

Pengaruh Iklan Merokok Terhadap Tingkat Konsumsi Rokok Pada Masyarakat Miskin Dan Anak Dibawah 18 Tahun Di Indonesia

Nurchayaning Dwi Kusumaningrum^{1,*}, Farra Shayrani Rosadi², Abdul Mustofa Iqbal Asyrof³
^{1,2,3} Universitas Jember

* nurchayaning.fisip@unej.ac.id

Abstrak. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang banyak dikenal dan paling banyak dibahas orang, tidak terkecuali oleh perusahaan yang memproduksi rokok. Kendati demikian pemerintah telah mewajibkan produser rokok untuk mencantumkan iklan bahaya merokok pada kemasan bungkus rokok, namun realitasnya masyarakat masih saja mengkonsumsinya. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui dampak iklan merokok bagi masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun di indonesia, pengetahuan masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun di indonesia tentang bahaya merokok dari iklan, dan untuk mengetahui tingkat konsumsi rokok pada masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun di indonesia. Kajian ini termasuk pada jenis penelitian data sekunder berupa Survei Sosial Ekonomi Nasional yang bersifat deskriptif, karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena dan menganalisis data melalui pengumpulan data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional. Dari hasil kajian ditemukan bahwa ada atau tidak adanya iklan bahaya merokok yang terdapat pada bungkus rokok bagi masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun di indonesia tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Didalam hal ini, adanya pengetahuan konsumen dari masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun terkait adanya bahaya merokok serta berbagai penyakit yang ditimbulkan sepertinya tidak mau tahu akan bahaya yang ditimbulkan oleh rokok tersebut. Tingkat konsumsi rokok masyarakat miskin dan anak dibawah 18 tahun ini berbeda-beda, makin bertambah usia makin meningkat pula tingkat konsumsi rokoknya

1. Pendahuluan

Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produser/pemrakarsa yang disampaikan lewat media (cetak, audio, elektronik) yang ditunjukkan kepada masyarakat. Sedangkan siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Penyiaran juga diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Secara umum, periklanan digital dapat dibedakan menjadi lima jenis: iklan pencarian (search advertising), iklan media sosial (social media advertising), iklan banner (banner advertising), iklan video (video advertising), dan iklan baris (classifieds advertising). Berikut ini Potensi Dampak Iklan: a. Iklan adalah repetisi yang dapat membentuk gambaran tertentu di benak khalaya; b. Khalayak luas dan beragam (dari aspek usia, pendidikan, jenis kelamin, suku, dsb); c. Iklan dapat menimbulkan dampak tertentu pada khalayak (kognitif, afektif, behavior).

Etika Pariwisata Indonesia (EPI) mengukuhkan adanya kepedulian yang setara pada industry periklanan, antara keharusan untuk melindungi konsumen atau masyarakat, dengan keharusan untuk dapat melindungi para pelaku periklanan agar dapat berprofesi dan berusaha dan memperoleh imbalan dari profesi atau usaha tersebut secara wajar. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang

menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Berikut tujuan perlindungan konsumen: a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa; c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Merokok merupakan salah satu perilaku berbahaya yang seringkali dilakukan penduduk muda. Walaupun telah diketahui bahwa rokok memiliki dampak negatif yang lebih banyak dibandingkan dampak positifnya, rokok telah menjadi komoditas yang lazim dikonsumsi oleh penduduk di berbagai negara, termasuk di Indonesia. World Bank (2017) menyebutkan bahwa Indonesia mengalami kenaikan dalam prevalensi merokok. Dibandingkan dengan negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar, Indonesia memiliki persentase penduduk umur 15 tahun ke atas yang merokok lebih tinggi. Hasil studi itu menunjukkan bahwa rumah tangga yang memiliki pendapatan rendah menggunakan sebagian besar pendapatannya untuk mengonsumsi rokok. Bahkan John, Ross, dan Blecher (2012) menyebutkan bahwa pengeluaran untuk konsumsi rokok adalah pengeluaran yang seharusnya digunakan untuk pendidikan dan pakaian. Begitu juga dengan rumah tangga berpendapatan menengah atau rendah, pengeluaran makanan seringkali digunakan untuk konsumsi rokok.

Bersumberkan pada data Indonesian Family Life Survey (IFLS) 1997 dengan menggunakan analisis regresi tobit dengan pendekatan sample selection model, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan variabel ekonomi seperti harga rokok dan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan besarnya jumlah rokok yang dikonsumsi. Harga berpengaruh negatif dan pendapatan berpengaruh positif. Selain itu, variabel sosio-demografi sebagai proxy selera secara signifikan memiliki hubungan pada jumlah rokok yang dikonsumsi adalah umur, jenis kelamin, dan status perkawinan. Begitu juga jika dilihat dari kewilayahan, disebutkan bahwa wilayah dan daerah tempat tinggal juga memiliki hubungan yang signifikan dengan besarnya jumlah rokok yang dikonsumsi.

Perilaku merokok juga dapat dilihat berdasarkan umur seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Sugiharti dkk. (2015). Hasil studi ini menemukan bahwa semakin bertambah umur semakin besar peluang individu menjadi perokok. Tidak hanya faktor individu, lingkungan tempat individu tinggal memiliki pengaruh pada perilaku merokok. Smet, Maes, De Clercq, Haryanti, dan Winarno (1999) melakukan penelitian mengenai perilaku merokok pada remaja di Semarang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa merokok merupakan perilaku yang umumnya dilakukan bersama-sama. Selain itu, perilaku merokok dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, termasuk lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, bahkan lingkungan pertemanan pada anak remaja laki-laki.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai bahan untuk membuat strategi pengurangan konsumsi rokok, khususnya pada masyarakat miskin dan anak dibawah umur atau penduduk berusia dibawah 18 tahun yang merokok. Hal ini dikarenakan dampak sosial, ekonomi, dan kesehatan dari perilaku merokok akan dirasakan lebih besar pada penduduk miskin dan berusia dibawah 18 tahun. (misalnya produktifitas menurun karena sakit akibat perilaku merokok) dan juga bagi negara pada umumnya (seperti beban biaya kesehatan yang harus ditanggung oleh pemerintah).

2. Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2017-2021. Survei Sosial Ekonomi Nasional merupakan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) setiap enam bulan sekali, yaitu bulan Maret dan bulan September. Penelitian ini menggunakan hasil pencacahan Survei Sosial Ekonomi Nasional bulan Maret dan bulan September pada tahun 2017-2021. Jumlah sampel yang dicakup dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional adalah sebanyak 300.000 rumah tangga yang mencakup seluruh provinsi di Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional adalah dengan wawancara menggunakan kuesioner pada semua rumah tangga yang terpilih sebagai sampel. Tidak semua individu

dalam rumah tangga terpilih dijadikan unit analisis dalam penelitian ini dikarenakan keterbatasan data. Variabel terikat dalam penelitian ini berupa rata-rata rokok yang dikonsumsi per hari dalam sebulan yang lalu pada rumah tangga. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif yang digunakan berupa tabulasi silang perilaku merokok berdasarkan karakteristik individu dan rumah tangga untuk melihat gambaran perilaku merokok pada rumah tangga.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengaruh Iklan Peringatan Bahaya Merokok

Advertising dapat didefinisikan sebagai “*any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Adapun maksud ‘dibayar’ pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata ‘nonpersonal’ berarti suatu iklan melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran) yang dapat mengirimkan pesan kepada jumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan. Dengan demikian, sifat nonpersonal iklan berarti pada umumnya tidak tersedia kesempatan untuk mendapatkan umpan balik yang segera dari penerima pesan (kecuali dalam hal *direct respon advertising*). Iklan mampu memengaruhi masyarakat dengan begitu cepat. Tanggapan masyarakat kepadanya dapat dilihat dari besarnya konsumen memakai suatu produk.

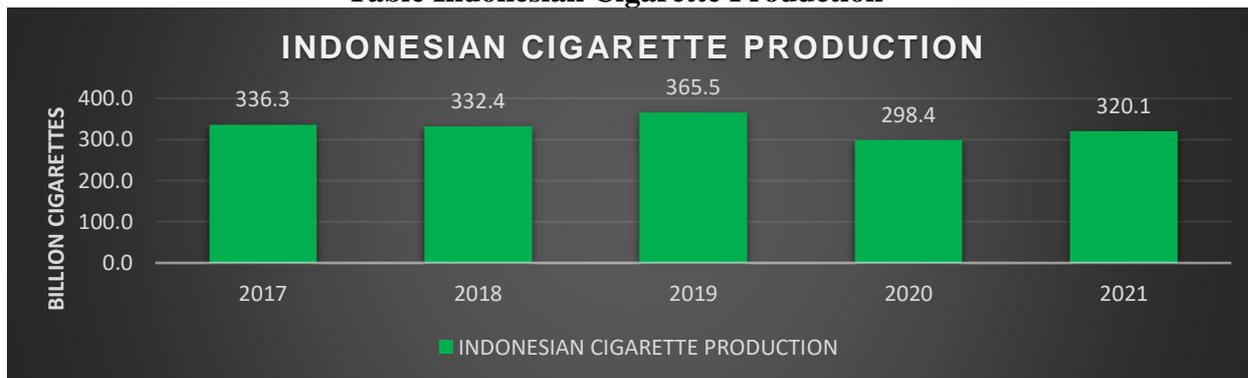
Iklan yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah iklan peringatan merokok. Iklan peringatan yang dibuat pemerintah adalah tentang gambar bahaya merokok atau penyakit yang ditimbulkan akibat merokok serta tulisan peringatan bahaya merokok. Gambar peringatan bahaya merokok tersebut berukuran 35% dan luasnya kemasan bungkus rokok. Dengan gambar yang mengerikan tersebut, pemerintah berharap jumlah perokok di Indonesia bisa berkurang.

Kementrian kesehatan telah mensosialisasikan dengan memasang lima gambar seram di bagian halaman depan atas dan belakang atas pada kemasan bungkus rokok. Lima gambar tersebut adalah gambar kanker mulut, kanker paru-paru dan bronchitis kronis, kanker tenggorokan serta pernyataan merokok membahayakan anak (ilustrasi seorang Bapak menggendong anak sambil merokok) dan rokok membunuhmu.

Dengan gencarnya iklan peringatan bahaya merokok tersebut akan dapat mengubah citra dan menyebabkan orang akan bertambah pengetahuan terhadap bukti-bukti ilmiah bahwa merokok membahayakan kesehatan. Iklan peringatan bahaya merokok tersebut ternyata berpengaruh pada omset penjualan rokok maupun tingkat konsumsi rokok konsumen. Disebabkan karena meningkatnya pengetahuan konsumen terhadap bahaya yang ditimbulkan oleh rokok dengan iklan merokok tersebut.

Konsumen yang melihat pertama kali iklan bahaya merokok tersebut kebanyakan dari mereka merasa ngeri, takut dan jijik. Dengan merasa ngeri saat pertama kali melihat iklan merokok yang seram itu, tetapi walaupun ada iklan itu menurutnya orang tetap saja merokok malah lebih banyak. Karena kebanyakan orang mencari atau membeli rokok dengan memilih kemasan bungkus rokok yang iklannya bergambar ayah menggendong bayi.

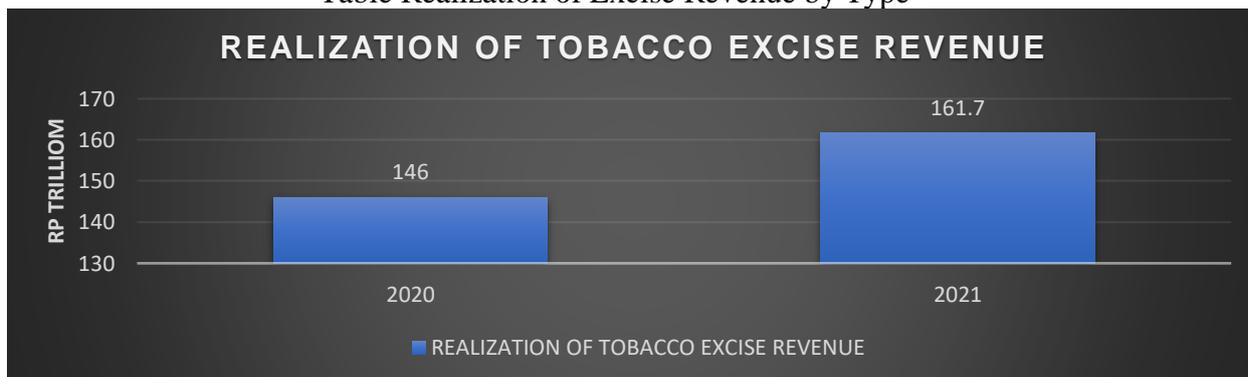
Table Indonesian Cigarette Production



(Source: Tobacco Control Support Center and Ministry of Finance)

Walaupun dengan adanya iklan peringatan berbahaya merokok namun tidak menurunkan niat masyarakat untuk mengosumsi rokok namun ada faktor lain yang mempengaruhi konsumsi rokok yaitu adanya kenaikan cukai. Berdasarkan data Kementerian Keuangan mencatat, produksi rokok di Indonesia mencapai 320,1 miliar batang pada 2021. Jumlah tersebut meningkat 7,27% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 298,4 miliar batang. Walau demikian, jumlah tersebut masih lebih rendah dibandingkan pada 2019 yang mencapai 365,5 miliar batang. Pada tahun tersebut, produksi rokok mengalami kenaikan hingga 9,96%. Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan, melonjaknya produksi rokok pada 2019 terjadi karena pemerintah tak menaikkan cukai hasil tembakau (CHT). Angkanya langsung turun pada 2020 karena pemerintah meningkatkan tarif CHT hingga 23%, tertinggi sepanjang sejarah.

Table Realization of Excise Revenue by Type



(Source: Ministry of Finance)

Walaupun dengan adanya iklan peringatan berbahaya merokok namun tidak menurunkan niat masyarakat untuk mengosumsi rokok. Dibuktikan berdasarkan data kementerian Keuangan, realisasi penerimaan cukai hasil tembakau (CHT) sebesar Rp167,5 triliun atau Kontribusinya sebesar 96,52% terhadap total penerimaan cukai. Kementerian Keuangan mencatat, realisasi penerimaan cukai mencapai Rp167,5 triliun pada 2021. Jumlah itu naik 10,85% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp151,1 triliun.

3.2. Perlindungan Konsumen dari Pengetahuan Bahaya Merokok

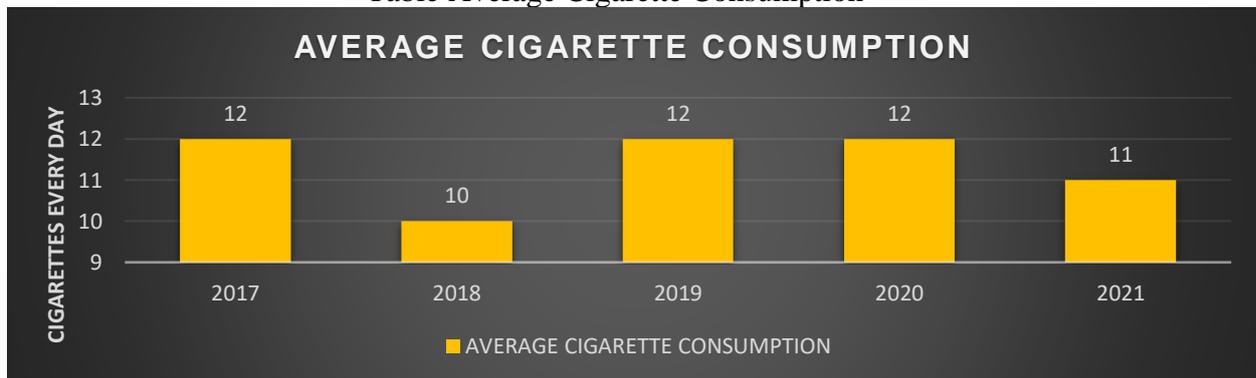
Rokok banyak sekali mengandung zat yang berbahaya bagi kesehatan, akan tetapi tidak semua orang mengetahui bahaya tersebut. Bahkan ada yang kurang yakin dengan adanya penyakit yang ditimbulkan dari merokok. Dalam pembahasan ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat mengetahui akan adanya bahaya merokok serta penyakit yang ditimbulkan dari merokok.

Merokok menyebabkan penyakit dan kematian yang dapat dicegah. Di negara maju, jumlah perokok mengalami penurunan dengan semakin meningkatnya kesadaran akan bahaya rokok. Tetapi sebaliknya terjadi peningkatan di negara berkembang. Akibat buruk dan rokok bukanlah akibat yang bisa dirasakan dalam waktu singkat. Bahaya rokok bagi kesehatan sudah banyak diketahui masyarakat. Namun akibat merokok bagi kesehatan tubuh yang sudah jelas-jelas berbahaya dikarenakan rokok mengandung banyak zat racun tetap saja diabaikan oleh sebagian besar masyarakat terutama masyarakat Indonesia.

Sementara bahaya yang dapat ditimbulkan oleh rokok tersebut, zat kimia berbahaya yang terkandung dalam rokok pun sebagian besar responden mengetahui dan hanya sebagian kecil sajalah yang tidak mengetahui atau kurang mengetahui.

Hal ini disebabkan ketidakpeduliannya terhadap bahaya rokok karena konsumen rokok sudah terlanjur kecanduan. Konsumen rokok hanya sekedar mengetahui bahwa merokok berbahaya bagi kesehatan saja. Sebagian besar masyarakat mengetahui bahwa rokok mengandung zat berbahaya adalah karena di bungkus rokok ada pemberitahuan bahwa rokok mengandung nikotin dan tar yang berbeda-beda ukurannya. Setiap rokok mengandung Nikotin dan Tar dengan takaran yang berbeda-beda.

Table Average Cigarette Consumption



(Source: Susenas March 2021, Central Bureau of Statistic Indonesian)

Rata-rata jumlah rokok yang dikonsumsi oleh perokok Indonesia sebanyak 11 batang per hari pada 2021. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah tersebut berkurang satu batang dibandingkan pada tahun lalu. Menurut wilayahnya, perokok di perdesaan lebih banyak mengonsumsi rokok dengan rata-rata 12 batang per hari. Sedangkan, rata-rata rokok yang dikonsumsi perokok di perkotaan sebanyak 11 batang per hari.

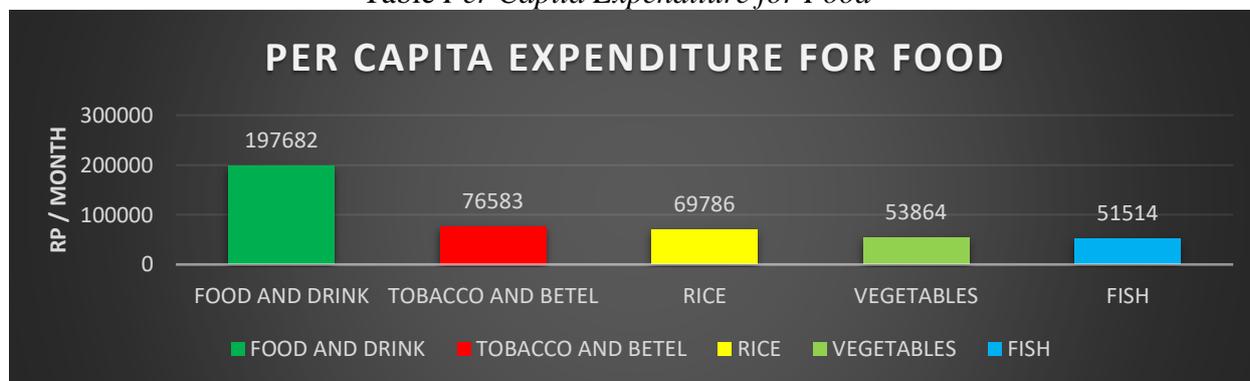
Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, maka perokok laki-laki lebih banyak mengonsumsi rokok, yakni 12 batang per hari. Perokok perempuan mampu menghabiskan 11 batang rokok setiap hari. Dari segi usia, perokok di rentang umur 25-54 tahun mengonsumsi rokok sebanyak 12 batang per hari. Kemudian, perokok di kelompok 20 - 24 tahun dan 55 - 59 tahun sama-sama mengonsumsi 10 batang rokok per hari. Konsumsi rokok oleh remaja berusia 15 - 19 tahun sebanyak sembilan batang per hari. Rata-ratanya sebanyak tujuh batang per hari di kelompok usia 10-14 tahun. Sedangkan, perokok anak usia 5-9 tahun hanya mengonsumsi lima batang rokok per hari.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), kebiasaan merokok merupakan salah satu kontributor utama atas tahun produktif yang hilang (*disability adjusted life years/DALYs*). Palsanya, rokok dapat menyebabkan munculnya penyakit kronis pada usia produktif. Rokok juga dapat meningkatkan mobilitas serta kematian prematur yang tinggi. Setiap tahunnya, kasus kematian akibat rokok diperkirakan sekitar 225.700 jiwa

3.3. Tingkat Konsumsi Rokok pada Masyarakat Miskin dan Dibawah Usia 18 Tahun di Indonesia

Kebiasaan merokok memang sulit dihilangkan dan jarang diakui orang bahwa rokok sebagai sesuatu hal yang buruk. Karena sebagian orang menganggap rokok sebagai kebutuhan setiap hari. Sebagian besar masyarakat di antaranya banyak yang merokok. Bagi para konsumen rokok mengatakan bahwa merokok sudah menjadi kebiasaan dan telah dianggap perbuatan yang biasa dilakukan, sehingga tidak heran lagi melihat atau terganggu dengan orang yang merokok.

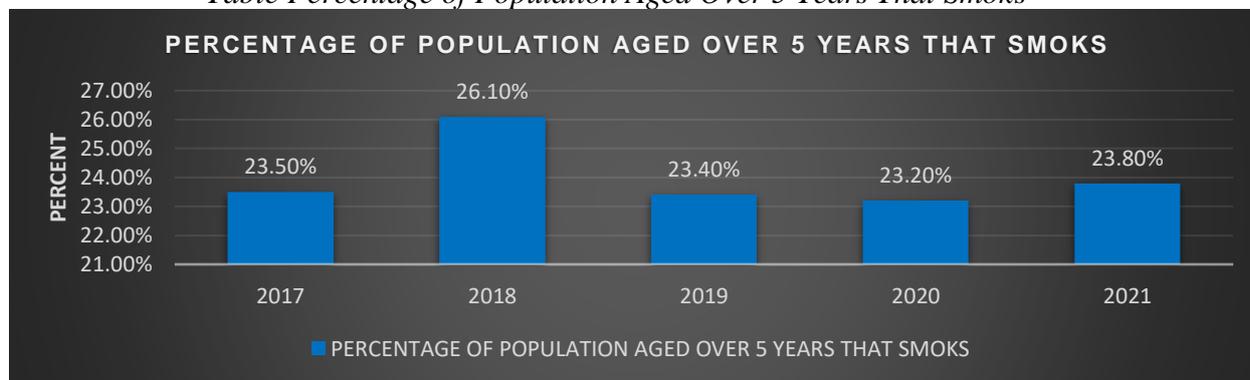
Table Per Capita Expenditure for Food



(SOURCE: Central Bureau of Statistic Indonesian)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, rata-rata pengeluaran per kapita di Indonesia untuk tembakau dan sirih mencapai Rp76.583 setiap bulan pada 2021. Rokok masih menjadi konsumsi utama masyarakat Indonesia pada 2021. Pengeluaran per kapita untuk rokok berada di posisi kedua tertinggi dalam kelompok bahan makanan. Posisinya hanya berada di bawah makanan jadi yang pengeluaran per kapitanya sebesar Rp197.682 setiap bulan. Setelah rokok, masyarakat Indonesia juga mengeluarkan uang untuk konsumsi padi-padian sebesar Rp69.786 setiap bulan Rata-rata pengeluaran per kapita untuk konsumsi sayur-sayuran sebesar Rp53.864 setiap bulan. Untuk ikan, pengeluaran per kapitanya sebesar Rp53.534 setiap bulan.

Table Percentage of Population Aged Over 5 Years That Smoks

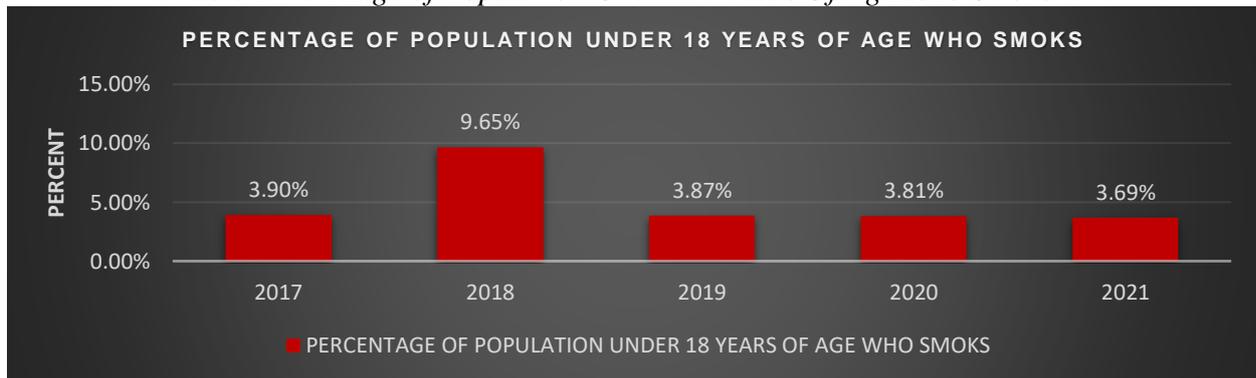


(Source: Central Bureau of Statistic Indonesian)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, persentase penduduk Indonesia usia lima tahun ke atas yang merokok sebesar 23,8% pada 2021. Persentase tersebut meningkat dari tahun 2020 yang hanya sebesar 23,2%. Berdasarkan jenis kelaminnya, persentasi laki-laki di dalam negeri yang merokok mencapai 46,68%. Sementara, hanya 0,75% perempuan Indonesia yang merokok pada tahun ini. Menurut tempat tinggal, penduduk perdesaan yang

merokok sebesar 25,2%. Persentase itu lebih besar dibandingkan di wilayah perkotaan yang sebesar 22,7%.

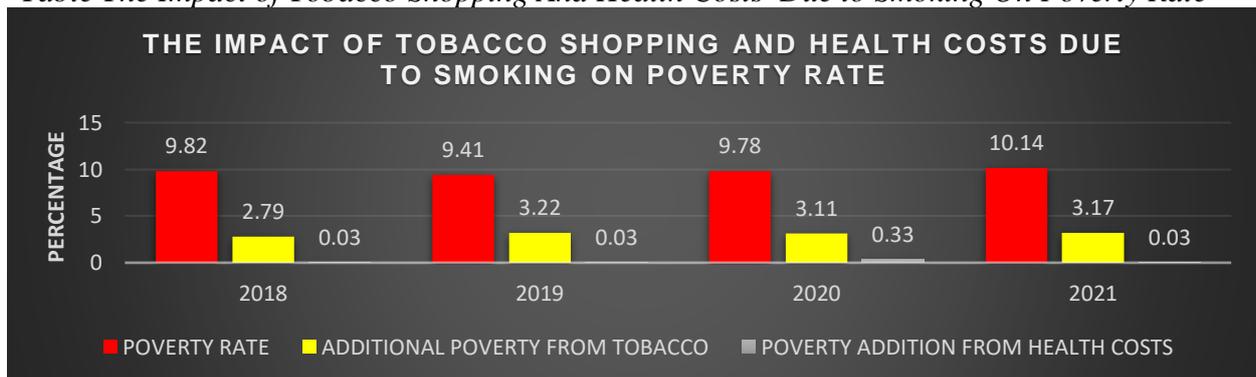
Table Percentage of Population Under 18 Years Of Age Who Smoks



(Source: Central Bureau of Statistic Indonesian)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sebanyak 3,69% anak berusia 18 tahun ke bawah di Indonesia merokok pada 2021. Persentase tersebut melanjutkan penurunan dalam empat tahun terakhir. Pada 2018, persentase perokok anak di Indonesia mencapai 9,65%. Jumlah itu merupakan hasil integrasi Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) dengan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) milik Kementerian Kesehatan (Kemenkes). Angkanya lalu turun menjadi sebesar 3,87% pada 2019 dan 3,81% pada 2020. Setahun lalu, persentase perokok anak kembali berkurang 3,15% poin. Berdasarkan jenis kelaminnya, proporsi perokok anak laki-laki mencapai 7,14%. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan perokok anak perempuan yang hanya 0,09%

Table The Impact of Tobacco Shopping And Health Costs Due to Smoking On Poverty Rate



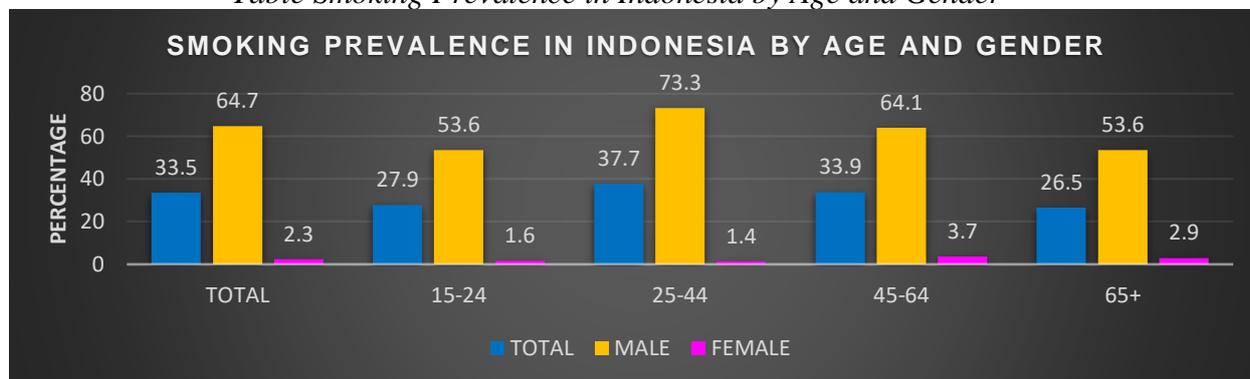
(Source: Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI))

Berdasarkan laporan CISDI, tambahan tingkat kemiskinan akibat belanja tembakau atau rokok mencapai 3,23% poin atau setara 8,77 juta jiwa pada 2021. Rokok turut menjadi kontributor angka kemiskinan di Indonesia. Berdasarkan laporan Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI), tambahan tingkat kemiskinan akibat belanja tembakau mencapai 3,23% poin atau setara 8,77 juta jiwa pada 2021.

Jika melihat lebih rinci, tingkat kemiskinan di perdesaan diperkirakan naik 3,90% poin dari 13,10% menjadi 17% karena konsumsi rokok pada 2021. Sementara, kenaikan angka kemiskinan di perkotaan hanya sebesar 2,72% poin dari 7,89% menjadi 10,61%. CISDI juga menemukan bahwa meningkatnya angka kemiskinan tak hanya disebabkan oleh belanja tembakau secara langsung. Biaya kesehatan untuk pengobatan akibat tembakau juga turut membebani anggaran rumah tangga perokok.

Pada 2021, belanja tembakau langsung mengambil 11% porsi anggaran rumah tangga. Sedangkan, biaya kesehatan akibat tembakau mengambil porsi sebesar 0,22% dari pengeluaran rumah tangga. Dengan proporsi tersebut, biaya kesehatan karena merokok berkontribusi menambah angka kemiskinan sebesar 0,33% poin pada 2021. Estimasi tersebut relatif konsisten selama periode 2018-2021 dengan rata-rata sebesar 0,33% poin.

Table Smoking Prevalence in Indonesia by Age and Gender



(Source: GATS Indonesia)

Prevalensi merokok penduduk dewasa di Indonesia sebesar 33,5% pada 2021. Angka tersebut mengalami penurunan dibandingkan pada 2011 yang mencapai 36,1%. Laporan Global Adult Tobacco Survey menunjukkan, prevalensi merokok penduduk dewasa di Indonesia sebesar 33,5% pada 2021. Angka tersebut mengalami penurunan dibandingkan pada 2011 yang mencapai 36,1%. Menurut jenis kelaminnya, prevalensi merokok paling tinggi dialami laki-laki, yakni 64,7%. Sementara, prevalensi merokok oleh perempuan sebesar 2,3%. Berdasarkan usianya, prevalensi merokok paling tinggi berasal dari kelompok umur 25-44 tahun, yakni 37,7%. Prevalensi merokok di kelompok usia 45-64 tahun sebesar 33,9%. Kemudian, prevalensi merokok di usia 15-24 tahun sebesar 27,9%. Sedangkan, prevalensi merokok di usia 65 tahun ke atas sebesar 26,5%. Meski prevalensinya menurun, jumlah penduduk dewasa di dalam negeri yang merokok mencapai 69,1 juta orang pada tahun lalu. Jumlah itu meningkat 8,8 juta orang dibandingkan pada satu dekade sebelumnya yang sebesar 8,8 juta orang. Temuan lain yang dilaporkan dalam GATS bahwa rokok menjadi pengeluaran belanja terbesar kedua di antara orang miskin. Jumlah itu lebih tinggi dari belanja untuk makanan bergizi. Walau demikian, keinginan masyarakat untuk berhenti merokok cukup tinggi, yakni 63,4%. Sebanyak 43,8% perokok bahkan telah berupaya menghentikan aktivitas tersebut. Kementerian Kesehatan (Kemenkes) terus membuka layanan quitline bagi masyarakat yang butuh konseling berhenti merokok. Hal itu dilakukan mengingat baru 38,9% perokok yang mendatangi layanan kesehatan tersebut.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Pertama, Ada atau tidaknya iklan bahaya merokok bagi masyarakat miskin dan anak dibawah usia 18 tahun tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi masyarakat untuk mengkonsumsi rokok. Kedua, Adapun tentang perlindungan Konsumen dari Pengetahuan Bahaya Merokok masyarakat miskin dan anak dibawah usia 18 tahun yang mengonsumsi rokok mengetahui tentang bahaya merokok serta penyakit yang ditimbulkan akibat merokok. Namun, tidak menurunkan niat untuk merokok. Ketiga, Tingkat konsumsi rokok masyarakat miskin dan anak dibawah usia 18 tahun berbeda-beda, makin bertambah usia makin meningkat pula tingkat konsumsi rokoknya.

Referensi:

- [1] Badan Pusat Statistik (BPS). (2016a). Pedoman Pencacahan Survei Sosial Ekonomi Nasional. Jakarta: BPS RI.
- [2] Badan Pusat Statistik (BPS). 2022 Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Rokok dan Tembakau Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas). Jakarta: BPS RI.
- [3] dataindonesia.id. CISDI: Konsumsi Rokok Tingkatkan Kemiskinan di Indonesia, 13 September 2022-02:54 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [4] dataindonesia.id. GATS: Prevalensi Merokok di Indonesia Capai 33,5% pada 2021, 02 Januari 2022-04:53 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [5] dataindonesia.id. Konsumsi Rokok di Indonesia Turun pada 2021, 28 Desember 2021-10:00 AM, diakses tanggal 06 desember 2022.
- [6] dataindonesia.id. Penduduk Menengah Atas Paling Banyak yang Merokok pada 2021, 06 September 2022-06.00 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [7] dataindonesia.id. Pengeluaran Penduduk RI untuk Rokok Terbesar Kedua pada 2021, 31 Desember 2021-05:42 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [8] dataindonesia.id. Persentase Perokok Anak Turun pada 2021, 04 Januari 2022-09:57 AM, diakses tanggal 06 desember 2022
- [9] dataindonesia.id. Persentase Perokok Anak Turun pada 2021, 04 Januari 2022-09:57 AM, diakses tanggal 06 desember 2022
- [10] dataindonesia.id. Produksi Rokok Capai 320,1 Miliar Batang pada 2021, 05 Januari 2022-06:30 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [11] dataindonesia.id. Rokok Jadi Kontributor Terbesar Kedua terhadap Garis Kemiskinan, 18 Januari 2022-02:14 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [12] dataindonesia.id. Rokok Sumbang Penerimaan Cukai Terbesar pada 2021, 05 Januari 2022-02:45 PM, diakses tanggal 07 desember 2022
- [13] dataindonesia.id. Sebanyak 23,8% Penduduk Indonesia Merokok pada 2021, 29 Desember 2021-10:00 PM, diakses tanggal 06 desember 2022.
- [14] John, R. M., Ross, H., & Blecher, E. (2012). Tobacco expenditure and its implications for household resource allocation in Cambodia. *Tobacco Control*, 21(3), 341. doi: 10.1136/tc.2010.042598
- [15] Peraturan Pemerintah nomor 109 tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan
- [16] Peraturan Pemerintah nomor 19 tahun 2003 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah nomor 81 tahun 1999 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan
- [17] Peraturan Pemerintah nomor 50 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran swasta
- [18] Sugiharti, L. Sukartini, N. M., & Handriana, T. (2015). Konsumsi rokok berdasarkan karakteristik individu di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1).
- [19] Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran
- [20] Undang-undang No 40 Tahun 1999 tentang pers
- [21] Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
- [22] World Bank. (2017) dalam <https://data.worldbank.org/indicator/SH.PRV.SMOK.FE?locations=ID&view=chart>