



HUBUNGAN ANTARA STATUS MEROKOK PADA PELAJAR DENGAN IKLAN, PROMOSI DAN SPONSOR ROKOK DI PULAU JAWA

*"Perkuat Pengendalian Tembakau untuk
Mencapai Target Pembangunan Berkelanjutan"*

Jakarta, 30 April 2017



Supported by :



HUBUNGAN ANTARA STATUS MEROKOK PADA PELAJAR DENGAN IKLAN, PROMOSI DAN SPONSOR ROKOK DI PULAU JAWA

LATAR BELAKANG

Produksi Rokok di Indonesia selalu mengalami trend produksi yang terus meningkat. Hal ini berdasarkan data Badan kebijakan Fiskal dimana terlihat kenaikan dari tahun 2014 dari 344,52 milyar Batang menjadi 348,12 milyar di tahun 2015.¹ Hal ini membuat Industri rokok harus gencar mencari konsumen dan pelanggan baru yang akan setia mengkonsumsi produk mereka maka dengan melakukan berbagai cara mereka memasarkan produknya yaitu dengan melaksanakan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok.

“Remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja. Pola merokok remaja sangatlah penting bagi Phillip Morris”. (Laporan peneliti Myron E Johnson ke Wakil Presiden Riset dan Pengembangan Phillip Morris)

“Perokok remaja telah menjadi faktor penting dalam perkembangan setiap industri rokok dalam 50 tahun terakhir. Perokok remaja adalah sat-satunya sumber perokok pengganti. Jika para remaja tidak merokok maka industri akan bangkrut sebagaimana sebuah masyarakat yang tidak melahirkan generasi penerus akan punah”. (“Perokok Remaja: Strategi dan Peluang”. Memorandum Internal Perusahaan Rokok RJ Reynolds, 29 Februari 1984).

Akan tetapi di negara lain industri rokok mulai dibatasi. perusahaan rokok memiliki strategi memperluas pasar rokok di Indonesia dengan membidik konsumen remaja (Majalah Tempo, 27 Mei-2 Juni 2013). Sejak tahun 1980-an industri rokok di Amerika juga telah membidik pangsa pasar remaja, khususnya usia 14-18 tahun (Shadel, Niaura, & Abrams, 2001). Akibatnya, usia mencoba rokok untuk pertama kali pada remaja di negara berkembang cenderung semakin dini (Woodgate & Kreklewetz, 2012). Penelitian Irimie, Mireştean, Samoilă, Beldean- Galea, dan Decanovici (2010) menunjukkan persentase anak yang mencoba rokok sebelum usia 10 tahun mengalami peningkatan dari tahun 2004 ke 2009.

Di Indonesia persoalan pemasaran rokok menjadi isu yang kontroversi. Sejak larangan iklan TV dicabut pada tahun 1991 hampir tidak ada batasan iklan rokok di Indonesia. Namun saat ini sudah diberlakukan pembatasan terhadap penayangan iklan rokok di TV mulai 05:00 – 21:30 (PP12/2003). Meskipun demikian, pembatasan merokok untuk kalangan remaja usia dibawah 18 tahun sulit dilakukan karena dari sebaran produk, kemasan, komunikasi pemasaran dan saluran distribusi langsung mengarah pada pada remaja. Pemberian sponsor serta promosi rokok melalui berbagai kegiatan merupakan komponen kunci dalam strategi industri tembakau untuk merangkul para remaja (Gatra, 2004).

Sebagian besar remaja (remaja adalah kelompok usia 10-18 tahun²) memiliki status sebagai pelajar dan saat ini keterpaparan iklan di kalangan pelajar sangat tinggi. Menurut

¹ AYKE , Ekonomi Tembakau di Indonesia oktober 2016, presentasi Page 25

² Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomer 25 tahun 2014 tentang upaya kesehatan anak

Global Youth Tobacco Survey (GYTS) 2014 dilihat dari segi media iklan industri rokok, pelajar di Indonesia yang melihat seseorang merokok di televisi, video atau film sebesar 62,7 % (3 dari 5 pelajar) dan 60,7 % atau 3 dari 5 pelajar mengetahui iklan dan promosi rokok di tempat penjualan (retail).³ Selain keterpaparan iklan, konsumsi rokok juga mulai tinggi dikalangan pelajar.

Menurut Hasil Survey Jajak Pendapat Siswa Sekolah Menengah Terhadap Larangan Iklan dan Sponsor Rokok Tahun 2013 Dit PPTM KEMENKES RI dengan PUSLITKES UI menunjukkan Sebanyak 75-88% pelajar menghisap rokok kurang dari 12 batang/bulan. 10% mengaku merokok 13 - 36 batang/bulan.

Dengan melihat fenomena di atas, Ikatan Pelajar Muhammadiyah sebagai organisasi yang anggotanya adalah pelajar berusaha menyuarakan kepedulian terhadap fenomena ini dan merasa perlu melakukan kajian dan tinjauan terhadap hubungan antara status merokok pada pelajar dengan iklan, promosi, sponsor rokok dengan dilakukan di pulau Jawa karena pulau Jawa adalah pulau yang memiliki tingkat kemajuan pembangunan tertinggi di Indonesia dengan tingkat penyebaran industrinya sebesar 60 % dibandingkan dengan diluar pulau Jawa sebesar 40 %.⁴

³ GYTS 2014, http://www.searo.who.int/tobacco/data/ino_gyts_fs_2014.pdf

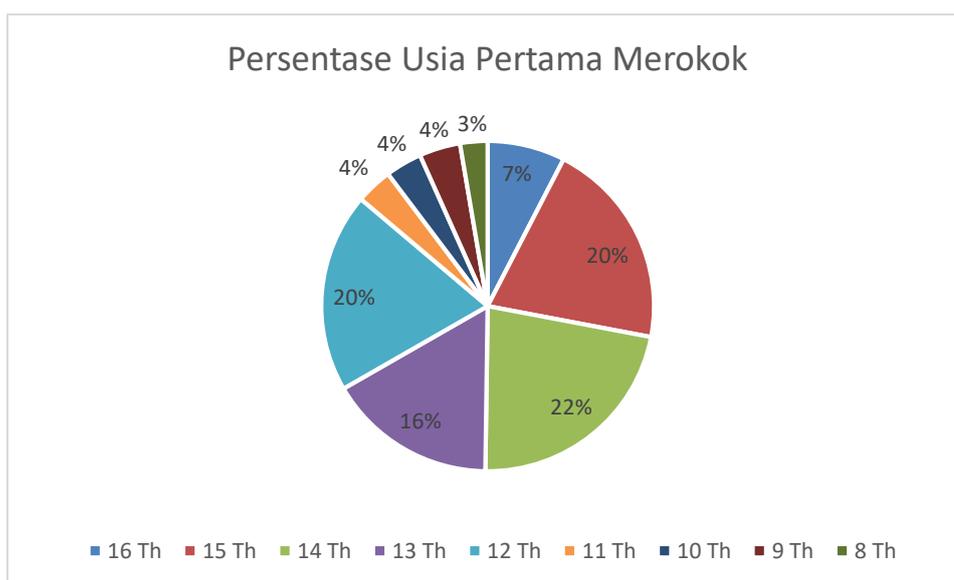
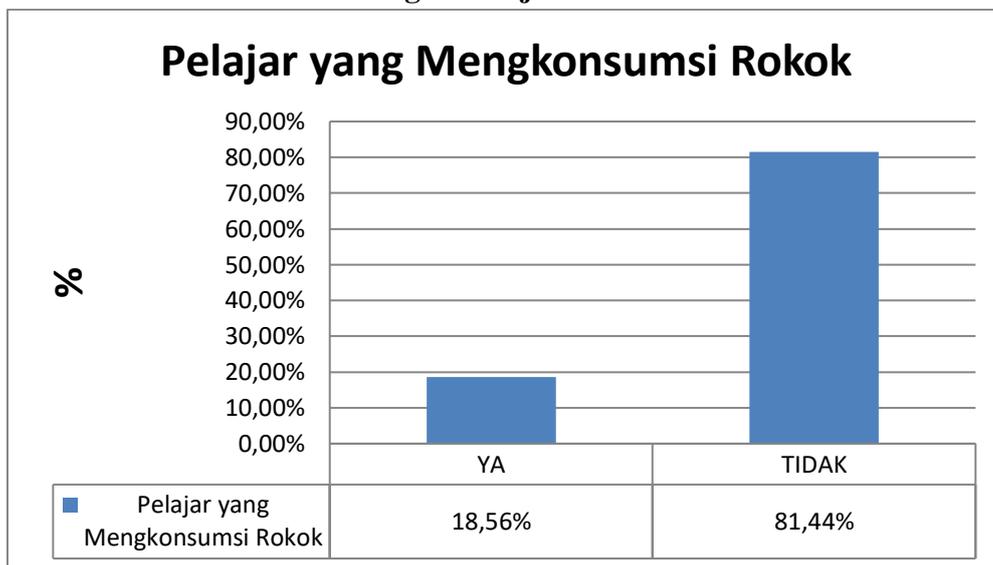
⁴ Pemetaan Potensi Ekonomi Daerah Koridor wilayah Jawa, Kementerian Dalam Negeri RI
<http://apejawa.navperencanaan.com/whypromotion/viewjawa>

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif, konklusi, deskriptif, cross-tab dan non-eksperimental dengan mengeksplorasi data penelitian. Data penelitian diperoleh dengan menyebar kuisioner ke siswa sekolah menengah di 6 ibukota provinsi se Jawa. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner

ANALISIS RESPONDEN

A. Prevalensi Perokok Pada Kalangan Pelajar Di 6 Kota Pulau Jawa



Sebanyak 1261 responden pelajar dengan usia 8 – 16 tahun di 6 Kota Pulau Jawa menunjukkan persentase usia mulai merokok meningkat di atas 15% pada usia 13 – 16 tahun. Sedangkan persentase paling tinggi yakni pada umur 14 tahun sebesar 22 % . Usia 13 – 16 tahun merupakan usia remaja produktif pada jenjang SMP-SMA, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang sangat berpengaruh yakni iklan, promosi dan sponsor.

B. Iklan, Promosi dan Sponsor

Iklan atau dalam bahasa Indonesia formalnya pariwisata adalah segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, tempat usaha, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditunjukkan kepada sebagian besar masyarakat.⁵ Sedangkan **promosi** merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Sehingga iklan digunakan sebagai media kreatif oleh perusahaan-perusahaan sebagai media promosi agar penjualan produk dari perusahaan bias meningkat, mengingat banyak sekali manfaat dari iklan, selain perusahaan sebagai produsen mendapat peningkatan dalam penjualan, iklan juga sebagai media untuk komunikasi dua arah produsen dan konsumen. Konsumen bisa mengenal produk yang beredar sehingga paham dengan spesifikasi produk. Sehingga dalam prakteknya iklan sebagai media promosi dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produknya. Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam sebuah industri, perusahaan rokok menggunakan media ini untuk dijadikan alat promosi kepada konsumen.

Adapun salah satu bentuk iklan sebagai ajang promosi adalah sponsor. **Pensponsoran** merupakan pemberian dukungan keuangan atau bentuk-bentuk dukungan lainnya kepada pihak penerima agar keuangan si penerima tetap lancar atau menjadi lebih kokoh. Dukungan biasana berupa uang, misalnya untuk hadiah, tapi bisa juga berupa tropi atau intensif-intensif lainnya. Pihak penerima sponsor bisa organisasi bisa juga individu.⁶

⁵ Palupi, Dyah Hasto & Teguh Sri Pambudi. 2006. *Advertising that sells*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

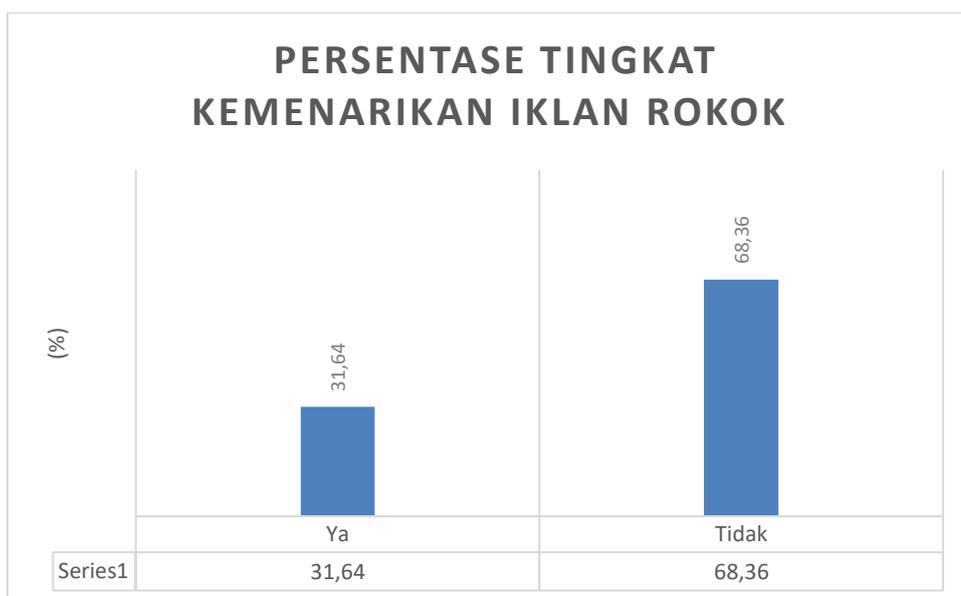
⁶ Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

1. Pengaruh Melihat Iklan Rokok terhadap Keinginan untuk Mulai Merokok

A. Paparan Iklan Rokok di Kalangan Pelajar

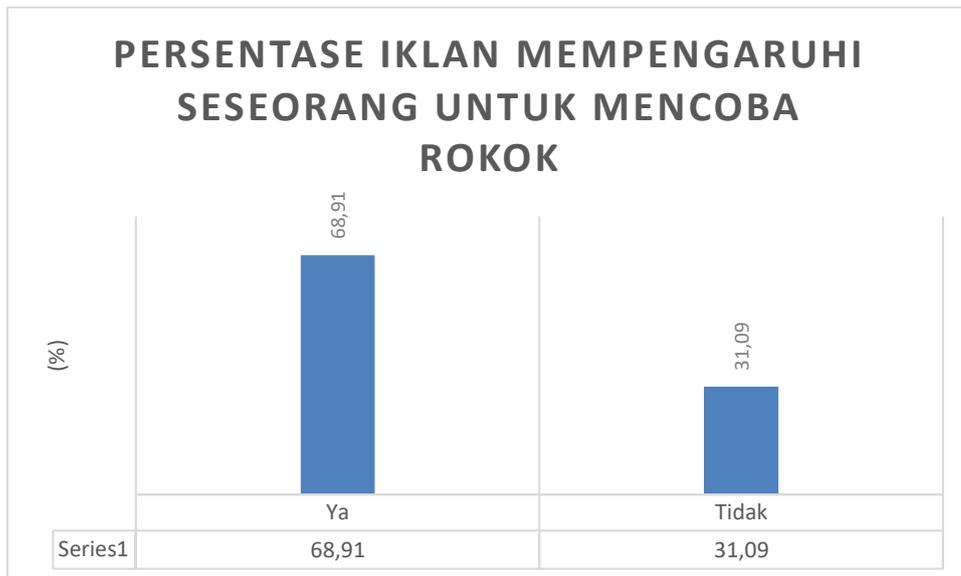


Diagram di atas menunjukkan bahwa hampir semua responden pernah melihat iklan rokok, dimana yang menyatakan pernah melihat adalah 98.97%. Hal ini menandakan bahwa iklan rokok beredar dengan luas dan bebas, baik dalam bentuk iklan pada media penyiaran atau media luar ruang.



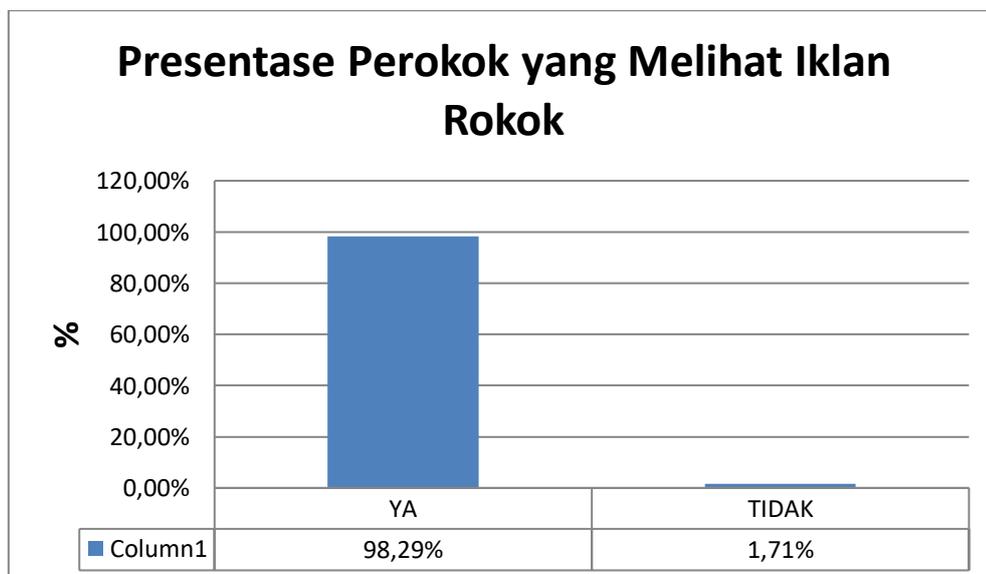
31.64% responden menyatakan bahwa iklan rokok yang selama ini beredar adalah menarik, dan 68,38 % menyatakan tidak.

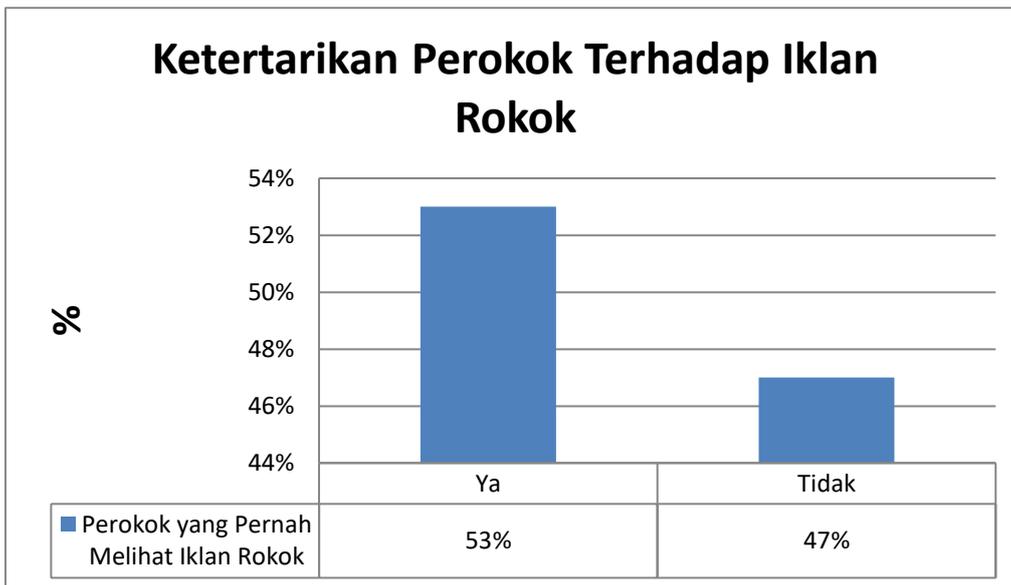
B. Persepsi Pengaruh Iklan Rokok terhadap Status Merokok Pelajar



Iklan menggunakan bahasa persuasif untuk menarik perhatian penontonnya agar tertarik dengan produk yang diiklankan dan mengajak untuk membeli produk tersebut. Begitu juga perusahaan rokok mengiklankan produknya agar dapat dibeli oleh konsumen, artinya tujuan dari iklan rokok adalah sebagai stimulan agar siapapun yang melihatnya terstimulasi sehingga tertarik kemudian membeli rokok. Hal ini sebanding dengan data yang didapatkan, yang mana 68.91% responden mengatakan bahwa adanya iklan rokok mempengaruhi seseorang untuk mencoba atau memulai merokok.

C. Pengaruhnya untuk para perokok





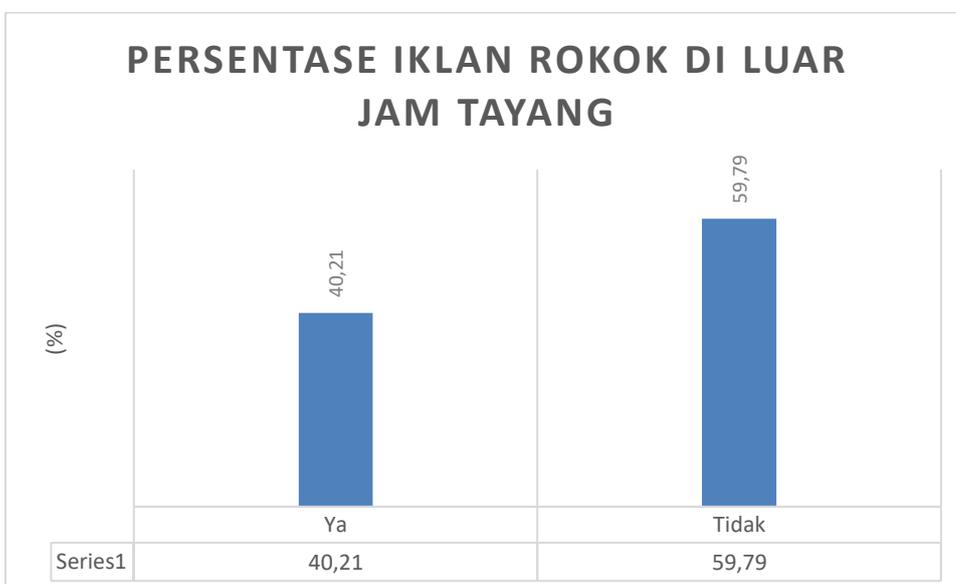
Dari data yang ada didapatkan bahwa jumlah perokok aktif sebesar 98,29 % pernah melihat iklan dan 53 % responden perokok menyampaikan bahwa mereka tertarik dengan iklan rokok.

D. Kebijakan terkait Pembatasan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok

a. Pembatasan Jam Tayang Iklan

PP 102 tahun 2012 Pasal 29

Selain pengendalian Iklan Produk Tembakau sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27, iklan di media penyiaran hanya dapat ditayangkan setelah pukul 21.30 sampai dengan pukul 05.00 waktu setempat.



b. Iklan , Promosi dan Sponsor rokok tidak dibolehkan dibawah usia 18 tahun

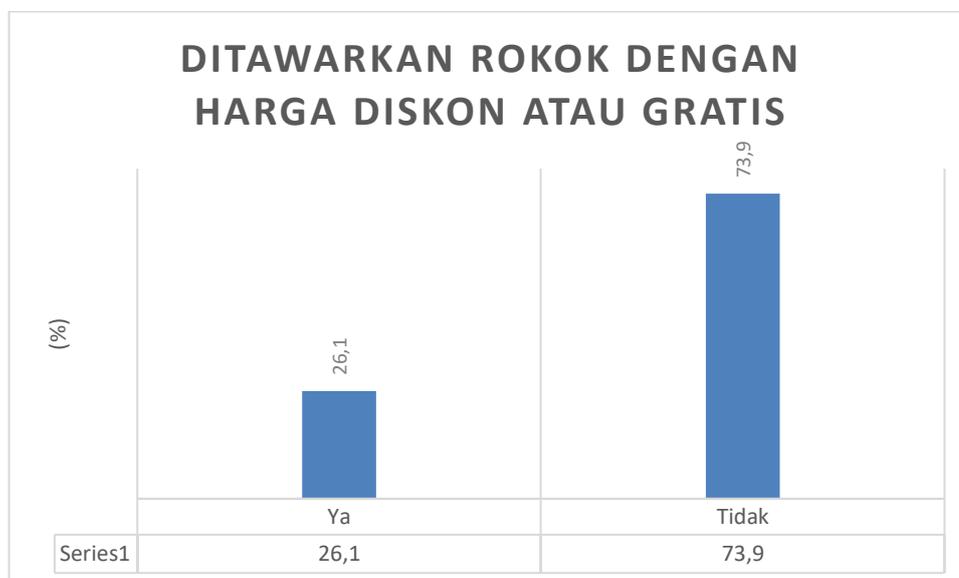
PP 109 tahun 2012

Pasal 46

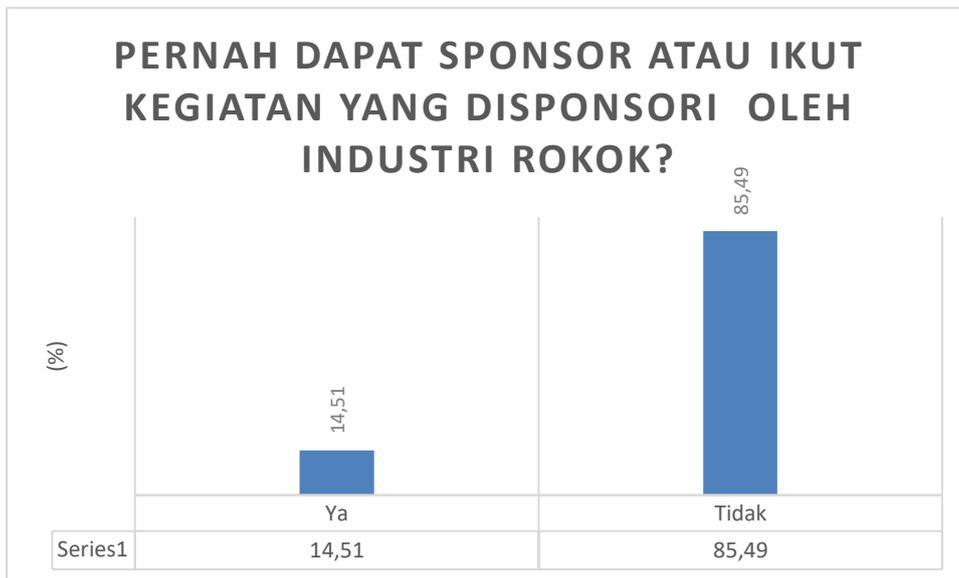
Setiap orang dilarang menyuruh anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun untuk menjual, membeli, atau mengonsumsi Produk Tembakau.

Pasal 47

- 1) Setiap penyelenggaraan kegiatan yang disponsori oleh Produk Tembakau dan/atau bertujuan untuk mempromosikan Produk Tembakau dilarang mengikutsertakan anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun.
- 2) Setiap orang yang menyelenggarakan kegiatan yang disponsori Produk Tembakau sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang mengikutsertakan anak di bawah usia 18 (delapan belas) tahun dikenakan sanksi oleh pejabat Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya.

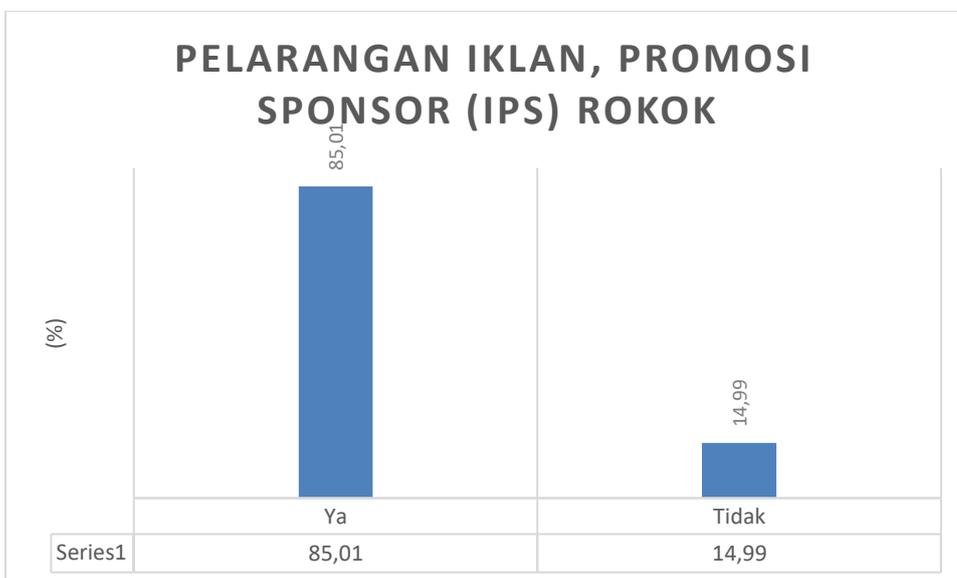


Responden dalam riset ini adalah ≤ 18 tahun , dari hasil riset ini 26,1 % responden pernah ditawarkan rokok dengan harga diskon atau gratis.



Responden dalam riset ini adalah ≤ 18 tahun , dari hasil riset ini 14,51 % responden pernah dapat sponsor atau ikut kegiatan yang disporsori oleh Industri rokok .

c. Dukungan pelarangan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok



Hasil Riset ini menyatakan bahwa 85.01 % pelajar setuju akan adanya pelarangan Iklan, promosi dan sponsor rokok.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini antara lain adalah

1. Deskripsi status merokok pada pelajar diantaranya adalah
 - a. Presensi pelajar merokok antara lain sejumlah 234 pelajar (18,56%) pernah merokok dan sejumlah 1.027 pelajar (81,44%) tidak pernah merokok.
 - b. Usia pertama kali pelajar merokok antara lain berkisar dari usia 7-16 tahun, dimana paling banyak pada usia 15 tahun (23,07%) dan paling sedikit pada usia 7 tahun (1,28%).
 - c. Presensi pelajar melihat iklan, promosi, atau sponsor rokok antara lain sejumlah 1.248 pelajar (98,97%) pernah melihat dan sejumlah 13 pelajar (1,03%) tidak pernah melihat.
 - d. Presensi pelajar ditawari untuk membeli rokok dengan harga murah atau gratis antara lain sejumlah 329 pelajar (26,1%) pernah dan sejumlah 932 pelajar (73,9%) tidak pernah.
 - e. Presensi pelajar mendapatkan sponsor atau ikut dalam kegiatan yang disponsori oleh perusahaan rokok antara lain sejumlah 183 pelajar (14,51%) pernah dan sejumlah 1.078 pelajar (85,49%) tidak pernah.
2. Deskripsi paparan iklan rokok diantaranya adalah
 - a. Pendapat pelajar terhadap menarik atau tidaknya iklan rokok antara lain sejumlah 399 pelajar (31,64%) berpendapat menarik dan sejumlah 862 pelajar (68,36%) berpendapat tidak menarik.
 - b. Presensi pelajar melihat iklan rokok di luar jam tayang antara lain sejumlah 507 pelajar (40,21%) pernah dan sejumlah 754 pelajar (59,79%) tidak pernah.
 - c. Pengaruh iklan rokok bagi pelajar untuk memulai atau mencoba merokok antara lain sejumlah 869 pelajar (68,91%) terpengaruh dan sejumlah 392 orang (31,09%) tidak terpengaruh.
 - d. Pendapat pelajar terhadap pelarangan iklan, promosi, atau sponsor rokok antara lain sejumlah 1.072 pelajar (85,01%) berpendapat setuju dan sejumlah 189 pelajar (14,99%) berpendapat tidak setuju.
3. Terdapat hubungan antara status pelajar merokok dengan iklan, promosi dan sponsor rokok di pulau Jawa

REKOMENDASI

1. Ikatan Pelajar Muhammadiyah yang anggotanya adalah pelajar akan selalu menyuarakan dan mensosialisasikan tentang urgensi pengendalian produk tembakau di kalangan pelajar khususnya dan di masyarakat pada umumnya dan tolak jadi target industri rokok dengan setuju akan pelarangan iklan, promosi dan sponsor rokok.
2. Kebijakan Pelarangan Total Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok secara menyeluruh sebagai satu kesatuan adalah upaya dalam melindungi generasi muda sebagai perokok pemula melalui peraturan perundang-undangan.
3. DPR secara konsisten dapat menjamin bahwa Pelarangan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok dapat di akomodasi dalam UU Penyiaran.
4. Pemerintah yaitu Presiden dan kementerian terkait dapat sebagai Focal Point dalam pengaturan penyiaran, sebaiknya dapat mengakomodasi segenap aspirasi yang berkaitan dengan Pelarangan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok dalam rangka membendung Gelombang Perokok Pemula dan menurunkan Prevalensi Perokok Pemula.

PROFILE PENELITI

Rifki Solihatun berasal dari Wonosobo aktif sebagai mahasiswa di Universitas Diponegoro. Selain menjadi mahasiswa dikenal sebagai Ketua Bidang Pengkajian Ilmu Pengetahuan Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Jawa Tengah. Pernah melakukan penelitian mengenai Ac Milk tahun 2016 dan Green Synthesis tahun 2015.

Sulistyo Suharto aktif sebagai Mahasiswa di Universitas Semarang, selain menjadi mahasiswa juga aktif di Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Provinsi Jawa Tengah. Melakukan beberapa penelitian yakni Nata the Flava tahun 2013, Kernet Ulat Daun Pisang tahun 2014, Regenset “Reuse Generatorby Student Treatmi Tahun 2014, Magic Trap tahun 2015.

Velandani Prakoso, Ketua Umum Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah periode 2016 – 2018. Aktif sebagai mahasiswa Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pernah terlibat dalam penelitian :

1. Kepuasan Pelayanan PKU Muhammadiyah Kota Yogyakarta tahun 2012
2. Implementasi e-Procurement dalam Transparansi Pengadaan Aset di Kabupaten Gunung Kidul tahun 2014
3. Dampak Kabut Asap Kebakaran Lahan Gambut (Studi kasus di Palembang, Pontianak, dan Palangkaraya)
4. Politik Uang di Indonesia (Studi di Dapil 3 Jawa Tengah)
5. Perilaku Elektoral Warga Muhammadiyah di DIY
6. Demokrasi Desa (Studi Proses Demokratisasi Desa di DIY)

Triningsih , SE mulai aktif di Pengendalian tembakau sejak 2010 sekarang menjadi Tim Pengendalian Tembakau di Indonesia Institute For Social Development . Pernah terlibat dalam berbagai penelitian antara lain:

1. Survei tentang Pendapat Pelajar mengenai Bijak Listrik di 58 sekolah dasar di Jakarta dan Tangerang bekerjasama dengan PT. PLN distribusi Jakarta Raya dan Tangerang (2006)
2. Survei tentang Penanganan Penggunaan Listrik Secara Ilegal di masyarakat Jawa dan Bali PT. PLN (Persero) Pusat (2007)
3. Jejak Pendapat dukungan Masyarakat Indonesia terhadap kebijakan pengendalian tembakau dan akses konvensi kerangka kerja pengendalian tembakau organisasi kesehatan dunia WHO , Indonesia Institute For Social Development dengan Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka (2013)
4. Review Implementasi Kawasan Tanpa Rokok (KTR) di Kota Bengkulu dan Kabupaten Rejang Lebong Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak menular Kementerian Kesehatan RI (2016)

Virgo Sulianto Gohardi lahir pada tanggal 22 September 1984 di Jakarta. Aktif dalam advokasi kebijakan, tercatat sebagai Direktur Madrasah Anti Korupsi dan Advocacy and Communication Officer di Indonesia Institute for Social Development (IISD). Pernah meneliti Potensi Rente Jual Beli Jabatan ASN yang dilakukan Madrasah Anti Korupsi.

Rekam jejak organisasi diantaranya sebagai Ketua Bidang Advokasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah Periode 2008-2010. Ketua Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah 2014-2018. Serta Tim Kesehatan Masyarakat Majelis Pembina Kesehatan Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

Risni Julaeni Yuhan, SP., M.Stat lahir di Garut 12 Juli 1985, merupakan salah satu dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Statistika. Penulis lulus dari Sekolah Dasar Negeri Lemburkuring pada tahun 1997, Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Kadungora pada tahun 2000, dan Sekolah Menengah Umum Negeri 1 Tarogong Garut pada tahun 2003. Melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Padjadjaran Jurusan Sosial ekonomi Pertanian Lulus Tahun 2007 dan S2 Magister Statistika Terapan UNPAD Konsentrasi Industri lulus tahun 2009.

Aktif sebagai Ketua Departemen Pendidikan dan Penelitian Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah serta Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Statistik Jakarta. Beberapa artikel yang pernah penulis tulis yang sudah pernah diterbitkan di jurnal maupun prosiding, di antaranya:

1. Metode Geographically Weighted Regression Pada Karakteristik Peduduk Hampir Miskin Di Kabupaten/Kota Pulau Jawa
2. Indeks Kota Islami (Maarif Institute – Jakarta)
3. Regresi Logistik Multinomial: Variabel Yang Memengaruhi Otonomi Perempuan Dalam Rumah Tangga (Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia Tahun 2012)
4. Analisis Vector Autoregressive (VAR) Pada Alat Pembayaran Melalui Kartu (APMK) Dan E-money Serta Inflasi Di Indonesia
5. Keakuratan Data Produktivitas Padi Sebagai Penunjang Utama Ketahanan Pangan Nasional (Studi Di Kabupaten Subang Jawa Barat)
6. Penelitian Penyelenggaraan Pemungutan Dan Perhitungan Suara Oleh KPDS Dalam PILEG 2014 (Kerjasama JPPR dan Bawaslu)
7. Poverty Trap dan Mobilitas Sosial Melalui Pendidikan Antar Generasi diantara Kelompok Rumah Tangga dengan Pendapatan 20% Terbawah (Analisis Data SUSENAS DKI Jakarta Maret 2012)
8. Analisis Supply dan Value Chain Beras Di Jawa Barat
9. Daya Dukung Pohon Industri Jagung Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Lahan Kering
10. Analisis Sistem Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pasta Ubi Jalar Dalam Usaha Pemenuhan Kebutuhan Produksi Perusahaan (Studi Kasus Di PT Galih Estetika, Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan)
11. Tesis: Value at Risk (VaR) Portofolio Menggunakan Pendekatan Distribusi Normal dan Ekspansi Cornish Fisher
12. Pengolahan Sampah Organik Dengan Cacing Tanah (Vermicomposting)
13. Collective Farming Sebagai Alternatif Pemberdayaan Petani (Suatu Kasus Di Desa Rancakasumba, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung).

Moh Yamin Darsyah, S.Si., M.Si lahir pada tanggal 9 September 1984 di Surabaya. Lulusan Pascasarjana Institute Teknoogi Sepuluh November Surabaya bidang ilmu Statistika. Aktif sebagai dosen Statistika di Universitas Muhammadiyah Semarang. Pengalaman penelitian

1. Small Area Estimation untuk Peningkatan Angka Melek Huruf di Kabupaten Rembang (2016)
2. Estimasi Pengeluaran PerKapita di Kabupaten Rembang dengan pendekatan SAE-Nonparametrick (2015)
3. Small Area Estimation Untuk Pemetaan Kemiskinan di Kabupaten Demak (2014)
4. Perbandingan Kurva pada Distribusi Uniform dan Distribusi Binomial (2013)
5. Menakar Tingkat Akurasi Support Vector Machine pada Study Kasus Kanker Payudara (2013)
6. Pendugaan IPM pada Area Kecil di Kota Semarang dengan Pendekatan Nonparametrik (2013)

