

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Merokok adalah hal yang sering ditemui di lingkungan masyarakat bahkan telah menjadi kebutuhan serta gaya hidup mereka. Tingginya pemakaian rokok menjadi salah satu ancaman bagi kesehatan karena menyebabkan 7 juta jiwa meninggal dunia per tahun. Rokok elektrik (vapor) adalah alat yang dapat memanaskan cairan (*liquid*) menjadi uap kemudian dihirup kedalam paru-paru tanpa adanya proses pembakaran tembakau dan uap yang dihasilkan tidak berbau (Sunarti dkk., 2020). Perilaku rokok adalah perbuatan menghisap tembakau gulung yang digulung dengan kertas, yang setelah dibakar akan tertiup angin sehingga menghasilkan asap (Oktacarolina & Sunarti, 2019).

Berdasarkan World Health Organization (WHO) tahun 2021, terdapat 8 juta korban jiwa menderita penyakit yang disebabkan oleh kebiasaan merokok dan 600 ribu jiwa meninggal dunia hanya karena menghirup asap rokok (WHO, 2021). Menurut hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, penduduk berusia di bawah 10 tahun yang merokok elektrik sebanyak 2,8%, penduduk berusia antara 10-14 tahun sebanyak 10,6%, dari usia 15-19 sebanyak 10,5% dan pada usia 20-24 sebanyak 7%. 12,1% pada kelompok sekolah (Riskesdas, 2019). Jumlah pemakai rokok elektrik di Indonesia pada

usia 10 tahun terdapat pada Provinsi DKI Jakarta sebesar 5,9%, Daerah Istimewa Jogjakarta sebesar 7,4%, Bali sebesar 4,2%, Kalimantan Selatan 4,9% dan Kalimantan Timur sebesar 6% (Indriyani Astuti, 2019). Menurut hasil data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Samarinda tahun 2017, angka merokok di SMA ke atas sebesar 23,97%, SMP dan sederajat 29,69%, SD dan sederajat 25,26%, tidak tamat/tidak tamat SD sebanyak 23,65% (Badan Pusat Statistik, 2017).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan Eri Ramadhan, Rosdiana, Sumadi pada bulan November 2020 yaitu melihat angka penjualan pertiga bulan dari dua toko vape yang ada di kota Samarinda, yaitu toko A dengan total pelanggan 13.356, Liquid yang terjual sebanyak 9.039 botol, merek Liquid yang paling banyak peminat yaitu merek Oatdrips terjual sebanyak 490 botol, dan kawat dengan peminat terbanyak yaitu merek Baby Alien terjual sebanyak 1.481, sedangkan toko B memiliki Customer sebanyak 8.289 orang, Liquid yang terjual sebanyak 11.136 botol, merek Liquid yang paling banyak peminat yaitu merek Glu terjual sebanyak 397 botol dan kawat dengan peminat terbanyak yaitu merek Baby Alien terjual sebanyak 1.654. Dan salah satu toko vape di Samarinda pada 4 Oktober 2021, diketahui jumlah pengguna baru dalam sehari mencapai 15-20 orang, dalam sebulan bisa mencapai 400 orang dari

Samarinda. dan jumlah pertahunnya bisa mencapai 5000 pengguna baru dan paling banyak diantara yang lahir member baru mencoba vaping karena sudah cukup umur. Sedangkan jumlah pelanggan dalam setahun sebanyak 43.200 orang, terjual 27.000 botol cairan (Eri Ramadhan dkk., 2022).

Hasil survei GATS (Global Adult Tobacco Survey) menunjukkan salah satu penyebab tingginya prevalensi perokok remaja adalah keterpaparan iklan rokok di internet meningkat 10 kali lipat lebih dalam 10 tahun terakhir, dari 1,9% (2011) menjadi 21,4% (2021) (GATS, 2021). Keterjangkauan iklan yang bisa dilihat oleh bermacam masyarakat tersebut pastinya pula hendak membawa akibat negative karena seluruh masyarakat bisa melihat iklan rokok dengan gampang, berarti anak kecil juga bisa dengan gampang memandangi iklan tersebut (Purnomo, 2019). Vape kini telah menjadi fenomena baru yang menjadi gaya hidup para remaja. Banyak anak muda atau bahkan anak-anak yang mencoba menggunakan rokok jenis ini. Bahkan ada yang melihat e-rokok sebagai inovasi kesehatan yang membantu mengurangi kecanduan dan menjadi alat untuk berhenti merokok. Jika rokok elektrik (vape) merajalela, apa yang disebut fenomena "bonus demografis" 2020-2030 nantinya bisa berubah menjadi "bencana demografis" ketika kita tidak dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi populasi mendominasi pasar piramida penduduk tahun ini.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dimiliki oleh Retno Sulistyani, Setyo Sri Rahardjo, dan Pawito pada tahun 2021, dilakukan dengan metode cross sectional dengan responden sebanyak 200 remaja laki-laki, menyebutkan bahwa keluarga, paparan iklan, teman, harga rokok, uang saku dan niat merokok dapat meningkatkan kemungkinan remaja laki-laki menggunakan rokok (Sulistyani dkk., 2021).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan kesiswaan diketahui bahwa SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 sebulan sekali mengadakan razia rokok dan didapati bahwa banyak siswa yang kedapatan membawa rokok dan sebesar 25% siswa menggunakan rokok elektrik karena melihat paparan iklan rokok elektrik di *social media*. Hasil wawancara tersebut membuat peneliti terdorong untuk meneliti tentang hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan perilaku merokok pada remaja di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

1.2 Rumusan Masalah

“ Bagaimana hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda ? “.

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi usia, jenis kelamin, uang saku dan pendapatan orang tua.
- b. Mengetahui paparan iklan produk rokok elektrik pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.
- c. Mengidentifikasi pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok elektrik pada remaja SMK istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.
- d. Menganalisis terkait adanya hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Manfaat Bagi Institusi

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan

pengetahuan, sikap, dan tindakan pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda, dan dapat dijadikan bahan ajar ketika berdiskusi.

b. Manfaat Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

1.4.2 Manfaat Praktis

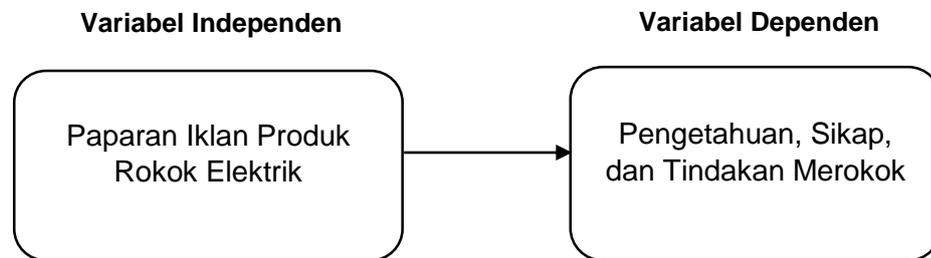
a. Manfaat Bagi Peneliti

Merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang didapat dari bangku kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata disuatu lingkungan tertentu, khususnya masalah yang berhubungan dengan periklanan.

b. Manfaat Bagi Remaja

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan remaja mengenai bahaya rokok elektrik sehingga remaja mampu mengurangi penggunaan rokok elektrik.

1.5 Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep Penelitian

1.6 Hipotesis /Pertanyaan Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang diteliti, hipotesis dalam penelitian terdiri dari :

H1 : “Adanya hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok”.