



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat melihat perokok di mana-mana. Walaupun telah diketahui bahwa rokok adalah sumber penyakit bagi tubuh, fenomena yang terjadi justru tidak hanya kaum pria saja yang merokok, tetapi juga perempuan masa kini, bahkan anak-anak dan remaja sekalipun ikut menjadi pengguna rokok.

Maraknya tingkat perokok pun semakin didukung oleh lemahnya regulasi hukum mengenai rokok di Indonesia (misalnya Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Produk Tembakau Sebagai Zat Adiktif Bagi Kesehatan), banyaknya iklan produk rokok dengan segala macam merek, baik secara cetak maupun elektronik, misalnya di tepi jalan, pusat perbelanjaan, iklan televisi, maupun sponsorisasi *event* seperti konser musik. Selain itu, produk rokok tersebut dapat diperjualbelikan secara bebas dan harganya terjangkau.

Menurut wawancara dengan dr Mokianto Salim, fenomena merokok di kalangan remaja jelas semakin berkembang menurut hasil Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2012 dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bekerja sama dengan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), dan Kementerian Kesehatan. Lebih lanjut lagi, beliau menyatakan ada

sekitar 4000 zat yang terkandung dalam satu batang rokok dengan kandungan paling berbahaya adalah tar dan nikotin.

Andi Sari Bunga Untung, M.Sc., Ph. dari divisi Advokasi Promosi Kesehatan Departemen Kesehatan Republik Indonesia menyatakan bahwa remaja yang terpengaruh merokok berasal dari lingkungan pergaulan sekitar mereka. Pernyataan mengenai meningkatnya tingkat perokok remaja DKI Jakarta sesuai dengan perbandingan hasil Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) pada tahun 2007 dan 2010. Riskesdas sendiri adalah sebuah studi evaluatif terhadap program pembangunan kesehatan sekaligus untuk mendapatkan data dasar perencanaan program kesehatan yang dilakukan selama tiga tahun sekali.

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa mereka yang berada di rentang umur 15-19 tahun adalah kelompok yang mulai mengonsumsi rokok pertama kali yang paling tinggi di seluruh Indonesia. DKI Jakarta memiliki persentase mulai merokok di usia 15-19 tahun tertinggi setelah Bangka Belitung dengan persentase 39,9 % di tahun 2007 menjadi 46,7 % di tahun 2010. Lebih lanjut lagi, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan konsumen rokok di kalangan remaja DKI Jakarta dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2010.

Pengaruh antar individu, gengsi, dan pergaulan lingkungan sekitar ikut mempengaruhi kebiasaan merokok atau tidaknya seseorang. Selain itu, media juga mengambil peran dalam menentukan tinggi rendahnya angka perokok di kalangan remaja.

Oleh karena itu, peneliti mengangkat topik mengenai perancangan visualisasi kampanye sosial anti merokok pada remaja usia 15-19 tahun dalam

rangka Tugas Akhir ini sebagai upaya menyadarkan sekaligus mencegah pertumbuhan perokok remaja di DKI Jakarta.

Alasan penulis menargetkan kampanye sosial anti merokok ini untuk para remaja disebabkan karena pada masa tersebut, secara psikologis kelompok mereka memiliki rasa ingin tahu dan ingin mencoba hal yang belum diketahui sehingga rentan terpengaruh godaan merokok melalui pergaulan dengan teman dan lingkungan sekitar. Selain itu, orientasi sosial mereka lebih berpusat pada pengakuan dan penerimaan diri dalam suatu kelompok sosial, serta cenderung ingin menunjukkan eksistensi dan mencari identitas diri di usia remaja. Mereka menganggap jika merokok, maka mereka akan terlihat keren, macho, dan agar diterima keberadaannya dalam suatu kelompok.

1.2. Rumusan Masalah

Terdapat dua butir masalah dalam proses perancangan visualisasi kampanye sosial anti merokok ini:

1. Bagaimana mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun dan menyadarkan mereka akan bahaya merokok?
2. Bagaimana perancangan visualisasi kampanye sosial yang tepat, baik pemilihan desain maupun media, untuk mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun?

1.3. Batasan Masalah

1. Rentang usia : 15-19 tahun

Kampanye sosial ditujukan bagi remaja umur 15-19 tahun karena pada umur tersebut, secara psikologis mereka rentan terpengaruh godaan merokok melalui pergaulan dengan teman dan lingkungan sekitar, ingin tahu, ingin mencoba sesuatu yang belum pernah alami, serta cenderung ingin menunjukkan eksistensi dirinya dalam suatu kelompok agar diakui dan diterima. Selain itu, berdasarkan pada Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2007 propinsi DKI Jakarta dan juga Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2007 dan 2010, 15-19 tahun menempati posisi tertinggi dalam persentase penduduk usia 10 tahun ke atas yang mulai pertama kali merokok.

2. Geografis : DKI Jakarta, Indonesia

Alasan pemusatan perancangan kepada remaja di DKI Jakarta disebabkan oleh wilayah tersebut merupakan kota yang memiliki persentase penduduk umur di atas 10 tahun yang pertama kali merokok tertinggi setelah Bangka Belitung di tahun 2007 dengan angka 39,9 %. Ini kemudian meningkat di tahun 2010 menjadi 46,7 %. Jakarta juga adalah kota metropolis dengan beragam kegiatan dan penduduk dari berbagai wilayah, sekaligus ibukota negara Indonesia. Menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, kata metropolis berasal dari bahasa Yunani, yaitu *meter* yang bermakna “ibu” dan *polis* yang berarti “ibu kota” atau “kota

terpenting dalam negara atau wilayah” dan “kota yang menjadi pusat kegiatan perdagangan, industri, dan pemerintahan”.

3. Pendekatan : gaya hidup dan kesehatan.

1.4. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan yang dilakukan adalah:

1. Mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun dan menyadarkan mereka akan bahaya merokok.
2. Merancang visualisasi kampanye sosial yang tepat, baik pemilihan desain maupun media, untuk mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan yang dilakukan adalah:

1. Menyadarkan remaja DKI Jakarta bahwa merokok tidaklah sekeren yang mereka duga karena merokok berbahaya bagi kesehatan berdasarkan pernyataan yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia sehingga diharapkan mereka bisa lebih peka sejak dini mengenai bahaya merokok dan tidak mudah terpengaruh dengan situasi lingkungan di sekitar mereka yang sangat memungkinkan mereka dapat merokok dengan bebas.

2. Membantu organisasi pemerintah dan non pemerintah dalam mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta sehingga remaja tersebut dapat tumbuh dan hidup sehat tanpa rokok.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode kualitatif terhadap pihak terkait untuk perancangan visualisasi kampanye sosial anti merokok pada remaja DKI Jakarta. Riset kualitatif adalah suatu cara yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Penulis melakukan pendalaman survei yang dilakukan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia, serta wawancara dengan Divisi Advokasi Promosi Kesehatan Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Staf Teknis Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan Departemen Republik Indonesia, beberapa narasumber yang merokok, dokter, dan psikolog.

1. Survei

Metode pengumpulan data dengan tujuan memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Proses pengumpulan data beserta analisisnya bersifat terstruktur dan detail untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang mewakili populasi secara spesifik.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan kegiatan tatap muka secara mendalam dengan narasumber. Jenis informan yang digunakan terbatas pada tema yang sedang dibahas. Metode ini memungkinkan hasil yang lebih detail berdasarkan jawaban narasumber, antara lain mengenai informasi, pengalaman, opini, maupun motivasi.

1.7. Metode Perancangan

Penulis melakukan pengumpulan data dan mencari informasi terlebih dahulu melalui metode kualitatif, yaitu pendalaman survei yang dilakukan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia, serta wawancara dengan Divisi Advokasi Promosi Kesehatan Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Staf Teknis Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan Departemen Republik Indonesia, narasumber yang merokok, dokter, dan psikolog. Hasilnya berupa demografi perokok yang ada di Indonesia, fenomena perokok remaja yang terjadi, alasan dan pengalaman para narasumber yang merokok, kehidupan remaja, dan apa saja yang pernah dilakukan Departemen Kesehatan dalam menyikapi angka perokok remaja yang kian meningkat. Ini bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran bagaimana rancangan visualisasi kampanye sosial anti merokok ini akan dibuat.

Langkah berikutnya adalah melakukan *mind mapping* mengenai rokok untuk memperoleh poin-poin penting yang kemudian dijadikan sebagai konsep

perancangan. Konsep tersebut dikembangkan lagi melalui proses *brainstorming* dan dituangkan ke dalam beberapa sketsa perancangan yang sesuai dengan konsep dan target audiens, yaitu remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun. Sketsa yang terpilih kemudian dieksekusi menjadi desain jadi dan diaplikasikan dalam beberapa media, baik media utama maupun media pendukung.

1.8. Skematika Perancangan

BAB 1 Pendahuluan

Berisi latar permasalahan dan fenomena rokok yang terjadi di Indonesia, terutama di DKI Jakarta. Rumusan masalah yang diangkat kemudian ada dua, yaitu bagaimana mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun dan menyadarkan mereka akan bahaya merokok, serta bagaimana perancangan visualisasi kampanye sosial yang tepat, baik pemilihan desain maupun media, untuk mencegah pertumbuhan perokok di kalangan remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kualitatif dengan mencari data pendukung sebanyak-banyaknya.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Berisi berbagai teori mengenai kampanye, remaja, desain, dan rokok.

BAB 3 Hasil Penelitian

Berisi gambaran umum penelitian, metodologi, dan hasil penelitian yang dilakukan berupa persentase perokok di Indonesia dan DKI Jakarta, hasil wawancara dengan narasumber yang merokok dan Departemen Kesehatan Republik Indonesia, dan riset mengenai kekuatan media sosial. Selain itu, terdapat *mind mapping* mengenai rokok yang telah dibuat untuk memperoleh pokok persoalan dan inti yang ingin diambil yang kemudian dikembangkan dalam konsep kreatif. Strategi yang kemudian diambil adalah memutarbalikkan persepsi remaja yang menganggap rokok sebagai benda yang bernilai positif menjadi sebaliknya.

BAB 4 Perancangan

Berisi pengembangan konsep dari yang sebelumnya, sketsa perancangan, dan aplikasi kreatif yang sesuai bagi remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun. Dalam hal ini menggunakan media sosial sebagai media utama.

BAB 5 Penutup

Berisi kesimpulan dan saran atas penelitian dan perancangan kampanye sosial anti merokok yang telah dilakukan untuk pembaca.