamin, keberhasilan di sekolah, besarnya uang saku, dan karakteristik orang tua (mereka mengetahui lokasi anak). Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut mempunyai nilai $p < 0,05$ (Trisnowati, 2012).¹⁴

Lebih banyak pelajar laki-laki SMP yang mencoba merokok dibandingkan perempuan. Hal ini sejalan dengan peninjauan yang menemukan bahwa jumlah perokok laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah perokok perempuan (Aditama, 2002; CDC, 2010; Karekla *et al.*, 2009; Mackay & Eriksen 2002; Nichter *et al.*, 2009; Prabandari, *et al.*, 2004; Suhardi 1997). Jumlah laki-laki yang merokok lebih banyak dibandingkan jumlah perempuan, hal ini disebabkan oleh budaya yang kurang mendukung perempuan merokok (Suhardi, 1997). Selain itu, Nichter *et al.* (2009) mengungkapkan bahwa merokok biasanya dianggap sebagai budaya kebersamaan pada laki-laki, contohnya disebarkan pada acara sosial, seperti pernikahan, pemakaman, upacara keagamaan, dan pertemuan masyarakat. Sementara itu, merokok juga dianggap sebagai ciri maskulinitas dan biasanya dilakukan oleh laki-laki. Hal ini sejalan dengan gambaran pelajar mengenai laki-laki yang tidak merokok sebagai seorang banci. Keyakinan seperti ini juga berlaku pada remaja laki-laki. Bagi kita yang sudah dewasa atau remaja, merokok dianggap sebagai salah satu bentuk pergaulan. Mereka merasa tidak tenang ketika berada di lingkungan sosial yang tidak termasuk merokok, mereka lebih memilih untuk meninggalkan lingkungan tersebut (Nichter *et al.*, 2009). Sebaliknya, kenyataan menunjukkan bahwa sebagian besar remaja perempuan tidak

merokok dan tidak merokok hingga dewasa. Hal ini menunjukkan adanya penanaman kuat keyakinan budaya yang meyakini bahwa merokok bagi perempuan itu merugikan dan tidak lazim. Paparan komprehensif ini berbeda dengan yang dipaparkan oleh Hanewinkel *et al.*, (2011); Loughlin *et al.*, (2009); Tyas & Pederson (1998), bahwa gender tidak berkaitan dengan perilaku remaja merokok. Menurut Tyas & Pederson (1998), peningkatan prevalensi merokok di kalangan perempuan dalam satu dekade terakhir disebabkan oleh fakta bahwa fokus iklan rokok adalah pada perempuan muda sebagai target baru dan sebagian besar iklan ditujukan untuk perempuan. Hal ini sejalan dengan peninjauan di Ukraina yang mengungkapkan bahwa perempuan yang hidup di kota besar dan sering terpapar iklan rokok memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk merokok (Andreeva *et al.*, 2007).

Semakin tinggi nilai rapornya, semakin rendah kemungkinannya untuk mencoba merokok. Paparan komprehensif ini sejalan dengan peninjauan yang dilakukan Hanewinkel *et al.*, (2011); Loughlin *et al.*, (2009); Tyas & Pederson, (1998) mengemukakan bahwa remaja yang memiliki prestasi akademis yang baik dan komitmen belajar yang tinggi di sekolah mempunyai kemungkinan yang rendah untuk merokok. Secara keseluruhan, remaja yang mempunyai prestasi baik dapat menggunakan waktunya dengan efektif, misalnya dengan membaca buku di perpustakaan, mengikuti kegiatan tambahan belajar, kegiatan ekstrakurikuler, dan lain-lain agar tidak menghabiskan terlalu banyak waktu untuk aktivitas yang tidak berguna.

Mereka yang memiliki lebih banyak uang juga lebih mungkin untuk mencoba merokok. Hal ini sejalan dengan peninjauan Tyas & Pederson (1998) yang juga menyebutkan bahwa pendapatan pribadi berhubungan dengan perilaku merokok remaja. Tersedianya uang yang cukup berguna bagi remaja yang ingin membeli rokok. Selain itu, rokok dapat dibeli di toko-toko sehingga memudahkan remaja untuk membeli. Hal ini berarti remaja akan mempunyai akses yang mudah terhadap rokok sehingga memungkinkan mereka untuk mencoba merokok.

Orang tua yang tidak tahu keberadaan anaknya akan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk mencoba merokok. Hal ini tidak menyimpang dari pernyataan Zielinski (1999) yang menyatakan bahwa

orang tua dapat melakukan strategi mengetahui keberadaan anak untuk mengurangi keinginan merokok. Pilihan bantuan lain yang tersedia bagi remaja, antara lain menjaga komunikasi dengan orang dewasa lainnya, berpartisipasi dalam kegiatan sekolah anak, mengawasi potensi bahaya pada anak, memberikan bimbingan, memantau pengalaman remaja, dan mengevaluasi remaja tersebut (Zielinski, 1999). Selain itu, Tyas & Pederson (1998) memaparkan bahwa tidak adanya perhatian dan pengawasan orang tua, serta kurangnya pengetahuan mereka mengenai teman anaknya, sama-sama meningkatkan kemungkinan perilaku merokok, tetapi pada peninjauan lain tidak ada hubungan antara pengawasan orang tua dan perilaku merokok. Pola pengasuhan yang paling signifikan adalah dari ibu karena berhubungan dengan perilaku merokok. Kurangnya hubungan ibu dengan anak dikaitkan dengan meningkatnya prevalensi merokok pada remaja laki-laki dan perempuan. Sebaliknya, tidak adanya hubungan antara ayah dan anak hanya berdampak negatif terhadap perilaku merokok remaja perempuan (Tyas & Pederson, 1998).

Tempat tinggal (dengan atau tanpa orang tua), pekerjaan orang tua, dan usia remaja tidak berkaitan secara signifikan dengan perilaku merokok. Paparan komprehensif ini sejalan dengan temuan peninjauan Pattynasary (2004) bahwa tidak terdapat kaitan yang signifikan antara bentuk keluarga (tinggal bersama orang tua atau tidak) dengan perilaku merokok. Selain itu, Tyas & Pederson (1998) memaparkan bahwa terdapat sejumlah besar peninjauan yang mendukung konklusi bahwa keluarga dengan dua orang tua lebih berdampak dalam mencegah remaja merokok, tetapi besarnya dampak struktur keluarga masih belum diketahui. Beberapa peninjauan menunjukkan bahwa keluarga yang lebih besar memiliki kemungkinan lebih rendah untuk merokok, sedangkan peninjauan lain tidak melaporkan adanya kaitan yang signifikan. Hasil yang bertentangan ini mungkin disebabkan oleh perbedaan penafsiran (*reflect*); ada tidaknya hubungan unsur pemengaruh dikendalikan oleh orang tua, seperti pendapatan orang tua, tingkat pendidikan, status merokok saudara kandung atau anggota keluarga lainnya. Pada keluarga besar, jumlah orang yang merokok kemungkinan besar akan lebih tinggi, tetapi jika tidak ada seorang pun dalam keluarga yang merokok, kemungkinan kecil untuk merokok. Hal ini dapat digunakan sebagai strategi untuk mengurangi

kemungkinan merokok di kalangan remaja (Tyas & Pederson, 1998). Selain itu, Al-Mohamed & Amin (2010) mengungkapkan bahwa remaja yang tinggal tanpa orang tua dikaitkan dengan status merokoknya (*current smoking*). Hal ini karena bimbingan orang tua dan kehadiran orang tua dapat menghambat perilaku merokok remaja (Al-Mohamed & Amin, 2010).

Paparan komprehensif ini juga sejalan dengan temuan Hanewinkel *et al.*, (2010); Tyas & Pederson (1998) bahwa pekerjaan orang tua merupakan indikasi status sosial. Status sosial ekonomi, misalnya pendidikan dan kelas sosial tidak berkaitan dengan perilaku merokok remaja. Beberapa peninjauan mengungkapkan bahwa pendidikan orang tua tidak berkaitan dengan perilaku merokok pada remaja, tetapi secara tradisional pendidikan ayah mempunyai dampak yang lebih besar terhadap status ekonomi keluarga dibandingkan pendidikan ibu. Sementara itu, status pendidikan ibu berkaitan dengan perilaku sehat di keluarga atau rumah (Tyas & Pederson, 1998).

Umur remaja tidak berkaitan dengan perilaku merokok remaja. Perilaku merokok tidak bergantung pada usia karena peninjauan menunjukkan bahwa remaja berusia di bawah 13 tahun sudah mencoba melakukannya. Selain itu, persentase remaja yang merokok meningkat pada usia 13-15 tahun. Usia ini dianggap sebagai usia sekolah menengah pertama. Paparan komprehensif ini serupa dengan temuan Azwar (2007) dan Pattynasary (2004) mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan antara peringkat kelas (tingkat umur) dengan perilaku merokok remaja. Namun, Tyas & Pederson (1998) memaparkan bahwa jumlah perokok remaja dan prevalensi merokok meningkat seiring bertambahnya usia. Remaja yang mulai merokok pada usia muda cenderung menjadi perokok rutin dan lebih sulit untuk berhenti. Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa dukungan orang tua, misalnya melalui peningkatan komunikasi dan selalu mengetahui keberadaan anak sangat penting dalam mencegah remaja merokok.

B. Lingkungan Sosial dan Perilaku Merokok Remaja

Lingkungan sosial yang paling berkaitan dengan perilaku merokok remaja di Bantul adalah kehadiran teman yang merokok, sedangkan

lingkungan sosial dari status merokok anggota keluarga tidak signifikan (Trisnowati, 2012). Hal ini sejalan dengan temuan Hanewinkel *et al.* (2011) yang mengungkapkan bahwa kehadiran orang tua yang merokok tidak berkaitan dengan inisiasi merokok pada remaja di Jerman. Adanya tekanan sosial dari sesama pelajar misalnya yang sering disaksikan oleh remaja lainnya menyebabkan remaja ingin bereksperimen dengan rokok. Hal ini juga didukung oleh paparan komprehensif yang menunjukkan bahwa teman dekat pelajar mayoritas merokok (70,2%), dan antara 5 teman terdekat pelajar yang merokok lebih dari 4 orang sebesar 47,0%. Keadaan ini dapat menyebabkan remaja menjadi ketergantungan terhadap rokok. Berdasarkan informasi yang tertera, dapat diambil konklusi bahwa lingkaran pertemanan yang merokok mempunyai dampak yang lebih kuat terhadap remaja sehingga mereka harus mulai merokok. Hal ini sejalan dengan peninjauan yang dilakukan oleh Botvin *et al.*, (1993); Loughlin *et al.*, (2009); Tyas & Pederson (1998) yang memaparkan bahwa keberadaan teman sebaya yang merokok merupakan penyebab utama perilaku merokok remaja. Individu yang dimaksud adalah teman sekelas, teman dekat atau pasangan, yang semuanya berjenis kelamin sama atau berbeda, atau pacar. Selain itu, Tyas & Pederson (1998) menjelaskan bahwa signifikansi dampak orang tua yang merokok didasarkan pada paparan komprehensif peninjauan. Orang tua yang merokok dikaitkan dengan permulaan merokok, tetapi peninjauan lain menunjukkan bahwa hal ini dikaitkan dengan kebiasaan merokok saat ini, bukan perokok coba-coba.

Paparan komprehensif ini tidak sesuai dengan temuan peninjauan Azwar (2007) dan Prabandari (2007) mengungkapkan bahwa tidak terdapat hubungan antara faktor lingkungan pelajar yang merokok yang mencakup keluarga, teman, dan guru dengan perilaku merokok siswa. Kesenjangan ini disebabkan karena remaja memahami besarnya risiko yang terkait dengan rokok sehingga besar kemungkinannya mereka menolak permintaan temannya untuk merokok. Pada peninjauan ini hubungan pengetahuan dengan perilaku merokok remaja signifikan dengan $p = 0,06$ (mendekati 0,05) yang berarti sebagian besar remaja yang sadar akan dampak buruk merokok, tidak pernah merokok, dan sebagian kecil pernah merokok. Dari peninjauan ini dapat ditarik konklusi bahwa lingkungan sosial yang positif pada remaja dan penyebaran informasi

tentang bahaya merokok kepada remaja dapat mencegah remaja untuk merokok. Lingkungan sosial yang mendukung pencegahan perilaku merokok dapat berasal dari lingkungan rumah ataupun teman sebaya. Mengajak remaja untuk menghabiskan waktu bersama orang yang tidak merokok juga dapat mencegah mereka untuk merokok.

C. ⁴⁴ Pengetahuan tentang Dampak Rokok terhadap Kesehatan dengan Perilaku Merokok ⁶⁷

Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kaitan yang signifikan antara tingkat pengetahuan mengenai dampak merokok terhadap kesehatan dengan perilaku merokok pada remaja di Bantul (Trisnowati, 2012). Hal ini didukung oleh temuan peninjauan Azwar (2007); Tyas & Pederson (1998) yang menyatakan bahwa antara pengetahuan dengan dampak rokok terhadap kesehatan dan perilaku merokok di kalangan remaja tidak berkaitan satu sama lain. Namun, Tyas & Pederson (1998) mengamati bahwa terdapat kaitan antara sikap positif terhadap rokok dan inisiasi merokok pada remaja perempuan. Meskipun beberapa peninjauan telah memaparkan dampak negatif merokok terhadap kesehatan, beberapa orang masih memilih untuk merokok (Tyas & Pederson, 1998). Idealnya, seseorang yang memiliki pengetahuan tentang dampak merokok harus berusaha menghindari perilaku merokok. Namun kenyataannya, di kalangan perokok ada individu yang memahami risiko merokok. Paparan komprehensif dari Indukirana (2006) mengenai keterkaitan antara pengetahuan dan lingkungan sekitar dengan perilaku merokok pegawai negeri sipil di Dinas Kimpraswil Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa tidak ada keterkaitan pengetahuan pelajar mengenai rokok dengan perilaku merokok. Selain itu, Jarvik *et al.* (1977) memaparkan bahwa jumlah remaja di Inggris terus bertambah meski memiliki pengetahuan tentang potensi bahaya perilaku merokok. Temuan ini berbeda dengan peninjauan yang dilakukan oleh Clark *et al.* (2004) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara tingkat pengetahuan mahasiswa kesehatan di Australia dan perilaku merokok. Pada akhirnya, fokus pada kesehatan pribadi adalah hal yang terpenting, termasuk upaya menginspirasi remaja dan orang dewasa yang merokok sebagaimana adanya. Pengetahuan bahwa merokok dapat berdampak buruk terhadap

kesehatan dapat mencegah remaja untuk merokok (Eiser *et al.* dalam Tyas & Pederson, 1998). Hal ini juga didukung dengan pernyataan (Prabandari, 2007) bahwa pengetahuan remaja tentang rokok sebelum mereka melihat sebuah iklan rokok dapat membantu mereka untuk menentukan benar atau salahnya nilai iklan tersebut. Misalnya, remaja menyadari bahwa merokok akan berdampak negatif terhadap kesehatan mereka. Meski banyak iklan yang menarik, para remaja ini tidak mau mencoba merokok karena mempunyai keinginan yang kuat untuk menjaga kesehatannya.

39

D. Paparan Iklan Rokok dan Perilaku Merokok Remaja

Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara perilaku merokok pada siswa SMP di Bantul dengan paparan iklan rokok (Trisnowati, 2012). Temuan ini didukung oleh peninjauan Azwar, (2007); Botvin *et al.*, (1993); Hanewinkel *et al.*, (2010, 2011); López *et al.*, (2004); Prabandari *et al.*, (2004) yang mengemukakan adanya keterkaitan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Paparan komprehensif ini juga menunjukkan bahwa semakin besar paparan iklan rokok maka semakin besar pula kemungkinan remaja untuk merokok. Iklan rokok dengan konsentrasi tinggi memiliki probabilitas 7,83 kali lipat untuk menyebabkan remaja mencoba merokok, dibandingkan dengan iklan dengan konsentrasi rendah. Hal ini sejalan dengan peninjauan Hanewinkel *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa frekuensi merokok remaja dipengaruhi oleh besarnya paparan iklan rokok (paparan rendah: 10%; paparan sedang: 12%, dan paparan tinggi: 19%). Paparan lainnya (bukan rokok) tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap frekuensi merokok.

Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa persentase pelajar yang mampu menjawab iklan rokok dengan benar lebih tinggi dibandingkan persentase pelajar yang sering melihat gambar iklan rokok. Hal ini dimungkinkan karena pada iklan rokok biasanya terdapat tulisan nama rokok sehingga memudahkan identifikasi nama rokok di kalangan pelajar. Merek rokok yang paling banyak dijual di kalangan remaja adalah Djarum Super (97,3%), Polo Mild (95,7%) dan Class Mild (92,4%). Sementara itu, tiga gambar iklan rokok yang sering dilihat pelajar adalah Djarum Super (76,2%), Polomild (60,0%), dan LA Light (50,8%). Iklan

rokok A Mild (63,2%) adalah iklan yang paling kecil kemungkinannya untuk dikenali dengan benar oleh pelajar karena iklan rokok tersebut tidak memiliki nama spesifik dan malah menampilkan logo rokok tersebut. Pencantuman logo pada iklan rokok menyebabkan orang yang melihat iklan tersebut harus memikirkan hal pertama yang dilihatnya atau berusaha mengingat nama rokok yang berlogo iklan tersebut. Selanjutnya, bila dilihat dari jenis kelamin pelajar maka persentase pelajar laki-laki yang sering terpapar promosi rokok lebih besar dibandingkan persentase pelajar perempuan. Hal ini beralasan karena persentase perokok laki-laki (63,5%) pada peninjauan tersebut lebih tinggi dibandingkan persentase perokok perempuan (8,6%). Kondisi ini juga disebabkan oleh tingkat penerimaan iklan rokok yang lebih tinggi di kalangan laki-laki dibandingkan perempuan (Boyle *et al.*, 2004; Pierce *et al.*, 2004; Sergeant, 2000; Siegel & Biener, 2000). Iklan rokok merek Sampoerna Mild lebih banyak dikenali oleh pelajar perempuan (92,6%) dibandingkan pelajar laki-laki (88,5%). Potensi penyebabnya adalah penerimaan pelajar perempuan pada iklan rokok Sampoerna Mild lebih besar dibandingkan pelajar laki-laki. Gambar iklan lebih menarik bagi perempuan karena terlihat lucu, modelnya adalah remaja laki-laki, dan dicantumkan kalimat “bercelana ketat dahulu, teman bantu lepas kemudian” yang menyimbolkan kebersamaan dan persahabatan.

Iklan rokok yang paling banyak menarik perhatian pelajar dan paling diminati adalah iklan rokok LA Light (10,7%) dan Class Mild (10,3%). Seluruh pelajar laki-laki (100%) terpesona dan berminat terhadap rokok. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelajar laki-laki menyukai iklan rokok. Selain itu, iklan rokok yang membuat pelajar untuk menggambarkan kesan pribadinya di luar pilihan yang ada, iklan tersebut secara khusus meminta peserta untuk menuliskan bahwa mereka penasaran, ingin mencicipi, ingin mencoba rokok, yaitu Envio Mild dan LA Light masing-masing (1,6%) serta Sampoerna Mild, One Mild masing-masing (0,5%). Tampilan visual dari iklan rokok tersebut enak untuk dilihat sehingga dapat meninggalkan kesan bagi yang mengamatinya. Hal ini sejalan dengan pendapat Suparno (2004), bahwa iklan yang efektif harus mempunyai 5 komponen antara lain menarik perhatian, menimbulkan ketertarikan pada orang yang melihatnya, menimbulkan

keinginan, membangun kepercayaan, dan menggugah masyarakat untuk bertindak setelah melihat iklan yang ditampilkan. Iklan rokok yang besar dan terkenal biasanya memuat lima komponen ini sehingga akan menarik perhatian orang yang melihatnya. Selain itu, peninjauan menunjukkan bahwa paparan iklan rokok secara berulang-ulang melalui media, seperti baliho, spanduk, *billboard*, TV, majalah, dan surat kabar juga dapat menimbulkan kesan unik pada remaja, bahkan ada sebagian (1,6%) yang menyatakan tertarik untuk mencoba rokok yang diiklankan.

Apabila mengacu pada aturan panduan *Federal Trade Commision* (FTC), salah satu lembaga pemantau periklanan terkemuka di Amerika Serikat, bentuk penyajian iklan juga dapat menyesatkan konsumen atau pihak yang melihatnya. Berdasarkan pedoman tersebut, dapat diambil konklusi bahwa suatu iklan dianggap memiliki representasi yang keliru (atau iklan palsu) jika pernyataan tersurat ataupun tersirat tidak sesuai dengan fakta atau jika informasinya penting untuk mencegah kesalahpahaman praktik (yang tidak realistis), klaim, representasi atau keyakinan tidak dipaparkan. Tidak jelas apa yang dimaksud dengan perilaku wajar sehingga konsumen yang rasional akan memperoleh hasil yang tidak akurat atau menyesatkan. Informasi penting lainnya bersifat "material" karena digunakan sebagai alat pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian suatu produk atau penggunaan iklan tertentu (Hamblin & Writght, 1998, *cit.* Harianto, 2008). Sebaliknya menurut Handler, iklan yang menipu adalah iklan yang mengandung informasi palsu, mendorong pembelian produk yang diiklankan, dan perilaku ini merugikan konsumen serta didasarkan pada kecurangan atau penipuan (Handler (1972) dalam Harianto, 2008). Dalam hal ini, iklan-iklan dari perusahaan rokok biasanya menganjurkan kenikmatan merokok yang bersifat sementara tanpa memperhatikan dampak negatif dari merokok, hal ini menyebabkan banyak remaja mencoba untuk merokok. Hal ini terlihat pada iklan-iklan rokok yang menitikberatkan pada aspek-aspek positif dari rokok dan menghindari dampak-dampak adiktif atau berbahaya dari rokok yang tidak disebutkan secara eksplisit. Walaupun dicantumkan peringatan kecil, tulisannya lebih kecil dari gambar sehingga menyebabkan fokus perhatian ketika melihat iklan rokok lebih mengarah ke gambar yang menarik dibandingkan peringatan kecil yang biasanya

terletak di bagian bawah gambar iklan. Hal ini dapat dimengerti karena tujuan periklanan perusahaan rokok adalah untuk meningkatkan penjualan rokok sehingga perusahaan berusaha meyakinkan khalayak yang dituju (Vakratsas & Ambler, 1999).

Meningkatnya penayangan iklan palsu disebabkan oleh meningkatnya tekanan persaingan dari dunia usaha untuk menarik konsumen dan menipu mereka. Beberapa standar yang dapat digunakan untuk menentukan informasi iklan yang disalahartikan, antara lain informasi yang disalahartikan (*misleading*), informasi faktual yang tidak benar, konsumen rasional, dan alasan klaim iklan. Semua pedoman tersebut dapat memudahkan pemerintah dan lembaga lain yang terlibat di dunia periklanan untuk mencermati berbagai contoh periklanan di media cetak dan elektronik sehingga potensi kerugian konsumen dapat dihindari (Harianto, 2008). Tinarbuko (2002) menggambarkan salah satu contoh iklan rokok yang menimbulkan kontroversi antara psikolog dan anggota DPR pada tahun 2001, yaitu rokok A Mild. Iklan rokok ini menggunakan animasi binatang dan kartun, yang secara langsung atau tidak langsung berdampak pada anak-anak dan remaja. Sebenarnya rokok tersebut juga dianggap menipu dan dapat mendorong anak untuk mulai merokok sejak dini karena memanfaatkan tokoh kartun dan hewan animasi. Iklan rokok juga mengandung makna bahwa merokok adalah hal yang lumrah di kalangan anak-anak, dan menimbulkan pengalaman yang menyenangkan, padahal iklan tersebut juga harus menyampaikan kepada masyarakat bahwa merokok dapat menimbulkan kecanduan pada anak-anak atau remaja yang sudah mencobanya sehingga remaja atau anak-anak tidak boleh mencobanya (Pierce *et al.* dalam Boyle, *et al.*, 2004).

Paparan komprehensif ini juga menunjukkan bahwa mereka yang terkesima dan tertarik ketika melihat iklan rokok mempunyai kecenderungan lebih besar untuk mencoba merokok dibandingkan mereka yang tidak. Hak tersebut berangkat dari iklan rokok dalam peninjauan ini yang sangat menarik dari segi pewarnaan, gambar-gambar yang berkaitan dengan rokok tersebut kreatif dan lucu, menggunakan model anak muda, dipasang di tempat strategis dan mudah dijangkau oleh remaja, misalnya di dekat sekolah. Alhasil, iklan tersebut mampu meninggalkan kesan tersendiri bagi remaja yang melihatnya. Selain itu, iklan tersebut juga

disebarluaskan melalui berbagai media, misalnya baliho, spanduk, televisi, media cetak (majalah, surat kabar), dan pesan di media sosial. Pesan iklannya juga sederhana dan berulang-ulang. Bahkan, dengan penggunaan terminologi remaja yang dianggap “gaul”. Misalnya, “*rumpuk gue lebih asik dari tetangga*”, “*rich taste*”, “*today's spirit, talk less do more, dan hilang arah go a head*”. Paparan komprehensif ini sejalan dengan peninjauan mengenai sifat longitudinal Amerika yang menunjukkan bahwa semakin besar penerimaan remaja terhadap iklan rokok, semakin besar pula kemungkinan mereka mencoba merokok (Pierce *et al.* dalam Boyle, *et al.*, 2004).

Perusahaan rokok menghabiskan hampir setengah dari total pengeluaran pemasarannya untuk upaya promosi yang terkait dengan penjualan rokok. Pemasaran tembakau difasilitasi oleh media, termasuk majalah, surat kabar, pakaian, dan iklan luar ruang seperti papan reklame (Swan *et al.* dalam Weiner, 2003). Sebaliknya, berdasarkan temuan peninjauan ini, sebagian besar remaja perokok memiliki barang-barang yang bertuliskan merek rokoknya masing-masing, antara lain kaus, korek api, ikat pinggang, jam dinding, dompet, asbak, cangkir, dan koleksi rokok kemasan. Paparan komprehensif bivariabel juga menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara kepemilikan barang yang berhubungan dengan merek rokok dengan perilaku siswa SMP dalam merokok di Bantul. Remaja yang memiliki barang-barang yang mewakili merek rokok memiliki kecenderungan merokok yang lebih tinggi dibandingkan remaja yang tidak memiliki barang-barang yang mewakili merek yang sama. Temuan ini dikuatkan dengan pernyataan Pierce *et al.* (dalam Boyle, *et al.*, 2004) mengungkapkan bahwa mayoritas remaja berusia 12-14 tahun di Amerika mempunyai iklan rokok yang disukai, dan 30% remaja usia 15-17 tahun bersedia memakai kaus bergambar merek rokok. Hal ini menunjukkan bahwa iklan rokok telah mencapai kesuksesan dalam menjangkau dunia remaja.

Remaja SMP di Bantul menjadi sasaran iklan rokok melalui televisi, majalah, surat kabar, dan iklan luar ruangan seperti di pinggir jalan. Paparan komprehensif ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelajar menjadi sasaran iklan rokok di jalan. Berdasarkan informasi pada Tabel 14, dapat diambil konklusi bahwa semakin sering seseorang membaca

majalah, koran, menonton televisi, jalan-jalan atau merokok maka semakin besar pula kemungkinan orang tersebut akan merokok pada saat itu. Namun, hasil pengujian bivariabel gagal menunjukkan keterkaitan yang signifikan antara unsur pemengaruh tersebut. Hal ini sejalan dengan paparan komprehensif Prabandari *et al.* (2004) bahwa tidak ada keterkaitan antara frekuensi membaca majalah, koran, mendengarkan radio, atau menonton televisi dengan perilaku merokok. Sebab, ketertarikan remaja terhadap iklan rokok berasal dari *jingle* lagu, cerita, dan bintangnya, bukan dari produknya. Hal ini didukung oleh temuan Hanewinkel *et al.* (2010) yang mempelajari keterkaitan antara merokok pada remaja dengan konten atau pesan spesifik iklan rokok. Sebaliknya, iklan-iklan yang biasanya ditampilkan pada majalah-majalah yang fokus pada iklan rokok diperuntukkan bagi kaum laki-laki, sedangkan majalah-majalah yang banyak dibaca oleh pelajar adalah media-media remaja dan anak-anak, seperti Bobo, Gadis, Aneka, Keren Beken, Gaul, dan sebagainya. Proses menonton televisi pada siswa SMP Bantul bervariasi, ada yang menonton televisi sepulang sekolah (13.00-15.00), pada sore hari pukul 17.00 hingga pukul 21.00 malam, pada pagi hari sebelum berangkat sekolah dan ada juga yang menonton televisi pada pukul 22.00, 01.30 hingga 03.00 dini hari.

5
Berdasarkan PP Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan, iklan dan promosi mengenai rokok dapat dilakukan di media digital antara pukul 21.30 sampai dengan pukul 05.00 waktu setempat. Berdasarkan informasi, remaja diperkirakan akan terkena iklan rokok di televisi jika menonton televisi setelah pukul 21.00. Stasiun yang paling sering disaksikan remaja adalah Global Tv, Trans7, dan Trans Tv. Para penulis telah mengamati bahwa banyak program di stasiun-stasiun ini ditujukan untuk dunia remaja, seperti film, olahraga, lagu, dan banyak lagi. Sebaliknya, remaja berpendapat bahwa acara televisi yang paling banyak menampilkan iklan rokok adalah acara olahraga (44,3%), sisanya adalah acara berita, film, *reality show*, dan komedi. Selain itu, Hanewinkel *et al.* (2011) dalam peninjauan longitudinal mengenai iklan rokok dan inisiasi merokok di Jerman, penulis juga melaporkan bahwa tidak ada keterkaitan antara frekuensi menonton televisi dan inisiasi merokok pada remaja.

Selanjutnya, berdasarkan pantauan penulis terhadap pihak sekolah selama peninjauan, terdapat seorang kepala sekolah yang merokok di ruangannya pada saat bekerja dan ketika disaksikan oleh penulis, beliau langsung mematikan rokok tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa sekolah yang seharusnya bebas asap rokok belum sepenuhnya terwujud. Oleh karena itu, komitmen yang kuat dari sekolah sangat penting untuk mewujudkan sekolah bebas rokok.

36

E. Faktor Utama yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok Remaja

Berdasarkan penguraian multivariabel dengan menggunakan regresi logistik, unsur pemengaruh yang berkaitan dengan perilaku merokok adalah jenis kelamin karena mempunyai nilai koefisien (β) yang paling tinggi. Remaja laki-laki SMP memiliki kemungkinan 17,00 kali lebih besar dibandingkan remaja perempuan SMP (Trisnowati, 2012). Hal ini sesuai dengan beberapa peninjauan sebelumnya yang menemukan bahwa laki-laki lebih cenderung merokok (Aditama, 2002; CDC, 2010; Karekla *et al.*, 2009; Mackay & Eriksen, 2002; Nichter *et al.*, 2009; Prabandari, *et al.*, 2004; Suhardi, 1997).

Berikutnya, remaja yang mempunyai teman merokok mempunyai kemungkinan 6,33 kali lebih besar untuk merokok. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat dampak yang signifikan dari kelompok teman sebaya atau tekanan sosial dari anggota keluarga atau teman di sekolah ataupun di luar sekolah. Selain itu, unsur pemengaruh yang berkaitan dengan perilaku merokok remaja adalah tingginya paparan iklan rokok, saudara laki-laki yang merokok, dan pengetahuan orang tua yang kurang mengetahui keberadaan anaknya. Remaja yang mendapat paparan iklan rokok dengan konsentrasi tinggi memiliki kemungkinan 5,95 kali lebih besar untuk merokok dibandingkan remaja yang mendapatkan paparan iklan rokok dengan konsentrasi rendah. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa periklanan biasanya menyediakan sarana bagi merek untuk mencapai target melalui media yang menyampaikan pesan secara berulang-ulang, hal ini akan menimbulkan respons dari target (Singh & Cole (1993) dalam Vakratsas & Ambler, 1999). Selain itu, paparan komprehensif ini juga sejalan dengan rancangan teori komunikasi persuasif yang menyatakan

47
bahwa salah satu faktor yang berkontribusi terhadap perilaku merokok remaja adalah paparan iklan rokok. Kriteria untuk terpapar iklan rokok adalah iklan tersebut harus disampaikan secara berulang-ulang melalui media (McGuire (1984) dalam Simons-Morton *et al.*, 1995). Pesan yang efektif adalah pesan yang mempunyai tujuan tertentu. Hal ini menyiratkan bahwa ketika pesan ditujukan untuk afeksi sasaran maka diperlukan pesan yang berdampak secara emosional (McGuire (1984) dalam Simons-Morton *et al.*, 1995). Misalnya, salah satu iklan rokok Class Mild yang secara jelas menggambarkan seorang remaja laki-laki yang berusaha melindungi seorang remaja perempuan menggunakan jaketnya yang diberi judul, "*talk less do more*". Selain itu, keyakinan dan tindakan target didasarkan pada paparan berulang terhadap iklan yang disajikan media karena pengiklan percaya bahwa ada banyak pesaing yang membatasi waktu target (Simons-Morton *et al.*, 1995).

Remaja yang memiliki kakak laki-laki perokok mempunyai kemungkinan 4,26 kali lebih besar untuk mempunyai kebiasaan merokok. Dalam konteks keluarga, kakak laki-laki berperan sebagai figur paling penting yang dicari remaja selain ayah mereka. Dampak kakak kandung lebih besar dalam menyebabkan remaja merokok dibandingkan orang tua kandung. Paparan komprehensif ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Botvin *et al.* (1993), bahwa status merokok pada kakak menyebabkan remaja menjadi perokok. Hal ini memfasilitasi kemampuan kakak laki-laki untuk lebih terlibat dengan remaja. Artinya, kakak laki-laki lebih mudah diajak berdiskusi tentang masa remajanya. Lain halnya dengan ayah, biasanya remaja laki-laki merasa segan dengan sosok ayah, akibatnya mereka enggan berhubungan dengan ayahnya. Hal ini didukung oleh paparan komprehensif Tyas & Pederson (1998) yang menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan ayah dan anak semata-mata disebabkan oleh perilaku merokok pada remaja putri, sedangkan tidak adanya hubungan ibu dan anak dikaitkan dengan perilaku merokok pada peningkatan prevalensi merokok pada kedua jenis kelamin.

Sebaliknya, remaja yang orang tuanya tidak mengetahui lokasinya mempunyai kemungkinan 3,13 kali lebih besar untuk merokok dibandingkan remaja yang orang tuanya mengetahui lokasinya. Hal ini merupakan contoh dukungan orang tua yang dapat mencegah remaja untuk

mencoba merokok (Zielinski, 1999). Penjelasan di atas dapat diambil konklusi bahwa remaja laki-laki yang memiliki teman merokok, terpapar iklan rokok dalam jumlah besar, mempunyai kakak laki-laki yang merokok, dan orang tua yang kurang memiliki dukungan sosial (tidak mengetahui di mana remaja tersebut berada) lebih besar kemungkinannya untuk mencoba merokok lebih besar. Kelima unsur pemengaruh tersebut semuanya berkaitan dengan perilaku merokok siswa SMP di Bantul tahun 2011.

Berdasarkan paparan komprehensif, penulis mengusulkan beberapa strategi untuk mencegah remaja merokok. *Pertama*, Pemerintah Kabupaten Bantul agar menata kembali penempatan iklan rokok, khususnya di dekat sekolah. Hal ini dilakukan guna mengurangi jumlah waktu iklan rokok di kalangan remaja. *Kedua*, dengan mengikuti kegiatan pencegahan merokok, yakni melalui *peer education*. Dengan mempertimbangkan dampak signifikan dari teman sebaya atau tekanan sosial dari teman sebaya terhadap perilaku merokok remaja, pendidikan kelompok sebaya (*peer education*) telah diusulkan sebagai strategi yang berhasil dalam mencegah remaja merokok karena kemampuannya dalam memengaruhi perilaku merokok mereka (Hoffman *et al.* (2006) dalam Starkey *et al.*, 2009). Paparan komprehensif dari Starkey *et al.*, (2009) menunjukkan bahwa program pencegahan merokok yang melibatkan teman sebaya dapat menurunkan jumlah perokok tetap sebesar 22%. *Ketiga*, meningkatkan komunikasi antara guru dan orang tua, hal ini dilakukan dalam rangka mengamati aktivitas siswa di sekolah dan di rumah. Misalnya, dengan mengedukasi orang tua siswa tentang tujuan iklan rokok dan sifat adiktif dari rokok, hal ini akan menurunkan prevalensi remaja yang merokok. Hal ini dapat dilakukan ketika menerima rapor. Dukungan sosial yang positif dari orang tua dan guru dapat mencegah remaja dari perilaku merokok (Zielinski, 1999). *Keempat*, mengubah reputasi positif rokok dengan memberikan pemahaman kepada remaja laki-laki mengenai sifat adiktif rokok dan penyebab perilakunya, mengingatkan laki-laki mempunyai dampak paling besar terhadap perilaku remaja yang merokok.

BAB IX

INFERENSI PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA

Perilaku merokok pelajar SMP di Bantul DIY, antara lain 73 orang (39,5%) pernah mencoba merokok. Dari 73 remaja yang pernah mencoba merokok, 43 remaja (58,9%) sedang merokok saat ini (*current smoker*). Dari total 112 remaja yang belum pernah merokok, 13 orang (11,6%) termasuk dalam kategori rentan merokok. Hampir seluruh remaja laki-laki pernah mencoba merokok (63,5%).

Faktor sosiodemografi yang berkaitan signifikan dengan perilaku merokok pada pelajar SMP di Bantul DIY, yaitu jenis kelamin, keberhasilan sekolah, banyak uang saku, dan karakteristik orang tua, sedangkan unsur pemengaruh tempat tinggal, pekerjaan orang tua dan usia adalah tidak signifikan dalam kaitannya dengan perilaku merokok pelajar SMP di Bantul, DIY.

Lingkungan sosial yang berkaitan signifikan dengan perilaku merokok remaja di Kabupaten Bantul DIY adalah kehadiran teman yang merokok, sedangkan lingkungan sosial dilihat dari perilaku merokok anggota keluarga tidak signifikan.

Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara tingkat pengetahuan mengenai dampak rokok dengan kesehatan dan iklan rokok pada perilaku remaja merokok di Bantul, DIY.

Terdapat keterkaitan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada pelajar SMP di Bantul, DIY. Remaja yang menjadi sasaran iklan rokok dalam konsentrasi tinggi memiliki kemungkinan 7,83 kali lebih besar untuk mencoba merokok.

Berdasarkan penguraian multivariabel, faktor utama yang berperan dalam perilaku merokok remaja SMP di Kabupaten Bantul, DIY, yaitu

jenis kelamin, tinggi badan, teman dekat yang merokok, tingginya paparan iklan rokok, kakak laki-laki yang merokok, dan orang tua yang tidak menyadari keberadaan anaknya. Pelajar SMP laki-laki mempunyai kemungkinan 17,00 kali lebih besar untuk merokok dibandingkan pelajar SMP perempuan. Remaja yang mempunyai teman merokok mempunyai kemungkinan 6,33 kali lebih besar untuk melakukan perilaku merokok. Tingginya jumlah iklan rokok meningkatkan kemungkinan remaja menjadi perokok sebesar 5,95 kali lebih besar. Remaja yang mempunyai kakak laki-laki yang merokok mempunyai kemungkinan 4,26 kali lebih besar untuk mempunyai kebiasaan merokok. Remaja yang orang tuanya tidak mengetahui keberadaannya mempunyai peluang sebesar 3,13 untuk merokok.

Selain itu, dari paparan komprehensif tersebut penulis memberikan gagasan usul. *Pertama*, sekolah dapat mengedukasi orang tua siswa mengenai penyebab iklan rokok pada remaja dan zat-zat berbahaya dalam rokok yang dapat menimbulkan kecanduan pada remaja. Hal ini dimungkinkan ketika penerimaan rapor. *Kedua*, suatu program yang mendorong pencegahan perilaku merokok remaja dengan membentuk kelompok pendidik (*peer group educator*) di sekolah, yang dampaknya dianggap sangat penting dalam pencegahan perilaku merokok remaja. *Ketiga*, “memberikan edukasi kesehatan kepada remaja tentang sifat adiksi rokok dan menekankan bahwa iklan rokok dapat mendorong remaja mulai merokok”.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A. (2008). Regulasi Pengendalian Masalah Rokok di Indonesia. *Kesmas: National Public Health Journal*, 2(4), 161. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v2i4.259>
- Aditama, T. Y. (2002). Smoking problem in Indonesia. *Medical Journal of Indonesia*, 11(1), 56–65. <https://doi.org/10.13181/mji.v11i1.52>
- Al-Mohamed, H. I., & Amin, T. T. (2010). Pattern and prevalence of smoking among students at King Faisal University, Al Hassa, Saudi Arabia. *Eastern Mediterranean Health Journal*, 16(1), 56–64. <https://doi.org/10.26719/2010.16.1.56>
- Andreeva, T. I., Krasovsky, K. S., & Semenova, D. S. (2007). Correlates of smoking initiation among young adults in Ukraine: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, 7, 1–8. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-7-106>
- Azwar, E. (2007). *Determinan perilaku merokok pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Aceh Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam*. Universitas Gadjah Mada.
- Backinger, C. L. et al. (2003) 'Adolescent and young adult tobacco prevention and cessation: Current status and future directions', *Tobacco Control*, 12(SUPPL. 4), pp. IV46-53. doi: 10.1136/tc.12.suppl_4.iv46.
- Bafunno, D. et al. (2020). Impact of tobacco control interventions on smoking initiation, cessation, and prevalence: a systematic review. *Journal of thoracic disease*, 12(7), 3844–3856. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7399441/
- Bird, Y. et al. (2020). Impact and Effectiveness of Legislative Smoking Bans and Anti-Tobacco Media Campaigns in Reducing Smoking among Women in the US: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 8(1), 20. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7151169/

- Botvin, G. J., Goldberg, C. J., Botvin, E. M., & Dusenbury, L. (1993). Smoking behavior of adolescents exposed to cigarette advertising. *Public Health Reports*, *108*(2), 217–224.
- Boyle, D. G., Boyle, D. B., Olsen, V., Morgan, J. A. T., & Hyatt, A. D. (2004). Rapid quantitative detection of chytridiomycosis (*Batrachochytrium dendrobatidis*) in amphibian samples using real-time Taqman PCR assay. *Diseases of Aquatic Organisms*, *60*(2), 141–148. <https://doi.org/10.3354/dao060141>
- Carrión-Valero, F. et al. (2023). Prevention of tobacco use in an adolescent population through a multi-personal intervention model. *Tobacco prevention & cessation*, *9*, 37. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10726255/
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC). (2010). Cigarette Use among High School Student-United States, 1991-2009. In *MMWR. Morbidity and mortality weekly report* (Vol. 59, Issue 26).
- Choi, Y. et al. (2021). Behavioral interventions for smoking cessation among adolescents: a rapid review and meta-analysis for the Korea Preventive Services Task Force. *Osong public health and research perspectives*, *12*(3), 177–186. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8256302/
- Clark, E., McCann, T. V., Rowe, K., & Lazenbatt, A. (2004). Cognitive dissonance and undergraduate nursing students' knowledge of, and attitudes about, smoking. *Journal of Advanced Nursing*, *46*(6), 586–594. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2004.03049.x>
- Cruz, T. B. et al. (2019). Pro-tobacco marketing and anti-tobacco campaigns aimed at vulnerable populations: A review of the literature. *Tobacco induced diseases*, *17*, 68. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6770621/
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2007). Riset Kesehatan Dasar 2007. *Laporan Nasional 2007*, 1–384.
- Dignan, M. B., & Carr, P. A. (1992). *Program planning for health education and promotion*. https://books.google.co.id/books/about/Program_Planning_for_Health_Education_an.html?id=ygkmAQAIAAJ&redir_esc=y

- Dinas Kesehatan DIY. (2009). *Mapping Perilaku Merokok Rumah Tangga di Provinsi DIY*.
- Donaldson, S. I. et al. (2022). Association Between Exposure to Tobacco Content on Social Media and Tobacco Use: A Systematic Review and Meta-analysis. *JAMA pediatrics*, 176(9), 878–885. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9274450/
- Dvorkin, Sophie. (2023). The Psychology Behind the Marketing of Alcohol and Tobacco: How We Convince People to Do Things That Are Bad For Them. *CMC Senior Theses*. 3216. Dalam scholarship.claremont.edu
- Edward S. Kim & Fadlo R. Khuri. (2003). Prevention and Early Detection of Lung Cancer. (pp. 265–279). The University of Texas M. D. Anderson Cancer Center, Houston, Texas, Springer-Verlag New York, Inc.
- Escobedo, P. et al. (2020). Do tobacco industry websites target content to specific demographic groups?. *Drug and alcohol dependence*, 208, 107852. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7039770/
- Freeman B. et al. (2022). Global tobacco advertising, promotion and sponsorship regulation: what's old, what's new and where to next? *Tobacco Control*;31:216-221. Dalam tobaccocontrol.bmj.com/content/31/2/216
- Gallucci, G. et al. (2020). Cardiovascular risk of smoking and benefits of smoking cessation. *Journal of thoracic disease*, 12(7), 3866–3876. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7399440/
- Golechha, M. (2016) 'Health promotion methods for smoking prevention and cessation: A comprehensive review of effectiveness and the way forward', *International Journal of Preventive Medicine*, 7:7, pp. 1–5. doi: 10.4103/2008-7802.173797.
- Guo, S. E. et al. (2022). Effectiveness of Smoking Prevention Programs on the Knowledge, Attitudes, and Anti-Smoking Exposure Self-Efficacy among Non-Smoking Rural Seventh-Grade Students in Taiwan. *International journal of environmental research and public health*, 19(15), 9767. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9368654/
- Hanewinkel, R., Isensee, B., Sargent, J. D., & Morgenstern, M. (2010). Cigarette Advertising and Adolescent Smoking. *American Journal*

- of Preventive Medicine*, 38(4), 359–366. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2009.12.036>
- Hanewinkel, R., Isensee, B., Sargent, J. D., & Morgenstern, M. (2011). Cigarette advertising and teen smoking initiation. *Pediatrics*, 127(2). <https://doi.org/10.1542/peds.2010-2934>
- Hariato, D. (2008). Standar Penentuan Informasi Iklan Menyesatkan. *Jurnal Equality*, 13(1).
- Indukirana, A. (2006). *Hubungan Pengetahuan dan Lingkungan Sekitar dengan Perilaku Merokok PNS pada Dinas Pemukiman dan Prasarana Wilayah Propinsi Yogyakarta*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Jafari, A. et al. (2022). Exploration the role of social, cultural and environmental factors in tendency of female adolescents to smoking based on the qualitative content analysis. *BMC women's health*, 22(1), 38. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8832822/
- Jones, K., & Salzman, G. A. (2020). The Vaping Epidemic in Adolescents. *Missouri medicine*, 117(1), 56–58. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7023954/
- Karekla, M., Symeou, A., Tsangari, H., Kapsou, M., & Constantinou, M. (2009). Smoking prevalence and tobacco exposure among adolescents in Cyprus. *European Journal of Public Health*, 19(6), 655–661. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckp064>
- Kemenhumham (2012) *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109*. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025>
<http://dx.doi.org/10.1038/nature10402>
<http://dx.doi.org/10.1038/nature21059>
<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127>
<http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro.2577>
<http://>
- Kemenkes RI. (2010). Riskesdas 2010. *Laporan Nasional 2010*, 1–466.
- Kim, S. Y. et al. (2020). School-Based Tobacco Control and Smoking in Adolescents: Evidence from Multilevel Analyses. *International journal of environmental research and public health*, 17(10), 3422. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7277168/
- Kirkbride, J. B. et al. (2024). The social determinants of mental health and disorder: evidence, prevention and recommendations. *World*

psychiatry: official journal of the World Psychiatric Association (WPA), 23(1), 58–90. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10786006/

- Leshargie, C. T. et al. (2019). The impact of peer pressure on cigarette smoking among high school and university students in Ethiopia: A systemic review and meta-analysis. *PloS one*, 14(10), e0222572. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6788683/
- Liang, Y. C. et al. (2022). Influence of Personal, Environmental, and Community Factors on Cigarette Smoking in Adolescents: A Population-Based Study from Taiwan. *Healthcare (Basel, Switzerland)*, 10(3), 534. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8951170/
- Lin, B. et al. (2023). Assessing the Effectiveness of a Community-Based Smoking Cessation Intervention - Shenzhen City, Guangdong Province, China, 2022. *China CDC weekly*, 5(28), 619–624. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10372410/
- Lin, M. et al. (2023). Factors influencing adolescent experimental and current smoking behaviors based on social cognitive theory: A cross-sectional study in Xiamen. *Frontiers in public health*, 11, 1093264. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10073720/
- Ling, P. M., & Glantz, S. A. (2002). Why and How the Tobacco Industry Sells Cigarettes to Young Adults: Evidence From Industry Documents. *American Journal of Public Health*, 92(6), 908. <https://doi.org/10.2105/AJPH.92.6.908>
- López, M. L., Herrero, P., Comas, A., Leijts, I., Cueto, A., Charlton, A., Markham, W., & De Vries, H. (2004). Impact of cigarette advertising on smoking behaviour in Spanish adolescents as measured using recognition of billboard advertising. *European Journal of Public Health*, 14(4), 428–432. <https://doi.org/10.1093/eurpub/14.4.428>
- Lule, E., Rosen, J. E., Singh, S., Knowles, J.C., and Behrman, J. R. (2006). Adolescent Health Programs. In P. Jamison, D.T., Breman J. G., Measham, A.R., Alleyne, G., Claeson, M., Evans, D.B., Jha,P., Mills, A., and Musgrove (Ed.), *Disease Control Priorities in*

Developing Countries, Second Edition (DCP2) (Vol. 296, Issue 22, p. 2740). Oxford University Press.

- Mackay, J., & Eriksen, M. (2002). The tobacco atlas. Geneva: World Health Organization. *Publications of the World Health Organization*, 2–50.
- MacMonegle, A. J. et al. (2022). Effects of a National Campaign on Youth Beliefs and Perceptions About Electronic Cigarettes and Smoking. *Preventing chronic disease*, 19, E16. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8992685/
- Mahajan, S. D. et al. (2021). Multifactorial Etiology of Adolescent Nicotine Addiction: A Review of the Neurobiology of Nicotine Addiction and Its Implications for Smoking Cessation Pharmacotherapy. *Frontiers in public health*, 9, 664748. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8287334/
- Mahmoodabad, S. S. M. et al. (2021). Designing an educational campaign intervention on smoking preventive behaviors in students: A protocol. *Journal of education and health promotion*, 10, 381. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8641718/
- Meswati, E. (2009). *Industri Rokok: Iklan Rokok Kepung Para Remaja*.
- Moran, M. B. et al. (2019). Ethnic and Socioeconomic Disparities in Recalled Exposure to and Self-Reported Impact of Tobacco Marketing and Promotions. *Health communication*, 34(3), 280–289. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6004334/
- Mpousiou, D. P. et al. (2021). Evaluation of a school-based, experiential-learning smoking prevention program in promoting attitude change in adolescents. *Tobacco induced diseases*, 19, 53. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8212924/
- Nargis, N. et al. (2019). Socioeconomic patterns of smoking cessation behavior in low and middle-income countries: Emerging evidence from the Global Adult Tobacco Surveys and International Tobacco Control Surveys. *PloS one*, 14(9), e0220223. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6730869/
- Nazir, M. A. et al. (2019). Global Prevalence of Tobacco Use in Adolescents and Its Adverse Oral Health Consequences. *Open*

- access *Macedonian journal of medical sciences*, 7(21), 3659–3666.
Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6986508/
- Nguyen-Grozavu, F. T. et al. (2020). Widening disparities in cigarette smoking by race/ethnicity across education level in the United States. *Preventive medicine*, 139, 106220. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7494609/
- Nichter, M., Padmawati, S., Danardono, M., Ng, N., Prabandari, Y., & Nichter, M. (2009). Reading culture from tobacco advertisements in Indonesia. *Tobacco Control*, 18(2), 98–107. <https://doi.org/10.1136/tc.2008.025809>
- O’Loughlin, J., Karp, I., Koulis, T., Paradis, G., & Difranza, J. (2009). Determinants of first puff and daily cigarette smoking in adolescents. *American Journal of Epidemiology*, 170(5), 585–597. <https://doi.org/10.1093/aje/kwp179>
- Ogden, J. (2000). *Health Psychology*. Open University Press.
- Pardo, C., Piñeros, M., Jones, N. R., & Warren, C. W. (2010). Results of global youth tobacco surveys in public schools in bogotá, colombia. *Journal of School Health*, 80(3), 141–145. <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.2009.00479.x>
- Park, E., & Chang, Y. P. (2020). Using Digital Media to Empower Adolescents in Smoking Prevention: Mixed Methods Study. *JMIR pediatrics and parenting*, 3(1), e13031. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7157503/
- Park, J. H. et al. (2022). Factors Influencing Smoking among Multicultural Adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 19(18), 11219. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9517424/
- Patterson, R. M. K. J. F. S. T. L. (1993). *Health and Human Behavior*. McGraw-Hill CollegE.
- Pattynasarany, L. (2004). *Hubungan Persepsi dan Sikap Remaja tentang Merokok dengan Perilaku Merokok di SMU Kota Masohi Maluku Tengah*. Universitas Gadjah Mada.
- PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 19 TAHUN 2003 TENTANG PENGAMANAN ROKOK BAGI KESEHATAN.** (2003). 4, 147–173.

- Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, D. (2004). Adolescent Smoking. In *Tobacco and Public Health* (pp. 315–324).
- Pierce, J.P., Distefan, J.M., Hill, D. (2005). Adolescent Smoking. In P. Boyle (Ed.), *Tobacco and Public Health: Science and Policy* (pp. 315–324). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/annonc/mdi097>
- Pike, J. R. et al. (2019). The Effect of E-cigarette Commercials on Youth Smoking: A Prospective Study. *American journal of health behavior*, 43(6), 1103–1118. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6824286/
- Prabandari, Y.S., Supriyati., Sunggoro, J.A., Al Kaff, R. (2004). *Paparan Iklan Rokok dan Perilaku Merokok*. UGM.
- Prabandari, Y. S. (2007). *Benarkah Paparan Iklan Rokok Dapat Menyebabkan Remaja Tertarik untuk Merokok* (Edisi II). Mensana (Informasi Kesehatan dan Media Sehat).
- Public Health Law Center. (2022). Restricting Tobacco Advertising. Dalam publichealthlawcenter.org
- Quit Tobacco Indonesia. (2009). *Laporan Hasil Survei Sekolah di Kota Yogyakarta*.
- Rico-Martín, S. et al. (2019). Effects of Smoking and Physical Activity on the Pulmonary Function of Young University Nursing Students in Cáceres (Spain). *The journal of nursing research: JNR*, 27(5), e46. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6752695/
- Sánchez-Franco, S. et al. (2021). Cultural adaptation of two school-based smoking prevention programs in Bogotá, Colombia. *Translational behavioral medicine*, 11(8), 1567–1578. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8499713/
- Santoso, S. S. (1993). Perilaku Remaja yang Berkaitan dengan Kebiasaan Merokok. In *Cermin Dunia Kedokteran* (pp. 41–47).
- Sergeant, J. (2000). The cognitive-energetic model: An empirical approach to Attention-Deficit Hyperactivity Disorder. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 24(1), 7–12. [https://doi.org/10.1016/S0149-7634\(99\)00060-3](https://doi.org/10.1016/S0149-7634(99)00060-3)
- Sibarani, W. (2008). Dunia Melawan Rokok. *Seputar Indonesia*.

- Siegel, M., & Biener, L. (2000). The impact of an antismoking media campaign on progression to established smoking: Results of a longitudinal youth study. *American Journal of Public Health, 90*(3), 380–386. <https://doi.org/10.2105/AJPH.90.3.380>
- Simons-Morton, B. G., Greene, W. H., & Gottlieb, N. H. (1995). *Introduction to health education and health promotion (2nd ed)*. Waveland Press.
- Sitepoe, M. (2000). *Kekhususan Rokok Indonesia*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Slomp, F. M. et al. (2019). Association Of Cigarette Smoking With Anxiety, Depression, And Suicidal Ideation Among Brazilian Adolescents. *Neuropsychiatric disease and treatment, 15*, 2799–2808. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6767479/
- Smet, B. (1994). *Psikologi Kesehatan*. PT. Gramedia.
- Starkey, F., Audrey, S., Holliday, J., Moore, L., & Campbell, R. (2009). Identifying influential young people to undertake effective peer-led health promotion: The example of A Stop Smoking in Schools Trial (ASSIST). *Health Education Research, 24*(6), 977–988. <https://doi.org/10.1093/her/cyp045>
- Suhardi. (1997). *Perilaku merokok di Indonesia (Smoking behavior in Indonesia)-Seri Survei Kesehatan Rumah Tangga*. Departemen Kesehatan Indonesia-Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Suparno. (2004). *Marketing Professional*. Restu Agung.
- Swan, G.E., Hudmon, K.S., Khroyan, T. V. (2003). Tobacco Dependence in: Weiner. In editor in Chief (Ed.), *Handbook of Psychology, Health Psychology* (pp. 147–155). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119072980.ch28>
- Sweileh W. M. (2024). Technology-based interventions for tobacco smoking prevention and treatment: a 20-year bibliometric analysis (2003-2022). *Substance abuse treatment, prevention, and policy, 19*(1), 13. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10848402/
- Thakur, J., & Choudhari, S. G. (2024). Effectiveness of Healthcare Interventions on Smoking Cessation in Adolescents in Low-and

- Middle-Income Countries: A Narrative Review. *Cureus*, 16(2), e54051. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10934063/
- Tinarbuko, S. (2002). Haruskah Iklan dilenyapkan? *Nirmana*, 4(2), 143–157.
- Trisnowati, H. (2012) *Paparan Iklan Rokok Dan Perilaku Merokok Pada Remaja SMP Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2011*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Truth Initiative. (2023). Industry influencer: how tobacco content is infiltrating social media. Industry Influencer. Dalam truthinitiative.org
- Tyas, S. L., & Pederson, L. L. (1998). Psychosocial factors related to adolescent smoking: A critical review of the literature. *Tobacco Control*, 7(4), 409–420. <https://doi.org/10.1136/tc.7.4.409>
- Vakratsas, Demetrios; Ambler, T. (1999). How Advertising Works: What Do We Really Know? *Journal of Marketing*, 63(1), 26–43. <https://doi.org/10.1177/002224299906300103>
- Varghese, J., & Muntode Gharde, P. (2023). A Comprehensive Review on the Impacts of Smoking on the Health of an Individual. *Cureus*, 15(10), e46532. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10625450/
- Vassey, J. et al. (2022). Frequency of social media use and exposure to tobacco or nicotine-related content in association with E-cigarette use among youth: A cross-sectional and longitudinal survey analysis. *Preventive medicine reports*, 30, 102055. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9747649/
- Vázquez-Otero, C. et al. (2023). Tobacco-control policy support among people from low socioeconomic positions in Massachusetts. *Preventive medicine reports*, 35, 102336. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10410238/
- WHO. (2008). World Health Organization. Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008: The MPOWER Package. In *Who*.
- Widiyarso, J. (2008). *Iklan Rokok Merajalela Remaja Perokok Meningkat*.
- World Health Organization (2008) 'WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008 The MPOWER package', *WHO Report on the Global Tobacco Epidemic 2008 The MPOWER package*, p. 330.

Available at: http://www.who.int/tobacco/mpower/mpower_report_full_2008.pdf.

- World Health Organization. (2010). *Global Progress Report on Implementation Report of The WHO Framework Convention on Tobacco Control*.
- Zaborskis, A. et al. (2021). Family Support as Smoking Prevention during Transition from Early to Late Adolescence: A Study in 42 Countries. *International journal of environmental research and public health*, 18(23), 12739. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8656923/
- Zhou, X. et al. (2023). Mobile Phone-Based Interventions for Smoking Cessation Among Young People: Systematic Review and Meta-Analysis. *JMIR mHealth and uHealth*, 11, e48253. Dalam www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10510452/
- Zielinski, B. C. (1999). *Restraint from Behavior: How Can Parents Help?* Ohio State University Fact Sheet.
- Zulu R, Siziya S, Muula AS, R. E. (2009). Associations of advertisement-promotion-sponsorship-related factors with current cigarette smoking among in-school adolescents in Zambia. *Annals of African Medicine*, 8(4), 229–235. <https://doi.org/https://doi.org/10.4103/1596-3519.59577>

Tentang Penulis



Heni Trisnowati adalah seorang *public health* profesional, peneliti dan dan promotor kesehatan. Penulis adalah dosen tetap di Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro tahun 1998 dan S2 Minat Perilaku dan Promosi Kesehatan, di Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran UGM tahun 2012. Penulis meraih gelar Doktor bidang *public health* dengan minat promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat dari Fakultas Kedokteran Kesehatan Masyarakat dan Keperawatan (FKKMK) UGM tahun 2021. Penulis aktif sebagai peneliti ITCRN (*Indonesia Tobacco Control Research Network*) dan pernah bekerjasama dengan MTCC (Muhammadiyah Tobacco Control Center), Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah FEB UI, serta *Bloomberg Philantropies* untuk penelitian *Tobacco Control*. Penulis aktif pada organisasi profesi promotor dan pendidik kesehatan masyarakat (PPPKMI) Pengda DIY dan Cabang Sleman pada bidang Penelitian dan Pengembangan (Litbang), serta koordinator program kerja pengendalian tembakau pada Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) Pengurus daerah (Pengda) DI. Yogyakarta. Selanjutnya penulis aktif melakukan pendampingan masyarakat, menjadi narasumber bersama puskesmas, dinas kesehatan dan stakeholder di wilayah Yogyakarta untuk kegiatan promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat dibidang kesehatan.

PENCEGAHAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DAN KESEHATAN MASYARAKAT

Penyakit kronis yang tidak menular, seperti penyakit jantung, penyakit paru-paru kronis, kanker, diabetes, dan stroke, adalah pemicu utama kematian di dunia. Penyakit tersebut 80% terjadi di negara berkembang, penggunaan tembakau menjadi salah satu faktor utama penyebabnya. Penggunaan tembakau, terutama rokok, menjadi salah satu pemicu kematian dan penyakit kronis yang telah disebutkan. Pada tahun 2030, diprediksi 10 juta orang akan meninggal karena penggunaan tembakau.

Buku ini mengupas lebih jauh mengenai pencegahan inisiasi dan faktor penyebab merokok pada remaja. Perilaku merokok pada remaja dinilai merupakan salah satu bentuk permasalahan kesehatan yang perlu ditangani oleh banyak pihak. *Framework Convention on Tobacco Control* (WHO, 2010) menyebutkan bahwa dari 135 negara, 103 negara memiliki informasi mengenai perilaku remaja merokok, yakni kelompok umur yang paling banyak merokok adalah umur 13-15 tahun dan sebagian besarnya adalah laki-laki.

Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)

Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581

Telp/Fax : (0274) 4533427

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

✉ cs@deepublish.co.id

📍 Penerbit Deepublish

📧 @penerbitbuku_deepublish

🌐 www.penerbitdeepublish.com



Kategori : Ilmu Kesehatan Masyarakat

ISBN 978-623-02-9306-1



9 786230 293061

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	perpustakaan.unismuhpalu.ac.id Internet Source	2%
2	www.scribd.com Internet Source	1%
3	baixardoc.com Internet Source	1%
4	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	pt.scribd.com Internet Source	1%
7	hdl.handle.net Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton Student Paper	<1%
9	dspace.umkt.ac.id Internet Source	<1%
10	kronisdegeneratif.blogspot.com Internet Source	<1%
11	media.neliti.com Internet Source	<1%

12	repository.uinfasbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.president.ac.id Internet Source	<1 %
14	journal.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
16	ejurnal.stie-trianandra.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.stmi.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
19	123dok.com Internet Source	<1 %
20	adoc.pub Internet Source	<1 %
21	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
22	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
23	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
24	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
25	filsafatindonesia1001.wordpress.com Internet Source	<1 %

26	ojs.uadb.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.unjaya.ac.id Internet Source	<1 %
28	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	<1 %
29	carahidup.um.ac.id Internet Source	<1 %
30	id.123dok.com Internet Source	<1 %
31	es.scribd.com Internet Source	<1 %
32	journal.fkm.ui.ac.id Internet Source	<1 %
33	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1 %
34	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	<1 %
35	repository.penerbiteureka.com Internet Source	<1 %
36	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
37	www.rasio.co Internet Source	<1 %
38	Submitted to Politeknik Kesehatan Kemenkes Padang Student Paper	<1 %

39	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
40	fik.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
41	Andrian Liem. "Influences of Mass Media, Family, and Friends Towards Adolescents' Smoking in Yogyakarta", Hubs-Asia, 2014 Publication	<1 %
42	Meriza Kharis Novitasari, Vonny Wowor, Wulan P. J. Kaunang. "GAMBARAN TINGKAT PENGETAHUAN SISWA SMA NEGERI 1 MANADO TENTANG DAMPAK MEROKOK BAGI KESEHATAN GIGI DAN MULUT", e-GIGI, 2014 Publication	<1 %
43	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
44	Julian Cahya Indah, Tatag Mulyanto. "HUBUNGAN PERILAKU MEROKOK DENGAN KESULITAN BERHENTI MEROKOK PADA REMAJA DI RT05/RW04 KELURAHAN KRANJI KOTA BEKASI", Jurnal Medika Malahayati, 2023 Publication	<1 %
45	id.scribd.com Internet Source	<1 %
46	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
47	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %

48	Internet Source	<1 %
49	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1 %
50	simdos.unud.ac.id Internet Source	<1 %
51	biofarmaka.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
52	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
53	www.tcsc-indonesia.org Internet Source	<1 %
54	Wahyu Gito Putro, Nahla Jovial Nisa, Lisda Sundari, Mouhamad Bigwanto, Widyastuti Soerojo, Daniel Beltsazar Jacob. "HUBUNGAN KETERPAPARAN IKLAN ROKOK TERHADAP PREFERENSI MEREK ROKOK YANG DISUKAI ANAK", Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, 2022 Publication	<1 %
55	www.artiku.com Internet Source	<1 %
56	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
57	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
58	malang.kompas.com Internet Source	<1 %

59 Dimas Cahya Lumintang, Tatag Mulyanto. <math><1\%</math>
"Determinan Perilaku Merokok pada Remaja di Kampung Swadaya RT/RW 03/14 Jatibening Pondok Gede Bekasi", Malahayati Nursing Journal, 2024
Publication

60 Salman Salman, Nilasari Nilasari, Suyitno Suyitno. "ANALISIS FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA DI KABUPATEN KARAWANG", Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa, 2021
Publication

61 digilib.uin-suka.ac.id <math><1\%</math>
Internet Source

62 gayahidup.dreamers.id <math><1\%</math>
Internet Source

63 publikasi.dinus.ac.id <math><1\%</math>
Internet Source

64 Bertha Nanta Pratama, Burhannudin Ichsan. "Hubungan Status Sosial, Riwayat Keluarga Perokok Dan Pengetahuan Tentang Bahaya Merokok Dengan Perilaku Merokok", Jurnal Ilmu Kedokteran dan Kesehatan, 2024
Publication

65 Nadia Roswita, Teguh Dartanto. "Maternal Decision Making and Children's Nutritional Status: Evidence from Indonesia", Jurnal Ekonomi Kependudukan dan Keluarga, 2024
Publication

66	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	<1 %
67	moam.info Internet Source	<1 %
68	zombiedoc.com Internet Source	<1 %
69	doczz.net Internet Source	<1 %
70	Submitted to fpptijateng Student Paper	<1 %
71	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
72	Andy Muharry, Puji Laksmi, Hendra Rohman, Lusi Fitriah Sari, Ana Herlina, Tetha Normalitha. "PERILAKU MEROKOK DAN KEBERADAAN PEROKOK DI LINGKUNGAN DENGAN KADAR KARBON MONOKSIDA PADA PELAJAR DI KABUPATEN INDRAMAYU", Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal, 2021 Publication	<1 %
73	Marta Suri, Vevi Suryenti Putri, Tri Husnul Lastari. "Hubungan Pengetahuan tentang Bahaya Merokok dengan Perilaku Merokok pada Remaja Putra di SMPN 06 Kota Jambi", Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi, 2023 Publication	<1 %
74	Radwan, G., S. S. Hecht, S. G. Carmella, and C. A. Loffredo. "Tobacco-Specific Nitrosamine Exposures in Smokers and Nonsmokers Exposed to Cigarette or	<1 %

Waterpipe Tobacco Smoke", Nicotine & Tobacco Research, 2012.

Publication

75	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
76	id.agadir2013.org Internet Source	<1 %
77	jurnal.harianregional.com Internet Source	<1 %
78	link.springer.com Internet Source	<1 %
79	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
80	staidagresik.ac.id Internet Source	<1 %
81	"PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN ETOS KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAWAI MELALUI KOMITMEN ORGANISASI PADA KANTOR DINAS PERTANIAN DAN PERIKANAN KABUPATEN INDRAGIRI HULU", Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 2022 Publication	<1 %
82	Anita Yolandha Yolandha. "HUBUNGAN SELF EFFICACY DENGAN SELF ACCEPTANCE PADA ODHA DI JOMBANG CARE CENTER PLUS", Media Husada Journal Of Nursing Science, 2021 Publication	<1 %
83	Diah Wijayanti Suhta. "Pengetahuan dan Perilaku Merokok Pelajar Sekolah	<1 %

84

Eunike M. Sahetapy, Yopi A. Lesnussa, Venn
Y. I. Ilwaru. "ANALISIS TINGKAT
PENGETAHUAN REMAJA TENTANG
PERILAKU MEROKOK DI KOTA AMBON",
BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan
Terapan, 2014

Publication

85

Lamya Hisyam Tamimi, Ryan Herardi, Sri
Wahyuningsih. "Hubungan antara Tingkat
Stres Akademik dengan Kejadian Dispepsia
pada Siswa Kelas XII IPA di SMA Negeri 81
Kota Jakarta Timur Tahun 2019", Jurnal
Penyakit Dalam Indonesia, 2020

Publication

86

Teuku Tahlil, Maulina Maulina, Nurul Hadi.
"Program Peningkatan Keterampilan
Menolak Rokok Secara Sopan untuk Remaja
di Aceh Besar", Jurnal Kreativitas
Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM),
2024

Publication

87

Wiga Jatih Asgara, Heni Trisnowati, Hesti
Yuningrum, Naomi Nisari Rosdewi.
"Prediktor Penggunaan Rokok Elektrik pada
Remaja di Kecamatan Sambelia Lombok
Timur", Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas
Respati, 2023

Publication

88

ahmadrajafi.wordpress.com

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

89	book-knowledge.net Internet Source	<1 %
90	digilib.umpalopo.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
91	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
92	docplayer.org Internet Source	<1 %
93	e-journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
94	ejournal.ukm.my Internet Source	<1 %
95	eprints.unika.ac.id Internet Source	<1 %
96	erhanana.wordpress.com Internet Source	<1 %
97	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
98	mbakotingwe.blogspot.com Internet Source	<1 %
99	politikana.com Internet Source	<1 %
100	publikasi.polije.ac.id Internet Source	<1 %
101	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
102	sszhpl.blogspot.com Internet Source	<1 %

103	tr-ex.me Internet Source	<1 %
104	www.merdeka.com Internet Source	<1 %
105	Dwi Hastuti, Muhammad Edhie Purnawan, Sunargo Sunargo. "Pengaruh variabel-variabel di sektor riil dan perbankan terhadap Shock Credit Default Swap (CDS) di Indonesia", e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter, 2019 Publication	<1 %
106	Fatimah Saguni. "PANDANGAN TENTANG PERKEMBANGAN JENDER", Musawa: Journal for Gender Studies, 2019 Publication	<1 %
107	Marianne C. Jacobus, Max F.J Mantik, Adrian . Umboh. "Perbedaan kadar hemoglobin pada remaja gizi baik yang tinggal di pegunungan dengan yang tinggal di tepi pantai", e-CliniC, 2016 Publication	<1 %
108	Noifke Kaghoo, Kartini Massa. "GAMBARAN PENGETAHUAN REMAJA TENTANG BAHAYA MEROKOK DI SMA NEGERI 2 MANADO", MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin, 2023 Publication	<1 %
109	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1 %
110	adeqiblue.wordpress.com Internet Source	<1 %
111	adhienbinongko.wordpress.com Internet Source	<1 %

112	bintangfararyani.wordpress.com Internet Source	<1 %
113	ejournal.poltekkesjakarta1.ac.id Internet Source	<1 %
114	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
115	elischolar.library.yale.edu Internet Source	<1 %
116	fk.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
117	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
118	hilfans.staff.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
119	indobox.web.id Internet Source	<1 %
120	islamicmarkets.com Internet Source	<1 %
121	jess.ppj.unp.ac.id Internet Source	<1 %
122	mobile.wattpad.com Internet Source	<1 %
123	poskita.co Internet Source	<1 %
124	proceedings.upi.edu Internet Source	<1 %
125	repository.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %

126	repository.ummy.ac.id Internet Source	<1 %
127	repository.unmuhpnk.ac.id Internet Source	<1 %
128	repository.untagsmg.ac.id Internet Source	<1 %
129	thebridedept.com Internet Source	<1 %
130	www.artikelmateri.com Internet Source	<1 %
131	www.bbc.com Internet Source	<1 %
132	www.beritabetawi.com Internet Source	<1 %
133	www.powershow.com Internet Source	<1 %
134	contohproposalkripsifakultaskemas.blogspot.com Internet Source	<1 %
135	idoc.pub Internet Source	<1 %
136	www.batamnews.co.id Internet Source	<1 %
137	Alexander Schulze. "Primäre Tabakprävention bei Jugendlichen. Zum Verhältnis und zur Wirksamkeit struktureller und schulischer Präventionsmaßnahmen", Gesundheitsprävention bei Kindern und Jugendlichen, 2008 Publication	<1 %

138 Marni. "Prosiding Konas Kesehatan ke 7", <1%
Open Science Framework, 2023
Publication

139 Nia Musniati, Retno Mardhiati, Zulazmi <1%
Mamdy, Hamdan Hamdan. "DETERMINAN
PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA PUTRI",
Journal of Public Health Innovation, 2021
Publication

140 Wildan Nur Hakim, Ulfa Azizah. "Hubungan <1%
Stres Akademik dan Teman Sebaya dengan
Perilaku Merokok pada Remaja di Fakultas
Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah
Purwokerto", Malahayati Nursing Journal,
2025
Publication

141 e-journals.unmul.ac.id <1%
Internet Source

142 repository.iainpurwokerto.ac.id <1%
Internet Source

143 Rismalasari Dewi, Nana Supriyatna, Sigit <1%
Mulyono. "Pemberian Konselor Sebaya
dalam Upaya Membentuk Perilaku
Pencegahan Merokok pada Remaja",
Journal of Telenursing (JOTING), 2022
Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On