

ARTIKEL ASLI

THE EFFECT OF CIGARETTE ADVERTISEMENTS TOWARD THE SMOKING HABIT OF THE STUDENTS OF THE FACULTY OF SPORTS STUDY AT MALANG STATE UNIVERSITY

PENGARUH IKLAN ROKOK TERHADAP KEBIASAAN MEROKOK MAHASISWA FAKULTAS ILMU OLAHRAGA UNIVERSITAS NEGERI MALANG

Yuyun Yueniwati*, M. Yunus**, Ahmad Djatmiko***

* Lab. Ilmu Faal FK Unibraw Malang

** Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Malang

*** Lab. Ilmu Faal FK Unair Surabaya

ABSTRACT

The results of the survey conducted by Badan Pusat Statistik (The Statistics Center) shows the high rate of active smokers in Indonesia. It is pointed out from the statistics that more than 50% of the active smokers started their habit at an early age. The data also show that most of the teenagers who smoke are fond of sports (either playing the sports or simply watching the sports programs). The objective of this research was to find the effect of cigarette advertisements during sports-programs toward the smoking habit of the students of the Faculty of Sports Study at Malang State University. The research method Cross Sectional Study was conducted to all new students at Malang State University at the year of 2001. The data taken were analyzed descriptively and the contingency coefficient ©. The results of the research showed that 28,6% of the students are active smokers and more than 50% of the smokers smoke one or more than a pack of cigarettes per day. The average age of starting the habit is 17. The most favorite sport to play or watch are football (Soccer) and Formula 1. The contingency coefficient © showed there was a relationship between cigarette advertisements during the football and formula 1 programs with the smoking habit. Comparing the cigarette advertisements worn by the players (the costumes and the writings on the cars), the cigarette advertisements at the place where the sports is held and the cigarette advertisements during the sports programs on television. The research showed that the biggest effect was the advertisements during the sports programs (PF=0,81) and the advertisements at the place where the sports is held (PF=0,38). It can be concluded that there was a relationship between the effect of cigarette advertisements during sports-programs with the smoking habit of the students of Malang State University.

Key words: cigarette advertisements at sports programing, smoking habit

ABSTRAK

Hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan tingginya angka perokok aktif di Indonesia, dari angka tersebut ternyata didapatkan bahwa lebih dari 50% perokok aktif tersebut mengawali merokok pada usia relatif muda. Data menunjukkan pula bahwa remaja yang merokok kebanyakan adalah remaja penggemar olahraga (melakukan olahraga dan atau penonton acara olahraga). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan rokok pada olahraga dengan kebiasaan merokok mahasiswa Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Malang. Metode penelitian secara Cross Sectional Study dilakukan pada seluruh mahasiswa baru Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Malang tahun 2001, data yang didapat dianalisa secara deskriptif dan analisa dengan koefisien kontingensi ©. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 28,6 % dari seluruh mahasiswa tersebut adalah perokok aktif dan lebih 50% dari jumlah tersebut merokok sama dengan atau lebih dari 1 pak perhari. Usia mengawali merokok rata-rata 17 tahun. Olahraga yang paling diminati untuk dilakukan dan atau ditonton adalah Formula 1 dan sepak bola. Analisa dengan koefisien kontingensi © menunjukkan adanya hubungan antara iklan pada olahraga sepakbola dan formula 1 tersebut dengan kebiasaan merokok. Bila dibandingkan antara iklan rokok yang dikenakan pemain (kostum, tulisan pada mobil), iklan rokok pada arena pertandingan dan iklan rokok disela acara tayangan olahraga tersebut di televisi maka pengaruh yang paling kuat adalah iklan rokok yang dikenakan pemain (PF = 0,89) diikuti iklan disela acara tayangan olahraga (PF = 0,81) dan iklan pada arena pertandingan (PF = 0,38). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh iklan rokok pada olahraga dengan kebiasaan merokok dikalangan mahasiswa Universitas Negeri Malang.

Kata kunci: iklan rokok pada acara olahraga, kebiasaan merokok.

PENDAHULUAN

Di Indonesia angka perokok aktif sangat tinggi, dan disadari atau tidak kemungkinan menjadi perokok pasifpun tinggi karena banyaknya orang merokok di tempat-tempat umum, menurut hasil survey dari WHO pada tahun 1990, ternyata 75% pria Indonesia dan 15 % wanita Indonesia adalah perokok (1). *Indonesia Pneumobile Project* (IPP) melaporkan bahwa pada tahun 1989 di Jakarta dan Surabaya ,diantara 4118 subyek yang terdiri dari anak sekolah dan pekerja di tempat yang tidak dicemari oleh polusi udara didapatkan populasi perokok pada laki-laki sebanyak 45,7% dan perempuan sebanyak 1,8% (2). Hasil survey rumah tangga (susenas) yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 1995 mendapatkan angka perokok aktif 25,2% di daerah perkotaan, dengan rincian 86,93% merokok didalam rumah dan 30,2% di daerah pedesaan dimana 90,47% merokok di dalam rumah. Dari angka tersebut di atas ternyata lebih dari 50 % perokok aktif mengawali merokok pada usia remaja 12 – 13 tahun (3).

Banyak sekali penelitian di luar negeri mendapatkan hubungan yang signifikan antara kebiasaan merokok pada remaja dengan kegemaran menonton tayangan acara olahraga yang dianggap bergengsi di kalangan remaja, seperti otomotif *Grand Prix Formula 1 (F1)* (3,4) dan sepak bola (4). Hal itu disadari pula oleh para perusahaan rokok terbukti dari laporan yang ditulis oleh peneliti dari perusahaan rokok *Philip Morris* pada tahun 1981 yang menuliskan bahwa *"today's teenager is tomorrow's potential regular customer, and the overwhelming majority of smokers first begin to smoke in their teens..."*, penelitian tersebut membuktikan bahwa menjadi sponsor pada otomotif *Grand Prix Formula 1* adalah pasar yang potensial untuk menarik pengguna rokok remaja. Di Indonesia sendiri data tentang hubungan antara kebiasaan merokok dengan kebiasaan menonton acara olahraga ternyata belum didapatkan. Padahal kenyataan makin seringnya diadakan acara *'nonton bareng'* otomotif *Grand Prix Formula 1* dan sepak bola di kafe atau hotel dengan peserta mayoritas remaja dan dewasa muda menunjukkan bahwa acara olahraga tersebut merupakan acara favorit di kalangan remaja dan dewasa muda.

Data dan kenyataan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian untuk mengetahui adakah hubungan antara kebiasaan merokok dengan adanya iklan rokok pada acara olahraga mengingat angka perokok di Indonesia yang sangat tinggi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara kebiasaan merokok dengan iklan rokok pada acara olahraga ?
2. Apakah terdapat hubungan antara usia awal merokok dengan iklan rokok pada acara olahraga ?

TUJUAN PENELITIAN

TUJUAN UMUM

Mengetahui hubungan merokok dengan kegemaran menonton acara olahraga.

TUJUAN KHUSUS

1. Mengetahui hubungan kebiasaan merokok dengan iklan rokok pada acara olahraga.
2. Mengetahui hubungan usia awal merokok dengan iklan rokok pada acara olahraga.

MANFAAT PENELITIAN

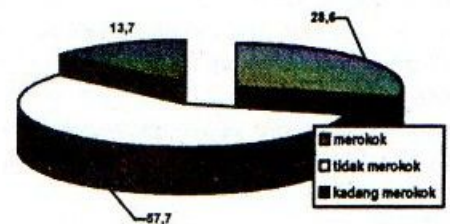
Apabila penelitian ini dapat dilakukan dan didapatkan hasil yang signifikan maka dapat diketahui salah satu cara untuk mengurangi tingginya angka perokok di Indonesia, sehingga bisa dipikirkan cara penanggulangan yang tepat dan efisien.

METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian
Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif observasional.
2. Populasi dan sampel
Sampel adalah seluruh mahasiswa Fakultas Olahraga Universitas Negeri Malang angkatan 2001.
3. Kriteria inklusi & kriteria eksklusi
Kriteria inklusi
 - Mahasiswa Universitas Negeri Malang angkatan tahun 2001
 - Bersedia menjadi sampel penelitian.
 Kriteria eksklusi
 - Tidak bersedia menjadi sampel penelitian.
4. Lokasi dan waktu penelitian
Lokasi penelitian di kampus Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Malang, penelitian dilakukan pada bulan Agustus – September 2001.
5. Teknik pengumpulan data
Teknik pengambilan data digunakan cara wawancara dengan menggunakan instrumen berupa kuisisioner.
6. Analisa data
Data dikelompokkan dan digambarkan dalam bentuk tabel serta dianalisa secara deskriptif untuk mengetahui hubungan antara kebiasaan merokok dengan kegemaran menonton acara olahraga.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil penelitian yang kami lakukan adalah sebagai berikut :



Gambar 1: Distribusi Mahasiswa Merokok dan Tidak Merokok

Gambar di atas menunjukkan bahwa 28,8 % dari keseluruhan sampel adalah perokok aktif, frekuensi merokoknya 50% lebih

dari atau sama dengan 1 pak perhari. Dari perokok aktif tersebut 66 % mahasiswa laki-laki dan sisanya 34% mahasiswa wanita. Dari 13,7% mahasiswa yang kadang-kadang merokok mengaku mereka merokok sekedar untuk pergaulan (agar tidak dianggap kuper) misalnya saat kumpul-kumpul yang salah satunya dilakukan pada acara nonton bareng otomotif *Grand Prix Formula 1* dan sepak bola (45%), yang berikutnya adalah pada saat ada masalah (22%), pada saat sedang tidak ada pekerjaan (15%) atau pada saat punya uang (11%). Dari mahasiswa yang tidak merokok hampir setengahnya (44%) pernah mencoba merokok walaupun tidak keterusan menjadi perokok.

TABEL 1 : Distribusi Usia Awal Merokok Dari Kelompok Perokok Aktif

Umur (tahun)	Prosentase
8	1,2 %
12	1,2 %
13	1,2 %
15	1,2 %
16	3,6 %
17	10,7 %
18	7,1 %
20	2,4 %

Tabel di atas menunjukkan mayoritas mahasiswa mengawali merokok pada usia 17 tahun (usia SMU) walaupun ada yang mengawali merokok pada usia 8 tahun. Hal ini sesuai dengan penelitian dari peneliti *Phillip Morris* yang menyebutkan usia awal merokok kebanyakan 16-18 tahun (5) sesuai pula dengan penelitian yang dilakukan di USA yang mendapatkan usia pertama kali merokok adalah 11-19 tahun (6). Semula mereka mengaku hanya coba-coba lalu keterusan dan tidak bisa menghentikan kebiasaan tersebut. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa lebih dari 2.200 remaja di USA mencoba merokok setiap harinya dan dari jumlah tersebut lebih kurang 830 orang yang akhirnya menjadi perokok aktif, frekuensi laki-laki dan perempuan sama (6). Demikian pula yang terjadi pada remaja di India dan New Zealand dimana setengah remaja yang coba-coba merokok akhirnya menjadi perokok aktif (4). Peneliti dari *Phillip Morris* juga mengemukakan bahwa 41% dari remaja yang mencoba merokok akhirnya menjadi perokok aktif (5).

Alasan responden merokok kebanyakan adalah menganggap merokok adalah suatu kenikmatan sukses (77%), *image* yang berhasil dibentuk oleh iklan rokok dimana iklan rokok hampir selalu menggambarkan profesional muda yang sukses, suatu gaya hidup modern. Alasan berikut yang dikemukakan responden adalah merokok hanya karena iseng (10%), biasanya dilakukan hanya sekedar untuk pergaulan. Alasan lainnya adalah agar tampak keren (7%) mereka beranggapan merokok membuat seseorang menjadi tampak dewasa dan percaya diri. Hasil di atas sesuai dengan yang didapatkan dari penelitian *Phillip Morris* yang menyebutkan bahwa iklan rokok akan berhasil bila menampilkan

sesuatu yang menarik, *glamour* yang salah satunya pada acara olahraga (5).

Semua responden adalah penggemar olahraga dan melakukan olahraga secara teratur, itu adalah salah satu alasan mengapa mereka memilih kuliah di Fakultas Ilmu Olahraga. Olahraga yang dilakukan responden adalah sepak bola, basket, berenang dan senam. Sedangkan olahraga yang disukai responden untuk ditonton adalah sebagai berikut :

Tabel 2 : Acara Olahraga Favorit

Jenis Olahraga	Prosentase
Otomotif <i>Grand Prix Formula 1</i>	56 %
Sepak Bola	33 %
Basket	7 %
Lain-lain (Tinju, Bulutangkis, Renang, Volley)	4 %

Tampak bahwa 56 % responden menggemari otomotif *Grand Prix Formula 1* dan mereka berusaha terus menonton tayangan tersebut baik di rumah sendiri, bersama teman atau ikut acara nonton bareng walaupun mengeluarkan biaya, demikian pula 33% yang menyukai sepak bola selain nonton sendiri mereka menyukai acara nonton bareng. Acara nonton bareng dianggap menarik di kalangan responden karena selain ada komentarnya, hadiahnya juga banyak dan acara dikemas menarik (selalu ada acara selingan), sehingga tidak sedikit dari responden yang memang menganggarkan untuk acara nonton bareng. Hasil tersebut sesuai dengan acara olahraga favorit remaja di Amerika (3,5,7) dan remaja di India dan di New Zealand (4).

Dengan menggunakan koefisien kontingensi © didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kebiasaan merokok dengan adanya tayangan iklan pada acara olahraga, di mana hubungan yang paling kuat didapatkan pada iklan yang melekat pada tubuh pemain (PF 0,89) yaitu iklan yang ada pada baju/ kostum pemain, topi atau yang melekat pada mobil, alasannya karena ada pada pemain jadi selalu terlihat. Kemudian iklan yang ada di sela tayangan olahraga di televisi (PF 0,81), alasannya karena iklan tersebut selalu dikemas menarik sehingga enak ditonton. Iklan yang ada pada arena pertandingan (lapangan) ternyata mempunyai hubungan yang paling lemah (PF 0,38) mungkin karena saat menonton perhatian selalu terfokus ke pemain jarang yang melihat arena.

Remaja penggemar tayangan otomotif *Grand Prix F1* ternyata paling banyak yang merokok (8,9). Sadler mengikuti 1063 remaja selama 3 tahun, 125 orang menyukai F1 dan 16 orang diantara mengaku merokok sejak menggemari acara tersebut. Charlton memberikan kuesioner pada 72.764 perokok dewasa dan mendapatkan hasil 9.314 orang merokok karena tertarik iklan rokok pada tayangan F1 (3). Penelitian secara *cohort* yang dilakukan menunjukkan 12,8% remaja perempuan dan 13,5 % remaja laki-laki penggemar F1 menjadi perokok aktif setelah setahun mengikuti tayangan F1 di televisi. Penelitian yang dilakukan pada populasi urban Goa di India menunjukkan sepak bola adalah tayangan paling populer di setiap kelompok umur maupun strata ekonomi, iklan rokok yang menjadi sponsor acara

tayangan sepakbola di televisi mampu membuat remaja mencoba rokok karena remaja tersebut berpendapat para pemain sepak bola itu perokok (4,10,11). Hubungan yang signifikan antara kebiasaan merokok dan iklan rokok pada olahraga ini juga telah dikemukakan Madden & Grube yang mengemukakan bahwa iklan rokok dan alkohol pada acara olahraga sangat mempengaruhi keinginan remaja dan anak-anak untuk mencoba menggunakannya (8) Madden dan Grube juga menyebutkan bahwa acara yang paling banyak ditonton anak-anak dan remaja adalah acara olahraga, pagi hari saat libur dan jam tayang utama (*prime time*). Adanya hubungan antara rokok dan iklan rokok pada acara olahraga tersebut menyebabkan Former Surgeon General Novello merekomendasikan untuk melarang iklan rokok dengan karakter kartun atau *image* yang lekat dengan anak-anak dan remaja (11). Hal ini juga sangat disadari oleh industri rokok yaitu menjadi sponsor pada acara Otomotif *Grand Prix* F1 adalah salah satu strategi utama untuk mendapatkan perokok remaja, perokok remaja dimasa mendatang adalah pelanggan potensial, karena diketahui bahwa mayoritas perokok mengawali merokok pada usia remaja (5).

Mayoritas responden yang merokok (66,7%) mengetahui bahaya merokok, yang mereka ketahui dari bungkus rokok itu sendiri, dari koran maupun televisi tapi mereka tidak memperdulikan bahaya tersebut karena menurut mereka belum tentu resiko itu akan terjadi. Mereka juga sering melanggar larangan merokok di tempat umum karena beranggapan merokok itu hak azasi dan yang tidak merokoklah yang harus pindah kalau terganggu.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas didapatkan hasil sebagai berikut :

1. 28,6 % dari total sampel adalah perokok aktif, dengan jumlah rokok lebih kurang satu pak per hari, laki-laki dan perempuan mempunyai frekuensi yang hampir sama.
2. Usia pertama kali merokok rata-rata 17 tahun, mulanya coba-coba kemudian tidak bisa lepas dari rokok.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

1. Crofton, J., Tobacco and The Third World. *Thorax*. 1990: 45: 164 – 169
2. Negoro, H.M., Smoking & COPD. Laporan Penelitian, Pulmonology Department, Faculty of Medicine, University of Indonesia. 1996.
3. Charlton, A., White, D., Kelly, S., Boys Smoking and Cigarette Brand Sponsored Motor Racing. *Lancet*. 1997: 60-64.
4. Vaidya, S.G., Naik, U.D., Vaidya, J.S., Effect of Sports Sponsorship by Tobacco Companies on Childrens Experimentation with Tobacco. *BMJ*. 1996: 31-37.
5. Morris, K., Report Points to Formula 1 Role in Teen Smoking. *Health Educ Behav*. 1998.
6. Tomar, S.L., Giovino, G.A., Incidence and Predictors of Smokeless Tobacco Use Among US Youth. *American Journal of Public Health*. 1998: 12-15.
7. Kondro, W., Canada Starts Renewed Effort Against tobacco Industry Advertising. *Lancet*. 1998: 101-110.
8. Madden, P.A., Grube, J.W., The Frequency and Nature of Alcohol and Tobacco Adverytising in Televised Sports, 1990 Through 1992. *American Journal of Public Health*. 1994: 131-133.
9. Sadler, P.A., Tobacco Sponsorship of Formula One Motor Racing. *The Lancet*. 1998: 52-54.
10. Siegel, M., Counteracting Tobacco Motor Spots Sponsorship as Promotional Tool: is The Tobacco Settlement Enough?. *American Journal of Public Health*. 2001: 2-11.
11. Surgeon General's Workshop on Drunk Driving: Proceedings. Washington DC, US Dept of Health and Human Services. 1989: 4

3. Alasan merokok mayoritas karena menganggap rokok adalah suatu kenikmatan sukses gaya hidup modern, iseng-iseng yang akhirnya keterusan dan menganggap merokok keren.
4. Keseluruhan sampel adalah penggemar tayangan olahraga, baik menonton televisi maupun menonton langsung, olahraga favorit adalah :
 - a. Otomotif *Grand Prix* Formula 1
 - b. Sepak bola
 - c. Basket
 - d. Lain-lain (Tinju, Bulutangkis, Renang, Bola Volley)
5. Terdapat hubungan yang signifikan antara kebiasaan merokok dengan kegemaran menonton tayangan olahraga, dimana urutan iklan yang berpengaruh adalah :
 - a. Iklan yang melekat pada diri pemain (kostum, topi, mobil) berpengaruh paling kuat.
 - b. Iklan yang ada di sela tayangan acara di TV menduduki peringkat kedua terkuat.
 - c. Iklan yang ada di arena pertandingan merupakan peringkat ketiga.
6. Bahaya menjadi perokok aktif maupun pasif diketahui sebagian besar responden, tapi tidak dihiraukan, demikian pula larangan merokok ditempat umum.

SARAN

1. Sebaiknya orang tua menemani anak dan remaja menonton tayangan olahraga di televisi dan kalau mungkin menonton langsung di arena atau pada acara nonton bareng di kafe atau hotel.
2. Orang tua, guru dan iklan penerangan tentang rokok menekankan bahwa bahaya merokok yang sudah tercantum pada bungkus rokok atau yang tertayang di televisi terjadi perlu waktu, bukan langsung terjadi.
3. Sosialisasi daerah bebas rokok, kampanye anti rokok dan bahaya menjadi *active* dan *pasive smoker*.