

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tidak dapat dipungkiri jika merokok merupakan kegiatan yang berdampak baik bagi kesehatan. Rokok sendiri merupakan salah satu zat adiktif yang apabila dikonsumsi terus menerus akan berbahaya bagi kesehatan individu dan masyarakat (Rochka, Anwar, & Rahmadani, 2019, p. 1). Menurut Sitepoe (Sanjiwani & Budisetyani, 2014), merokok merupakan suatu aktivitas yang melibatkan proses membakar tembakau yang kemudian diisap asapnya menggunakan rokok atau pipa. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Martiana, Wardhana, & Pratiwi (2017), kebiasaan merokok pada umumnya dilakukan oleh kaum pria di daerah yang dingin. Tidak hanya pria, kaum wanita ternyata juga telah melakukan kegiatan merokok cukup lama di Jawa dan sudah dianggap tradisi. Terlepas dari wilayah perkotaan atau pedesaan, adanya fenomena perilaku merokok pada individu sudah banyak ditemukan secara terbuka dan bukan hal yang asing lagi.

Pada dasarnya, kegiatan merokok dapat dilakukan tanpa melihat jenis kelamin individu. Awal mula individu merokok bisa terjadi pada usia berapa saja. Kecenderungan seseorang yang ingin mencoba merokok biasanya terjadi pada remaja. Hal ini disebabkan karena remaja adalah tahap di mana masih mencari jati diri mereka. Usia remaja dimulai dari usia 12 tahun dan berakhir pada usia 21 tahun, dengan perincian 12 –15 tahun adalah remaja awal, 15 – 18 tahun adalah masa remaja tengah, dan 18 – 21 tahun adalah masa remaja akhir (Hadinoto, Monks, & Knoers, 2019).

Menurut penelitian dari *Global Youth Tobacco*, tingkat kelaziman perokok remaja di Indonesia sudah sangat mengkhawatirkan karena sebesar kurang lebih 70 juta orang Indonesia merupakan perokok. Sebesar 37% adalah anak – anak dan remaja di Indonesia (25,9 juta orang) yang merupakan perokok, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah perokok terbanyak di Asia (Noviana, Riyanti, & Widagdo, 2016). Ada pula data dari Riskesdas (2018) mengenai proporsi merokok pada penduduk usia 10 tahun dan di atasnya menurut karakteristik masyarakat Indonesia. Data menunjukkan persentase sebesar 24,3% (198.897 orang) merupakan perokok setiap hari dan 4,6%-nya (37.651 orang) merupakan perokok kadang – kadang.

Peneliti akan menjabarkan data usia yang merokok setiap hari dan yang kadang - kadang merokok. Persentase kelompok usia 10 – 14 tahun yang merokok setiap hari ada di angka 0,7%, sedangkan yang kadang merokok ada di angka 1,4%. Persentase kelompok usia 15 – 19 tahun yang merokok setiap hari ada di angka 12,7%, sedangkan yang kadang merokok ada di angka 6,9%. Persentase kelompok usia 20 – 24 tahun yang merokok setiap hari ada di angka 27,3%, sedangkan yang kadang merokok ada di angka 5,9%. Sebesar 126.626 siswa yang masih bersekolah sudah merokok. Menurut Riskesdas (2018), jumlah perokok pada usia remaja (12 – 22 tahun) adalah 250.726 orang. Kebiasaan rokok yang sulit dihentikan dapat membuat remaja yang awalnya masih coba – coba menjadi kecanduan dan kemudian berlanjut hingga menjadi perokok akut.

Para perokok tentunya sudah paham bahwa saat rokok dibakar dan diisap, rokok dapat merusak organ dalam individu dan berujung pada kematian. Hal ini disebabkan karena rokok mengeluarkan sekitar 7000 jenis zat kimia berbahaya yang bisa menyebabkan ketagihan dan kanker. Zat berbahaya tersebut tidak hanya berbahaya bagi perokok aktif, tetapi juga berbahaya bagi perokok pasif yang ikut menghirup asap yang dihembuskan. Nantinya racun – racun yang terdapat pada asap rokok dapat meracuni organ tubuh, dimana

nantinya hampir 90% dari paru – paru menjadi rusak akibat rokok. Zat nikotin yang terkandung di dalam rokok tersebutlah yang membuat para perokok menjadi kecanduan, dimana para perokok kerap kali akan merasakan mudah lelah, sulit tidur, mudah marah, sakit tenggorokan, batuk, mulut kering, karies (penyakit karena kerusakan lapisan email gigi), dan masih banyak lagi (Ayustawati, 2013, p. 157). Bahkan Kementerian Kesehatan (2021) sampai membuat kampanye #BeraniBerhenti yang bertujuan untuk menggerakkan seluruh masyarakat di Indonesia terutama yang perokok untuk berkomitmen berhenti merokok.

Kemunculan perilaku merokok ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor – faktor perilaku merokok dapat dipengaruhi oleh faktor genetik, faktor kepribadian, faktor sosial, faktor kejiwaan, faktor sensori motorik, dan faktor farmakologis. Penduduk dengan literasi yang kurang atau berpendidikan rendah, kemungkinan untuk merokoknya akan lebih besar karena mereka tidak tahu mana yang merugikan dan mana yang menguntungkan untuk kesehatan, jadi mereka cenderung terpengaruh oleh lingkungan di sekitarnya yang merupakan perokok (Prabandari, Padmawati, Supriyati, Hasanbasri, & Dewi, 2020, p. 51).

Penduduk memiliki pandangan jika suatu individu merokok maka mereka sudah termasuk di dalam bagian dari kelompok sosial itu. Orang – orang yang merokok ini sudah menganggap rokok sebagai wujud berbagi sosial karena sudah menjadi adat istiadat dan tanda mereka sudah akrab satu sama lain (Prabandari, Padmawati, Supriyati, Hasanbasri, & Dewi, 2020, p. 51). Fenomena ini biasa disebut *social smoker* (perokok sosial) yang berarti seseorang awalnya bukan perokok, tetapi akan merokok jika berada di dalam lingkungan para perokok. Status sebagai perokok sosial ini lah yang menjadi awal mula kebiasaan merokok (Sari, et al., 2020, p. 11). Hal ini didukung dari data Riskesdas (2018) mengenai usia pertama kali merokok di Indonesia ada

pada usia 15 – 19 tahun ada pada persentase 52,1%, atau sebanyak 113.536 orang.

Tidak hanya faktor ingin tahu/penasaran, penyebab individu merokok juga disebabkan karena seseorang melihat sebuah simbol sebagai makna. Ini merupakan pandangan dari teori interaksi simbolik yang menyatakan bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi. Teori interaksi simbolik dijadikan pondasi dari penelitian ini karena teori ini menekankan pentingnya komunikasi bagi kehidupan dan interaksi sosial. Jadi tujuan dari interaksi simbolik adalah untuk menciptakan makna yang sama (West & Turner, 2017). Hal ini berarti individu yang melihat individu lain merokok di suatu lingkungan, akan menginterpretasikan hal tersebut sebagai suatu kewajaran dan tanda keakraban.

Untuk mengatasi rasa malu atau gelisah, maupun ingin diakui, banyak yang dapat dilakukan individu supaya rasa - rasa tersebut dapat diatasi, salah satunya dengan merokok. Peneliti mengambil contoh seorang individu yang baru masuk ke lingkungan perkuliahan. Individu ini memiliki pemikiran/percakapan di dalam diri sendiri, dimana ia memaknai rokok sebagai simbol pertemanan (*mind*). Kaum anak muda memahami diri mereka sendiri dan berpikir apa yang orang lain lihat kepada mereka (*self*) sehingga individu yang tadinya bukan merokok akan menjadi perokok sosial. Tujuan dari individu ini menjadi perokok sosial tentu supaya ia dapat diterima oleh lingkungan sosial, maka dari itu ia harus menyesuaikan diri dengan makna yang telah ada di lingkungannya (*society*).

Penelitian dari Davey & Zhao (2019) berlanjut pada pembahasan kaum muda yang lebih memprioritaskan nilai – nilai kolektif (tradisi dan konformitas) dan mengesampingkan kebutuhan pribadi untuk mencapai harapannya. Terdapat istilah yang digunakan untuk menggambarkan prediksi yang menyebabkan diri individu menjadi kenyataan. Istilah ini disebut *self-fulfilling prophecy* yang berarti prediksi tentang diri sendiri yang menyebabkan individu

berperilaku sedemikian rupa sehingga menjadi kenyataan (West & Turner, 2017). Sebagai contoh, individu yang awalnya bukan perokok memprediksi jika dirinya merokok, maka kelompok sosial tersebut akan menerima individu tersebut.

Individu yang menjadi perokok sosial tidak hanya bertujuan supaya dapat diterima oleh kelompok sosial, tetapi juga memaknainya sebagai identitas. Merokok sebagai identitas lah yang memengaruhi individu untuk tetap merokok, identitas di sini berarti memiliki harga diri tinggi dan pergaulan yang baik (Retzes, Depadilla, Sterk, & Elifson, 2010). Di sisi lain, individu yang merokok juga menganggap bahwa ini adalah kegiatan yang dilakukan pria *bad boy*. *Bad boy* menurut generasi Z dikaitkan sebagai pembuat masalah/pelanggar aturan, digambarkan sebagai superior, kepribadian lebih bebas, menghibur, dan memiliki sifat maskulin dari pria. Menurut survei dari GQ (2019) yang diisi oleh 1.005 orang yang diidentifikasi sebagai pria, wanita maupun nonbiner, definisi maskulin dalam istilah tradisional adalah kuat dan tangguh. Kata sifat ini digunakan orang – orang untuk menggambarkan diri mereka yang percaya diri, bertanggung jawab, jujur, dan terhormat. Citra *bad boy* di dalam lingkaran pertemanan memiliki feedback yang baik juga karena mereka *loyal* dengan temannya dan memiliki solidaritas tinggi.

Tak dapat dipungkiri jika suatu individu dapat berasumsi seperti itu salah satunya karena iklan rokok yang biasa ia lihat. Menurut Ramadhana, Firmansyach, dan Fakhri R (2020), iklan memiliki kemampuan dalam menciptakan sebuah persepsi manusia akan realitas. Sifat maskulin yang ditonjolkan dari iklan rokok memiliki arti tersirat yang berarti kekuatan dan kesuksesan dari pria adalah tentang kemenangan serta persaingan atau gengsi (West & Turner, 2017). Tentu ini sangat berkaitan dengan lingkungan yang sedang ditempati oleh individu tersebut, dimana selain ia ingin digemari dan memiliki banyak teman, ia juga ingin terlihat maskulin.

Sebagai contoh, berikut adalah contoh iklan – iklan rokok Indonesia yang menggambarkan citra *bad boy*.



Gambar 1. 1 Iklan Gudang Garam Monaco Drift

Sumber: YouTube (2016)



Gambar 1. 2 Iklan Poster Djarum Black

Sumber: Hareyah (2019)



Gambar 1. 3 Iklan Sampoerna A Mild “Go Ahead”

Sumber: Qorib & Ngguna (2018)

Iklan – iklan tersebut menampilkan citra pria *bad boy* dengan gaya *sporty*, berpakaian rapi, dan keren. Ini berkaitan dengan kepribadian *bad boy*, yakni: memiliki jiwa berani karena berkaitan dengan mobil *sport* berkecepatan tinggi yang identik dengan keberanian, rasa percaya diri, dan maskulin. Pesan tersirat dalam iklan – iklan tersebut memiliki arti pria yang berani menentukan pilihan selernya atau berjiwa bebas untuk memilih sesuatu (Hareyah, 2019).

Iklan – iklan rokok tersebut seringkali dilihat oleh masyarakat Indonesia, tak terkecuali oleh remaja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pusat Dukungan Pengendalian Tembakau Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) tentang paparan iklan, promosi, dan sponsor tembakau (2018) yang menunjukkan bahwa sebanyak 85% sekolah di Indonesia dikelilingi oleh iklan rokok dan mayoritas adalah anak di bawah 18 tahun. Persentase terbesar media iklan yang memengaruhi anak sekolah tersebut di antaranya adalah 85% melalui televisi dan 76,3% melalui spanduk. Anak – anak yang terpapar iklan rokok ini artinya sudah terpapar dengan berbagai merek rokok. Terdapat kaitan dari iklan – iklan tersebut, yaitu pria di dalam iklan rokok yang digambarkan sebagai pria yang memiliki citra *bad boy*. Tak heran jika anak – anak penasaran atau bahkan ingin mencoba rokok karena mereka sudah terlanjur memaknainya sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan pria bercitra *bad boy*.

Ini menjadi penting untuk diteliti karena seiring berjalannya waktu remaja yang awalnya hanya mencoba, semakin lama akan menjadi pecandu rokok. Penyebab orang tidak bisa berhenti merokok sudah pasti karena kandungan nikotin di dalam rokok itu sendiri, akan tetapi jika ditelusuri lebih

lanjut, individu merokok karena ia melihat “makna” dari merokok itu sendiri. Penelitian lain menyatakan tidak hanya faktor jumlah rokok, tetapi durasi merokok, persepsi alasan berhenti merokok, dan upaya berhenti merokok tidak ada kaitannya dengan keberhasilan berhenti merokok. Melainkan tingkat keberhasilan seseorang untuk berhenti merokok dipengaruhi oleh faktor frekuensi merokok dan niatan untuk berhenti merokok (Rosita, Suswardany, & Abidin, 2012).

Peneliti kritis melihat angka jumlah perokok remaja di Indonesia. Remaja yang tadinya bukan perokok menjadi perokok sosial karena terpengaruh oleh lingkungannya. Peneliti telah mengumpulkan tiga penelitian terdahulu yang bisa menjadi referensi peneliti untuk membuat penelitian baru berjudul “Pemaknaan Perokok Sosial di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Interaksi Simbolik”. Peneliti akan menjadikan keterbatasan penelitian terdahulu untuk menjadi kebaruan di penelitian ini, yakni penelitian akan dilakukan mengikuti kultur yang ada di Indonesia, berfokus pada pemaknaan perokok sosial generasi Z, serta menggunakan metode etnometodologi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang, penelitian ini memiliki permasalahan bagaimana pemaknaan perokok sosial di kalangan generasi Z dalam konteks interaksi simbolik (*mind*, *self*, dan *society*). Penelitian ini akan membahas motif individu menjadi perokok, hal ini dikarenakan permasalahan remaja yang memaknai rokok sebagai identitas, seperti simbol keakraban dan sebagai kegiatan yang dilakukan pria *bad boy*. Ini bertujuan supaya individu dapat diterima di lingkungan sosialnya.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemaknaan perokok sosial di kalangan generasi Z dalam konteks interaksi simbolik (*mind, self, society*)?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemaknaan perokok sosial di kalangan generasi Z dalam konteks interaksi simbolik (*mind, self, society*).

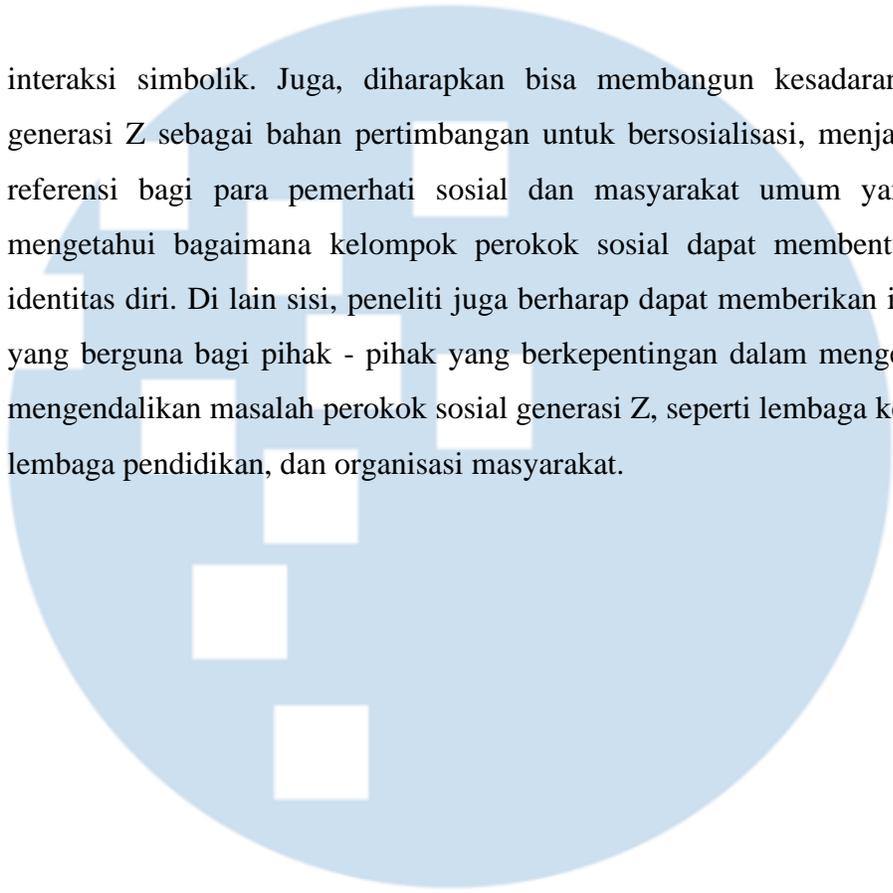
### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap makna perokok sosial di kalangan generasi Z dalam konteks diri (*self-concept*) pada teori interaksi simbolik sebagai acuan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk peneliti lain yang ingin meneliti tentang interaksi simbolik.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memaparkan makna perokok sosial di kalangan generasi Z Indonesia dalam konteks diri pada teori



interaksi simbolik. Juga, diharapkan bisa membangun kesadaran remaja generasi Z sebagai bahan pertimbangan untuk bersosialisasi, menjadi bahan referensi bagi para pemerhati sosial dan masyarakat umum yang ingin mengetahui bagaimana kelompok perokok sosial dapat membentuk suatu identitas diri. Di lain sisi, peneliti juga berharap dapat memberikan informasi yang berguna bagi pihak - pihak yang berkepentingan dalam mengelola dan mengendalikan masalah perokok sosial generasi Z, seperti lembaga kesehatan, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA