



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 III

METODOLOGI

3.1. Data Penelitian

Pada bagian ini, akan dijabarkan mengenai berbagai data yang telah dikumpulkan oleh penulis melalui riset secara kualitatif terhadap beberapa pihak terkait perancangan visualisasi kampanye sosial anti merokok pada remaja DKI Jakarta.

Penulis memperoleh sejumlah data pendukung melalui survei yang diadakan Departemen Kesehatan Republik Indonesia yang menunjukkan meningkatnya angka persentase perokok remaja di seluruh Indonesia, termasuk DKI Jakarta. Hal ini pun diakui oleh Andi Sari Bunga Untung dari divisi Advokasi Promosi Kesehatan. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan lima orang perokok untuk mengetahui lebih dalam mengenai alasan, motivasi, dan dari mana mereka tahu merokok dan juga wawancara dengan Setio Nugroho selaku Staf Teknik Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan untuk mempelajari langkah apa saja yang telah dilakukan pemerintah dalam menyikapi masalah rokok, serta kekuatan media.

3.1.1. Perbandingan Persentase Penduduk Umur 10 Tahun ke Atas di Indonesia menurut Usia Pertama Kali Merokok tahun 2007 dan 2010

Pada gambar tabel di bawah ini, dapat diketahui bahwa usia 15-19 tahun menduduki posisi pertama menurut usia pertama kali merokok pada tahun 2007 dengan persentase secara nasional adalah 32,4 % dibandingkan persentase rentang usia lain yang berada di bawah 12 %. Perbedaan yang terlihat adalah sekitar dua sampai tiga kali lipatnya. Lebih lanjut lagi diketahui bahwa DKI Jakarta menempati posisi tertinggi di rentang umur 15-19 tahun dengan persentase perokok sebanyak 39,9 % setelah Bangka Belitung dengan persentase 42 %.

Provinsi	Usia pertama kali merokok/kunyah tembakau (tahun)						Tidak tahu
	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	≥30	
NAD	0,7	7,0	26,5	11,5	2,3	2,2	49,8
Sumatera Utara	1,0	9,1	31,7	10,9	2,1	1,9	43,2
Sumatera Barat	1,5	16,3	34,3	8,7	2,2	1,8	35,1
Riau	1,3	8,4	29,8	9,7	1,4	1,3	48,2
Jambi	0,7	12,0	35,4	11,2	1,8	1,4	37,4
Sumatera Selatan	1,7	10,6	34,1	8,6	1,8	1,5	41,8
Bengkulu	1,1	10,9	31,3	7,6	1,8	1,7	45,6
Lampung	0,9	9,6	33,1	9,2	2,4	1,7	43,0
Bangka Belitung	1,9	16,2	42,0	12,0	2,6	3,2	22,2
Kepulauan Riau	2,1	8,4	34,1	8,6	2,2	1,9	42,7
DKI Jakarta	1,4	13,6	39,9	11,6	3,1	2,3	28,1
Jawa Barat	1,3	10,1	35,9	13,7	3,8	4,0	31,2
Jawa Tengah	1,5	13,8	33,1	14,0	4,6	4,3	28,6
DI Yogyakarta	1,9	14,0	35,6	13,1	3,8	3,6	28,0
Jawa Timur	1,3	11,3	33,2	13,8	4,5	3,5	32,5
Banten	0,9	12,3	31,6	8,5	2,0	1,5	43,1
Bali	0,8	4,7	33,4	13,5	4,3	6,1	37,3
Nusa Tenggara Barat	1,0	11,5	33,6	10,4	2,7	1,8	38,9
Nusa Tenggara Timur	0,7	6,1	26,3	13,9	5,0	3,7	44,3
Kalimantan Barat	0,5	8,3	28,4	11,4	2,8	1,8	46,8
Kalimantan Tengah	1,2	11,3	34,3	11,5	4,0	3,2	34,5
Kalimantan Selatan	1,1	12,9	34,5	13,4	3,4	2,7	32,0
Kalimantan Timur	0,6	9,2	33,8	11,8	2,6	1,6	40,5
Sulawesi Utara	0,6	7,5	39,5	10,9	2,5	2,6	36,2
Sulawesi Tengah	1,9	12,3	33,0	13,1	3,1	2,9	33,6
Sulawesi Selatan	1,7	10,0	27,4	11,7	2,9	2,2	44,0
Sulawesi Tenggara	1,5	7,5	27,6	10,0	1,9	1,4	50,2
Gorontalo	2,0	12,3	32,1	9,5	2,3	1,6	40,2
Sulawesi Barat	0,9	6,4	24,4	6,2	1,8	0,9	59,4
Maluku	0,9	4,3	32,3	16,8	3,3	2,6	39,8
Maluku Utara	1,3	6,2	32,7	13,1	3,6	2,9	40,2
Papua Barat	0,7	6,5	28,9	14,2	4,3	3,1	42,3
Papua	4,0	8,9	22,3	9,7	2,2	1,8	51,0
Nasional	1,3	10,5	32,4	11,7	3,2	2,7	38,2

Gambar 3.1. Persentase Penduduk Umur 10 Tahun ke Atas di Indonesia menurut Usia Pertama Kali Merokok tahun 2007

(Sumber: Riskesdas Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2007)

Angka persentase pada gambar tabel kedua pun meningkat pada tiga tahun berikutnya, yaitu di tahun 2010. Jika sebelumnya persentase penduduk DKI Jakarta yang mulai pertama kali merokok di usia 15-19 tahun pada tahun 2007 adalah 39,9 %, maka di tahun 2010, angka tersebut naik menjadi 46,7 %. Secara nasional, DKI Jakarta mendapat angka 43,3 % dan masih menjadi wilayah teratas yang jumlah penduduk pertama kali merokok pada usia 15-19 tahun.

Provinsi	Umur Pertama Kali Merokok/Kunyah Tembakau (Tahun)					
	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	≥30
Aceh	1,3	20,6	43,8	13,0	3,5	3,5
Sumatera Utara	0,8	15,5	43,1	11,0	2,8	4,4
Sumatera Barat	3,8	27,7	42,1	11,9	3,1	4,0
Riau	0,8	14,2	49,5	13,4	3,7	2,6
Jambi	0,9	18,8	41,6	14,8	4,7	2,5
Sumatera Selatan	1,9	18,1	47,7	13,8	2,9	2,0
Bengkulu	1,3	22,4	40,5	13,0	2,5	2,2
Lampung	1,7	20,4	43,8	9,8	3,7	2,4
Kepulauan Bangka Belitung	5,1	22,3	47,1	14,5	3,3	2,8
Kepulauan Riau	2,0	19,8	47,2	17,5	4,1	3,9
DKI Jakarta	2,2	21,4	46,7	15,3	4,8	3,1
Jawa Barat	1,2	15,3	44,6	16,2	4,6	4,9
Jawa Tengah	1,8	16,8	41,9	15,1	5,2	4,2
DI Yogyakarta	4,4	19,5	38,7	15,3	5,6	6,2
Jawa Timur	2,2	17,4	41,8	16,1	5,3	3,7
Banten	1,6	19,2	46,7	12,6	3,1	2,3
Bali	0,5	10,3	40,8	16,8	4,7	8,3
Nusa Tenggara Barat	1,8	19,4	48,2	12,5	3,1	3,0
Nusa Tenggara Timur	0,9	12,6	35,5	15,8	5,3	4,7
Kalimantan Barat	1,3	15,2	44,6	12,5	3,8	3,2
Kalimantan Tengah	1,8	17,5	42,0	16,2	4,6	5,5
Kalimantan Selatan	2,7	20,6	43,6	15,3	4,4	4,6
Kalimantan Timur	2,1	22,7	42,5	16,6	4,4	3,4
Sulawesi Utara	1,1	16,6	44,7	15,0	3,1	3,2
Sulawesi Tengah	1,6	17,4	41,5	12,6	3,5	2,7
Sulawesi Selatan	2,1	21,7	41,1	13,4	3,9	3,4
Sulawesi Tenggara	1,3	12,0	36,7	10,7	2,9	2,5
Gorontalo	2,4	19,4	43,2	11,8	3,6	4,6
Sulawesi Barat	1,3	13,0	32,9	10,9	2,8	3,9
Maluku	1,3	13,7	44,7	12,3	5,2	3,6
Maluku Utara	1,1	16,0	51,9	16,0	5,0	4,8
Papua Barat	1,5	15,8	40,2	13,6	4,4	3,6
Papua	1,4	18,0	31,3	11,0	3,3	3,6
Indonesia	1,7	17,5	43,3	14,6	4,3	3,9

Gambar 3.2. Persentase Penduduk Umur 10 Tahun ke Atas di Indonesia menurut Usia Pertama Kali Merokok tahun 2010
(Sumber: Riskesdas Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2010)

Dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan konsumen rokok di kalangan usia 15-19 tahun di wilayah DKI Jakarta dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2010.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menyebutkan 37,3 % remaja laki-laki usia 15-19 tahun adalah perokok, sedangkan 1,6 % remaja perempuan usia 15-19 tahun adalah perokok berdasarkan Riskesdas 2007. Pada tahun 2010, 38,4 % remaja laki-laki adalah perokok dan 0,9 % remaja perempuan 15-19 tahun adalah perokok.

3.1.2. Persentase Perokok di Jakarta menurut Usia Pertama Kali Merokok Setiap Hari tahun 2007

Menurut jenis kelamin, pendidikan, dan tingkat pengeluaran per kapita pada gambar tabel Riskesdas 2007 khusus wilayah DKI Jakarta, persentase mulai merokok tertinggi dijumpai pada kelompok usia 15-19 tahun.

Gambar tabel tersebut menunjukkan kelompok usia 15-19 yang mulai pertama kali merokok lebih besar dibandingkan kelompok usia lainnya. Mereka yang berjenis kelamin laki-laki menjadi kelompok terbesar yang mulai merokok pertama kali dibandingkan kaum perempuan, terutama yang berada di kelompok dengan rentang usia 15-19 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya laki-laki saja yang merokok, tetapi perempuan juga mulai merokok.

Bahkan, jika dilihat dari tingkat pendidikan, baik yang tidak bersekolah, tidak tamat, maupun menamatkan pendidikan pada jenjang tertentu, mereka pun mulai pertama kali merokok pada usia 15-19 tahun.

Semakin tinggi tingkat merokok kemudian berdampak pada tingkat pengeluaran pada masing-masing pihak. Dapat dilihat bahwa rentang usia 15-19 tahun memiliki pengeluaran per bulan yang lebih besar.

Karakteristik Responden	Usia Pertama Kali Merokok/Kunyah Tembakau (Tahun)						Tidak Tahu
	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	>=30	
Kelompok Umur (tahun)							
10-14	6,9	48,3	0,0	0,0	0,0	0,0	44,8
15-24	1,9	21,7	53,0	4,6	0,0	0,0	18,8
25-34	1,1	13,1	45,4	13,3	2,8	0,2	24,0
35-44	1,0	12,7	41,1	10,0	4,5	3,0	27,8
45-54	1,0	9,8	30,7	17,1	3,9	4,0	33,5
55-64	2,2	9,6	28,0	17,0	4,3	5,5	33,5
65-74	2,8	9,4	23,3	7,8	6,7	9,4	40,6
75+	1,4	10,0	27,1	12,9	2,9	1,4	44,3
Jenis Kelamin							
Laki	1,4	14,3	41,4	11,7	3,0	1,6	26,6
Perempuan	1,2	6,7	26,9	12,2	5,2	10,0	37,7
Pendidikan							
Tidak sekolah	4,1	9,8	29,3	10,6	3,3	4,1	39,0
Tidak tamat SD	2,2	12,4	34,5	13,1	3,3	2,9	31,6
Tamat SD	1,6	14,7	36,5	12,4	3,0	3,1	28,7
Tamat SMP	1,4	17,6	38,0	10,3	3,9	2,7	26,1
Tamat SMA	1,2	12,1	43,7	11,3	2,7	1,8	27,2
Tamat PT	1,4	11,9	41,4	14,8	4,0	1,7	24,8
Tk. Pengeluaran RT per Kapita per Bulan							
Kuintil-1	1,7	17,0	37,5	11,1	4,3	3,1	25,3
Kuintil-2	1,2	12,6	40,3	10,2	3,6	1,6	30,4
Kuintil-3	1,7	14,1	39,5	9,6	3,6	2,9	28,6
Kuintil-4	1,5	13,1	39,7	15,3	1,7	2,3	26,5
Kuintil-5	,9	11,3	42,1	12,4	3,0	2,3	28,0

Gambar 3.3. Persentase Perokok di Jakarta menurut Usia Pertama Kali Merokok Setiap Hari tahun 2007

(Sumber: Riskesdas Departemen Kesehatan Republik Indonesia, 2007)

3.1.3. Alasan Remaja Merokok

Hasil yang diperoleh di atas berasal dari wawancara yang dilakukan penulis terhadap lima orang narasumber yang terdiri atas empat orang laki-laki dan satu orang perempuan sebagai pendalaman atas data yang berasal dari Riskesdas tahun

2007 dan 2010. Pertanyaan yang diberikan di antaranya mengenai usia pertama kali merokok, alasan merokok, dari mana mereka tahu tentang rokok, dan kesan yang didapat.

Diketahui bahwa rentang usia mereka mulai merokok adalah antara 13-17 tahun dengan rata-rata memulainya pada usia 15 tahun. Hal ini sesuai dengan hasil Riskesdas 2007 dan 2010.

Faktor teman dan pergaulan lingkungan di sekitar berpengaruh dalam menyebabkan seseorang ikut merokok atau tidak. Mereka terpengaruh dari teman agar diakui dan diterima dalam kelompok sosial. Ada juga yang menyatakan bahwa mereka merokok karena didorong rasa penasaran, ayah yang perokok, dan anggapan bahwa rokok dapat menghilangkan stress dan membantu berpikir kreatif yang melatari mereka merokok.

Sumber awal mereka memperoleh rokok ada yang berasal dari teman sepermainan yang kemudian berlanjut pada kebiasaan membeli di warung, toko, penjual eceran, maupun minimarket dan ada juga yang karena terbawa rasa penasaran, ingin tahu, dan faktor lingkungan, mereka membelinya di tempat tersebut.

Kesan mengenai rokok pun bermacam-macam, tetapi lebih mengarah pada kesan positif yang mereka peroleh dari merokok. Empat dari antara mereka menyebutkan rokok itu enak, kreatif, meningkatkan solidaritas, keren, dan membuatnya menjadi tambah *macho*. Satu pendapat lain menyatakan bahwa rokok tidak enak dan membuatnya merasa tidak nyaman.

Tabel 3.1. Keterangan Narasumber yang Merokok

	Irfan	Corry	Reza	Christian	Anggit
Mulai Pertama Kali Merokok	15	13	17	15	15
Alasan Merokok	Ikut teman dan faktor lingkungan	Penasaran	Menghilangkan stress, membantu berpikir kreatif	Kena hasutan teman, ayah perokok	Ikut teman agar diterima dalam kelompok
Dari mana tahu rokok	Teman	Teman dan orang sekitar	Pergaulan	Iklan rokok	Teman
Kesan tentang Rokok	Enak	Bikin tidak nyaman	Kreatif	Meningkatkan solidaritas	Keren, bikin macho

3.1.4. Langkah yang Diambil Pemerintah

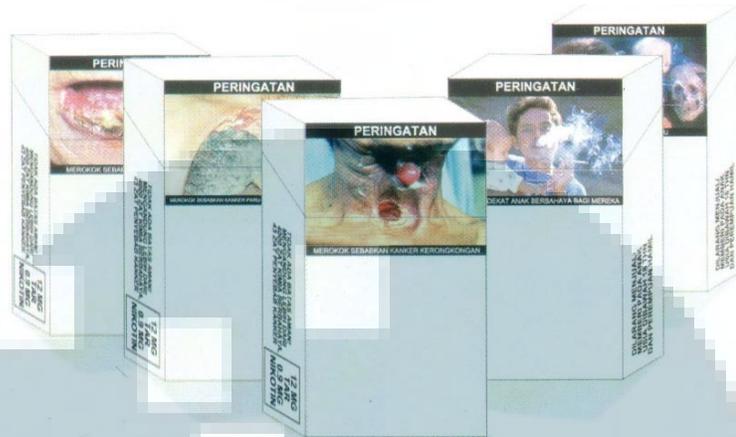
Berdasarkan wawancara dengan Setio Nugroho selaku Staf Teknik Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan, diketahui bahwa kampanye anti merokok yang diadakan Departemen Kesehatan selama ini ditujukan untuk kaum perokok secara umum di seluruh Indonesia sehingga belum ada kampanye sosial anti merokok khusus yang dilakukan untuk kaum remaja walaupun riset yang didapat cukup menerangkan bahwa remaja Indonesia mulai merokok sejak dini. Waktu pelaksanaan kampanye anti merokok biasanya menjelang Hari Tembakau Sedunia pada tanggal 31 Mei. Program yang dibuat di antaranya larangan merokok di tempat umum, perancangan kemasan rokok dengan gambar-gambar peringatan, poster, dan seminar.



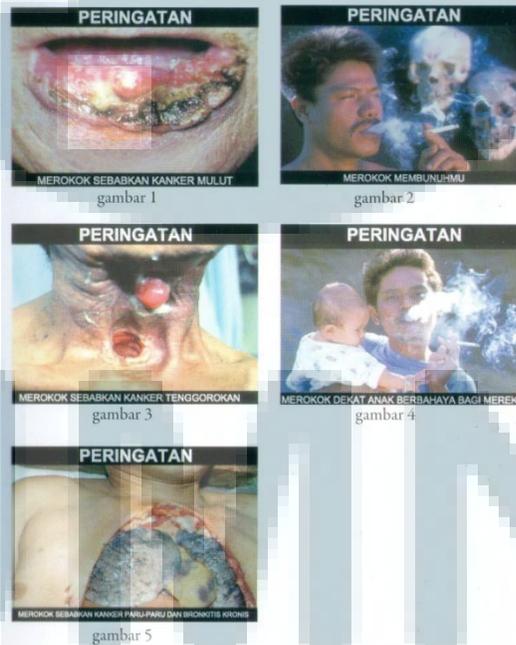
Gambar 3.4. Poster Anti Merokok
(Sumber: Departemen Kesehatan Republik Indonesia)

Keempat gambar poster di atas merupakan contoh beberapa poster yang pernah dibuat oleh pihak Staf Teknik Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan dalam rangka mencegah meningkatnya angka perokok. Tidak ada spesifikasi khusus mengenai siapa audiens yang dituju sehingga kampanye tersebut mencakup keseluruhan lapisan masyarakat, baik remaja maupun orang dewasa.

Gambar yang terdapat di bawah ini adalah contoh visualisasi peringatan pada kemasan rokok yang diwajibkan kepada seluruh produsen rokok untuk mencantumkannya pada setiap bentuk kemasan rokok yang beredar secara umum. Peringatan tersebut mengenai akibat merokok atau efek buruk yang dapat menyerang siapa saja jika merokok. Visualisasi tersebut telah dimasukkan dalam peraturan pemerintah, bahkan menurut wawancara dengan pihak Departemen Kesehatan, mereka telah memberikan batas waktu kepada produsen rokok hingga Desember 2013. Pada kenyataannya, justru dapat kita temukan bahwa hal tersebut tidak direalisasikan secara maksimal.



Gambar 3.5. Contoh Visualisasi Peringatan pada Kemasan Rokok yang Dimasukkan dalam Peraturan Pemerintah
(Sumber: Departemen Kesehatan Republik Indonesia)



Gambar 3.6. Gambar Peringatan Akibat Merokok
(Sumber: Departemen Kesehatan Republik Indonesia)

3.1.5. Kekuatan Media Sosial

Menurut hasil riset SemioCast per Februari 2013, Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna twitter terbanyak di dunia. Jumlah pengguna twitter di Indonesia mencapai 19,5 juta dan menempati urutan kelima di bawah Inggris (23,8 juta), Jepang (29,9 juta), Brazil (33,3 juta), dan Amerika Serikat (107,7 juta).

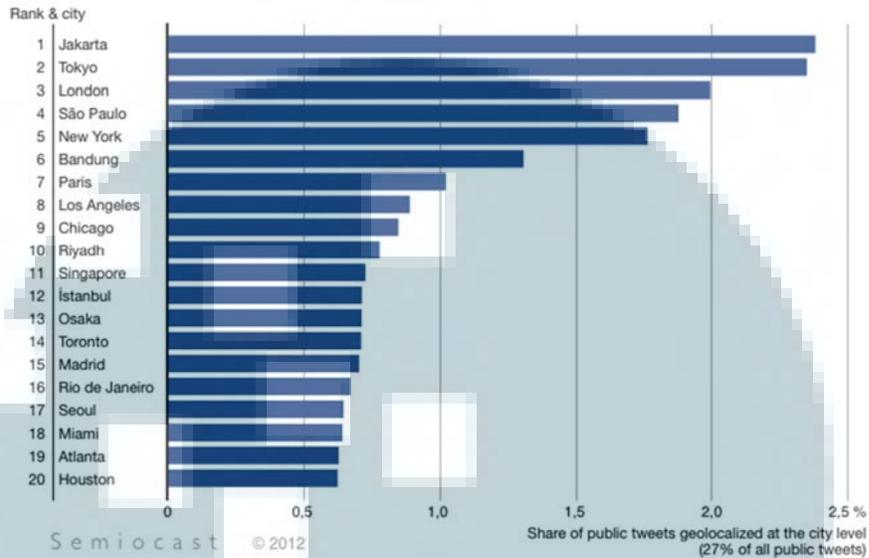
Sebagian besar penerima informasi di media sosial seperti twitter merupakan orang usia muda, tinggal di kota besar, berpendidikan tinggi, dan berpenghasilan cukup mapan. Mereka adalah kelas menengah yang kritis terhadap berbagai bidang kehidupan dalam negeri. Disebutkan pula bahwa Jakarta adalah kota yang memiliki jumlah *tweets* terbanyak dari seluruh kota di Indonesia maupun luar negeri.

SemioCast adalah sebuah perusahaan di Paris, Prancis, yang menyediakan berbagai data dan riset di media sosial. Tujuan mereka adalah membantu klien untuk mengukur dan mengevaluasi tingkat reaksi konsumen terhadap peluncuran produk atau jasa, memahami mereka, dan mengetahui bagaimana pendapat konsumen di media sosial.

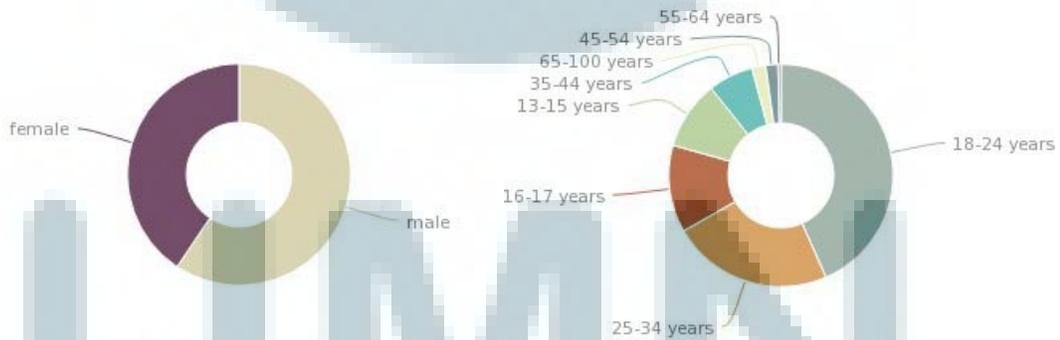
Hasil survei yang dilakukan penulis pun menunjukkan hampir sebagian besar remaja di Jakarta memiliki media sosial yang selalu aktif 24 jam dengan Facebook dan Twitter adalah media yang paling banyak penggunanya.

Top 20 cities by number of posted tweets

(among 10.6B public tweets posted in June 2012)

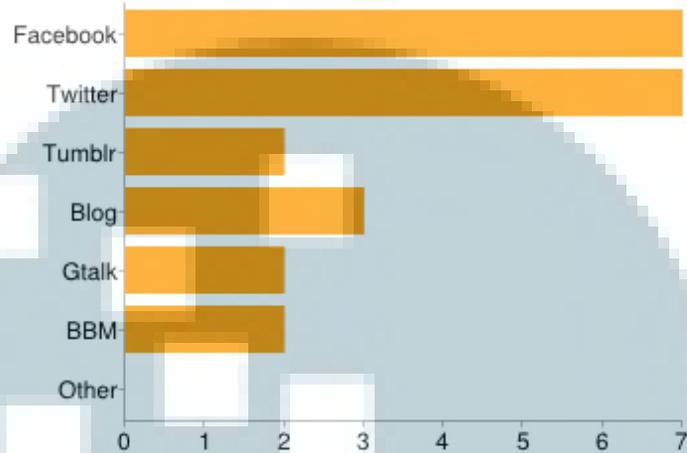


Gambar 3.7. Jakarta sebagai Kota dengan Jumlah Tweets Paling Banyak (Sumber: SemioCast, 2012)



Gambar 3.8. Demografi Pengguna Facebook di Indonesia (Sumber: Socialbakers, 2013)

Jika ya, media sosial apa saja yang Anda miliki?



Gambar 3.9. Survei Jenis Media Sosial

Berapa durasi secara keseluruhan setiap kali Anda menggunakan Internet, khususnya media sosial?



Gambar 3.10. Survei Penggunaan Media Sosial

3.2. Mind Mapping



Gambar 3.11. Mind Map mengenai Rokok

Mind mapping dibuat berdasarkan pada data-data yang telah dikumpulkan sebelumnya, termasuk yang berasal dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia maupun hasil wawancara dengan kelima narasumber. Hal ini dilakukan agar bisa memperoleh intisari dari fenomena yang terjadi dan juga sebagai pedoman untuk kemudian dikembangkan dalam bentuk ide dan konsep.

Pada *mind mapping* di atas, dimulai dengan istilah rokok yang menjadi topik pembahasan yang berlanjut pada penjabaran lebih mendalam mengenai rokok itu sendiri.

Berdasarkan pada telaah literatur yang telah dilakukan, rokok adalah sebuah benda berupa silinder gulungan tembakau dengan besaran kira-kira sekeliling yang dibungkus dengan daun nipah atau kertas. Meski ukuran benda dan jumlah zat yang terkandung di dalamnya cukup kecil, akan terjadi penumpukan zat berbahaya dalam tubuh perokok jika dikonsumsi secara berkala sehingga muncul dampak negatif pada dirinya.

Di dalam rokok terdapat kurang lebih 4000 bahan berbahaya dengan 250 di antaranya adalah penyebab penyakit kanker dan zat yang paling berbahaya adalah tar dan nikotin. Tar adalah racun yang menghambat kerja paru-paru yang kemudian menyebabkan kanker paru-paru dan penyakit pernafasan kronis, sementara nikotin adalah bahan dasar pembasmi hama.

Walaupun rokok dapat dikategorikan sebagai pembunuh dan sumber penyakit, misalnya stroke, hipertensi, bronkitis, dan penyakit jantung, fenomena yang justru berkembang di dalam kehidupan sekarang ini adalah lemahnya regulasi rokok di Indonesia dan maraknya iklan rokok di berbagai media sekitar kita yang kemudian menyebabkan meningkatnya jumlah perokok di kalangan remaja. Tidak hanya kaum dewasa dan orang tua saja yang merokok, tetapi remaja yang masih duduk di bangku sekolah pun ikut mengonsumsinya.

Cara mereka mendapatkan rokok pun terbilang mudah dibeli dengan harga terjangkau karena tidak ada penolakan dari penjualnya. Selain itu, rokok pun beredar di berbagai acara anak muda dan tempat *nongkrong*, misalnya di mall, konser musik, dan acara olahraga.

Mereka menganggap atau mempersepsikan rokok sebagai suatu benda yang dapat membuat mereka keren, jantan, *cool*, bebas, kreatif, serta menambah nilai persahabatan dan kepercayaan diri. Sebagian besar dari mereka bahkan ikut-ikutan mencoba dan mengonsumsi karena terpengaruh dari lingkungan pergaulan sesama teman yang juga merokok selain juga karena terbawa rasa ingin tahu, ingin mencoba segala hal yang belum diketahui, ingin menambah pengalaman, cara mengekspresikan diri, dan pencarian identitas sesuai dengan kondisi psikologis remaja yang sedang tumbuh.

Menurut ahli psikologi, para remaja lebih berorientasi pada sesama dibandingkan pada kedua orang tuanya, meskipun pada akhirnya saling bertentangan. Mereka cenderung labil, bertindak sesuka hati, dan lebih berpusat pada penerimaan diri dalam suatu kelompok sosial. Disenangi oleh sesama kaum muda lainnya dalam usia remaja menjadi sasaran hidup yang penting sebagai bentuk pengakuan.

Peran orang tua dalam mendidik anaknya agar tidak merokok sejak dini memiliki peranan penting juga dalam mempengaruhi apakah seorang anak akan merokok atau tidak. Akan tetapi, tidak selamanya remaja akan mengikuti nasihat dan perintah dari orang tua masing-masing karena pada masa ini secara psikologis remaja terdorong untuk merdeka dan membebaskan diri dari orang tua. Selain itu, tidak selamanya pula orang tua akan selalu memantau anak-anak remaja mereka setiap saat, terutama di saat sekolah dan remaja pun cenderung senang bergaul bersama teman-temannya.

Dari keseluruhan data yang dirangkum, maka kemudian kampanye akan ditujukan kepada remaja, khususnya yang berada di rentang usia 15-19 tahun dan bertempat tinggal di DKI Jakarta. Tujuannya adalah untuk menyadarkan dan mencegah pertumbuhan perokok remaja 15-19 tahun di DKI Jakarta bahwa rokok tidak sekeren yang mereka pikirkan karena justru membawa dampak negatif bagi kesehatan mereka. Strategi dalam kampanye ini adalah mengubah persepsi mereka yang semula menduga rokok adalah keren menjadi sebaliknya.

Metode yang digunakan adalah mempersuasi mereka agar tidak merokok dengan pendekatan yang mempertimbangkan sosial, psikologis, dan gaya hidup mereka. Teknik berkampanye dalam hal ini adalah teknik asosiasi, yaitu menyajikan isi kampanye sesuai dengan kondisi psikologis, dan gaya hidup mereka, dan teknik *fear appeals* untuk memberikan rasa takut.

Para remaja akan diberi kebebasan untuk menentukan bagaimana mereka bereaksi dan bertindak terhadap kampanye sosial anti merokok ini. Mereka bebas memilih antara mengikuti ide yang diusung dalam artian tersadarkan dan tidak merokok atau tidak terlibat dalam kampanye dan tidak bersikap apa-apa.

Jika dilihat dari sisi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), kampanye sosial anti merokok ini memiliki ciri khas dan pendekatan yang memang ditujukan kepada remaja dan bernilai positif bagi kesehatan. Kesempatan yang ada juga cukup luas karena belum ada kampanye sosial yang ditujukan khusus bagi para remaja. Berdasarkan wawancara dengan Staf Teknis Metodologi dan Teknologi Pusat Promosi Kesehatan, mereka melakukan kampanye anti merokok secara menyeluruh dengan target untuk satu Indonesia yang

disamaratakan, baik anak-anak maupun orang tua. Waktu pelaksanaannya pun lebih banyak diadakan pada Hari Tembakau Sedunia yang jatuh setiap tanggal 31 Mei. Begitu pula hal yang sama terjadi pada organisasi sosial non pemerintah lainnya yang juga mengampanyekan anti merokok.

Kelemahan pada kampanye ini adalah kebebasan untuk memilih antara mau berpihak pada anti merokok atau tidak sehingga tidak bisa memaksa untuk mengikuti. Ancamanannya adalah sikap apatis. Mereka sebenarnya tahu akan bahaya merokok, tetapi mengacuhkannya saja dan bersikap tidak mau peduli.

3.3. Konsep Kreatif

Konsep yang digunakan adalah anak muda Jakarta. Pemilihan elemen desain yang digunakan dalam kampanye ini, baik warna, gaya gambar, *image*, dan font, disesuaikan dengan target kampanye, yaitu remaja DKI Jakarta usia 15-19 tahun. Warna yang digunakan didominasi warna biru karena berhubungan dengan kesehatan dan warna-warna ceria khas anak muda.

Gambar yang terdapat dalam kampanye mencerminkan sosial dan gaya hidup remaja DKI Jakarta agar isi pesan kampanye mudah disampaikan kepada mereka. Pendekatan melalui ilustrasi remajaberdasarkan pada psikologis target yang menggambarkan mereka lebih senang bergaul bersama teman-temannya daripada bersama keluarga dan orang tua. Hal ini pun berlaku di realita yang remajanya senang bergaya, mengekspresikan diri, dan menampilkan pribadi yang menarik secara fisik agar disenangi sesamanya. Orientasi sosial mereka lebih berpusat pada pengakuan dan penerimaan dalam kelompok bermain, serta demi

disenangi teman-teman lain. Selain itu, anak muda Jakarta juga mengikuti tren terkini, terutama penggunaan *gadget* untuk interaksi dengan yang lain.

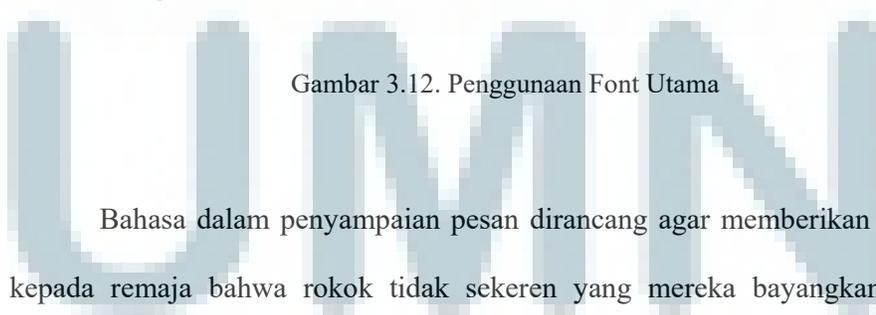
Ilustrasi menurut Lisa Graham (2005) dapat berupa gambar maupun kartun yang menceritakan suatu permasalahan, bahkan ilustrasi adalah cara yang efektif untuk menunjukkan suatu idea atau konsep melalui cara humoris, dekoratif, sesuai kenyataan, ataupun serius.

Jenis *typeface* yang digunakan bukanlah jenis serif yang memiliki tungkai atau ekor pada sudut hurufnya karena didasarkan pada hal keterbacaan dan kejelasan kalimat ketika dibaca, terutama dari jarak pandang jauh. Penggunaan kalimat dalam visual kampanye sosial anti merokok pada remaja DKI Jakarta ini berfungsi untuk menyampaikan pesan langsung kepada pembacanya. Terdapat tiga alternatif font utama yang dipilih, yaitu *Agent Orange*, *Ranger*, dan *Hang the DJ*.



THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Gambar 3.12. Penggunaan Font Utama



Bahasa dalam penyampaian pesan dirancang agar memberikan kesadaran kepada remaja bahwa rokok tidak sekeren yang mereka bayangkan. Bersifat persuasif untuk menghindari merokok, tetapi dengan bahasa halus. Susunan kalimat dibuat sederhana dengan gaya bahasa anak muda, tetapi tetap *to the point*.