

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengawasan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Pada Produk Tembakau Bagi Kesehatan, rokok mencakup berbagai bentuk produk tembakau yang dirancang untuk dibakar, dihisap, dan/atau dihirup, seperti rokok kretek, rokok putih, cerutu, dan varian sejenis lainnya (Peraturan, 2012). Merokok dianggap sebagai faktor risiko yang signifikan untuk perkembangan penyakit tidak menular. Penyakit tidak menular (PTM), telah muncul sebagai masalah kesehatan dunia yang utama karena kontribusinya yang signifikan terhadap angka kematian dalam skala global. (Risikesdas, 2013). Perilaku merokok merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat umum dalam kehidupan sehari-hari, di berbagai tempat dan konteks. Perilaku yang dikenal sebagai merokok terdiri dari menyalakan sebatang rokok, menghirup asapnya dalam-dalam, dan kemudian melepaskannya (Syafitri, 2020).

Menurut World Health Organization, (2016) China memiliki tingkat prevalensi merokok terbesar di dunia, yaitu 29%, diikuti India dengan persentase 12,5%, dan kemudian Indonesia dengan persentase 4,8%. Indonesia merupakan negara dengan tingkat prevalensi merokok tertinggi di dunia. Menurut Riset Kesehatan Dasar (Risikesdas) yang dilakukan pada tahun 2013, rata-rata jumlah batang rokok yang

dihisap dalam satu hari adalah 12,3 batang, sama dengan jumlah rokok yang dihisap satu bungkus. Kelompok umur yang paling produktif yaitu 25-64 tahun memiliki jumlah perokok aktif terbanyak setiap harinya, dengan kisaran 30,7%-32,2%, dan terjadi peningkatan proporsi perokok umur 10 tahun yaitu sekarang menjadi 36,3% jika dibandingkan dengan hasil Riskesdas tahun 2010 (34,7%) (Kemenkes, 2013).

Pada tahun 2022 prevalensi perokok di Provinsi Kalimantan Timur sebesar 22,21%, sedangkan dari data Susenas yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) di kota Samarinda tahun 2022, prevalensi merokok berdasarkan usia >15 tahun sebesar 17,60% (BPS, 2022).

PKL (Pedagang Kaki Lima) adalah sekumpulan orang yang berkumpul di tengah keramaian untuk menjajakan dagangannya, bisa berupa barang atau jasa, di pinggir jalan atau di pinggir jalan. Ada dua jenis orang yang menjajakan dagangannya di jalan: 1) pedagang kaki lima yang memproduksi barangnya sendiri dan menjualnya, dan 2) pedagang kaki lima yang membeli barang orang lain dan menjualnya atas nama sendiri.

Beberapa kota besar di Indonesia, khususnya di Kalimantan Timur, sangat bergantung pada pelayanan yang diberikan oleh pedagang kaki lima (PKL), menjadikan kehadirannya sebagai aspek penting dalam pertumbuhan kota. Masalah dengan pedagang kaki lima saat ini umumnya dibingkai dalam gangguan yang mereka timbulkan, dengan

penjual disalahkan atas hal-hal seperti memblokir lalu lintas, merusak estetika kota, dan berkontribusi terhadap polusi. Pedagang Kaki Lima ini mungkin terlibat dalam kebiasaan buruk seperti penggunaan tembakau yang dapat diklasifikasikan sebagai bahaya lingkungan (Kapoor et al., 2019).

Kapoor et al., (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pada pedagang kaki lima sebagian besar subset dari sampel ini (n=127) ditemukan sebagai pengguna tembakau dalam bentuk apa pun (asap, tanpa asap, atau keduanya). Pedagang melaporkan inisiasi penggunaan tembakau antara 18-25 tahun sebesar 68,5% dan 48,03% peserta mengakui merokok pada pagi hari sebagai hal paling sulit untuk dihentikan dan sekitar 66% dari peserta studi mengetahui peraturan tembakau yang ada terkait dengan anak di bawah umur dan tempat umum. Sepengetahuan peneliti, tidak adanya data yang tersedia sebelumnya yang menggambarkan gambaran penggunaan tembakau diantara pedagang kaki lima di Indonesia.

Ada banyak faktor yang menyebabkan individu merokok, jadi penting untuk memahami konsekuensinya. Orang menjadi perokok karena pengaruh orang tua, guru, dan keluarga, serta lingkungan sosialnya, kemudahan memperoleh rokok, maraknya iklan rokok, rasa percaya diri yang meningkat, dan kemampuan mereka untuk terpaku pada rokok (Ariasti & Ningsih, 2020). Lingkungan sosial adalah suatu daerah atau tempat seseorang tinggal untuk bermasyarakat dan

berinteraksi dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya, lingkungan sosial terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan kerja dan teman sebaya (Sapara et al., 2020). Tampilan yang berisi pesan dan memberikan informasi tentang gambar seseorang sedang merokok inilah yang kami sebut sebagai “iklan rokok”. Iklan ini berpotensi mendorong pelanggan secara tidak langsung untuk menggunakan rokok yang diberikan. Iklan merupakan salah satu cara untuk menjual produk kepada konsumen (Asmaunizar, 2019).

Febrianika et al., (2016) dalam penelitiannya pada siswa laki-laki MTsN di Aceh, ditemukan sebanyak 104 siswa menunjukkan adanya hubungan antara faktor lingkungan sosial dengan perilaku merokok pada remaja dengan nilai $p = 0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan itu signifikan secara statistik. Diketahui bahwa 58,7% responden mengatakan bahwa orang tuanya merokok dan 57,7% responden menjawab bahwa temannya adalah perokok. Temuan ini berasal dari temuan survei. Pada tahap ini, remaja akan mencontohkan perilakunya berdasarkan apa yang mereka lihat terjadi di sekitarnya, termasuk tindakan negatif dari keluarga, teman, dan anggota masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian pada Muharrom (2019) didapatkan bahwa umur sebagian besar 31-40 ada hubungan pengetahuan ($p\text{-value}=0,033<0,05$), faktor keluarga ($p\text{-value}=0,026 <0,05$), faktor teman sebaya ($p\text{value}=0,021<0,05$) dan faktor ketersediaan sarana ($p\text{-value}=0,000<0,05$) dengan perilaku

merokok pada masyarakat di wilayah Kerja UPT.Puskesmas Pelaihari (Muharrom et al., 2019).

Pada penelitian Fajar (2022) dalam contoh khusus ini, data yang disajikan menunjukkan signifikansi statistik, dengan nilai p kurang dari α ($0,017 < 0,05$). Akibatnya, temuan ini menunjukkan penerimaan hipotesis alternatif (H_a) dan penolakan hipotesis nol (H_0). Interpretasi ini menyiratkan bahwa paparan berbagai bentuk iklan rokok, seperti poster, iklan internet, dan iklan TV, secara signifikan mempengaruhi kecenderungan perempuan untuk melakukan perilaku merokok. Berdasarkan temuan penelitian, diketahui bahwa indikator media memberikan pengaruh yang signifikan, khususnya dalam hal iklan rokok yang ditayangkan di televisi, yang memberikan gambaran detail dan representasi visual produk rokok. Pengaruh khusus ini diakui oleh 72% responden, khususnya 41 dari total 97 peserta. 28% sisanya tunduk pada pengaruh faktor tambahan (Fajar & Harliantara, 2022).

Hal ini juga sesuai dengan penelitian dari Lubis pada tahun 2019 Data menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka yang merokok, hingga 98,2% responden, pernah melihat iklan rokok. Temuan studi ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Global Adult Tobacco Survey pada 2011, yang melaporkan bahwa 86,4% partisipan pernah terpapar iklan rokok, sponsorship, atau kegiatan promosi.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan tema “Hubungan Lingkungan Sosial dan Promosi

Rokok dengan Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah terdapat Hubungan Lingkungan Sosial dan Promosi Rokok dengan Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda?"

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk melihat Hubungan Lingkungan Sosial dan Promosi Rokok dengan Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengidentifikasi Lingkungan Sosial pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
2. Untuk mengidentifikasi Promosi Rokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
3. Untuk mengidentifikasi Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.

4. Untuk menganalisis Hubungan Lingkungan Sosial dengan Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
5. Untuk menganalisis Hubungan Promosi Rokok dengan Perilaku Merokok pada Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini mampu membantu mengembangkan penelitian dalam bidang ilmu Kesehatan Masyarakat terutama berfokus pada perilaku merokok.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Untuk Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada masyarakat mengenai hubungan lingkungan sosial dan promosi rokok pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.

b. Untuk Peneliti

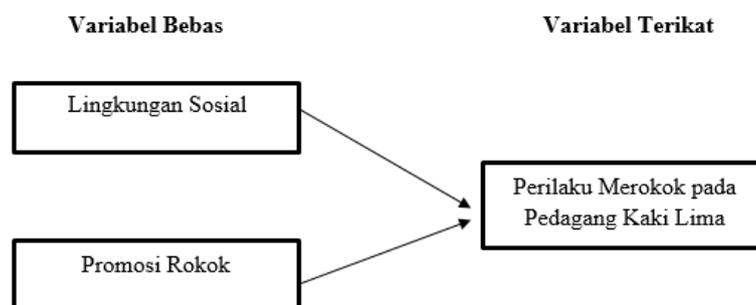
Sebagai data dasar, referensi, informasi untuk penelitian selanjutnya, dan untuk memberikan kontribusi wawasan literatur ilmiah yang dapat menambah ilmu dan pengetahuan bagi peneliti lain yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis.

c. Untuk Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Sebagai referensi perpustakaan khususnya Fakultas Kesehatan Masyarakat dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian tentang perilaku merokok.

1.5 Kerangka Konsep

Menurut (Notoatmojo, 2005) kerangka konseptual adalah kerangka teori atau teori yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian; kerangka kerja dan teori ini terdiri dari variabel dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.



Gambar 1 Kerangka Konsep

1.6 Hipotesis

Menurut Notoatmodjo (2012) dalam (Prabawati, 2016) . Hipotesis adalah pertanyaan penelitian, standar, atau proposisi yang dimaksudkan hanya untuk sementara dan yang kebenarannya akan ditentukan oleh penelitian ini. Para peneliti yang berpartisipasi dalam penelitian ini memberikan jawaban sementara adaptasi sebagai berikut.

1. Ha : Ada hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku merokok pada pedagang kaki lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
2. Ho : Tidak ada hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku merokok pada pedagang kaki lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
3. Ha : Ada hubungan antara promosi rokok dengan perilaku merokok pada pedagang kaki lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.
4. Ho : Tidak ada hubungan antara promosi rokok dengan perilaku merokok pada pedagang kaki lima di Kelurahan Loa Bakung Samarinda.