

# Perbedaan Persepsi Gambar Peringatan Bahaya Merokok antara Masyarakat Jakarta dan Cirebon

Nina Candra Dewi\* Rita Damayanti\*\*

## Abstrak

Kebiasaan merokok merupakan kausa kematian tinggi yang menjadi masalah kesehatan dunia. Data tahun 2004, jumlah perokok memperlihatkan tren meningkat dari 32% menjadi 35%. Jakarta menempati posisi tertinggi jumlah perokok. Penyakit ISPA non specific menempati level tertinggi dan terbanyak pada tahun 2006 dan diduga merupakan dampak kebiasaan merokok. Salah satu upaya pemerintah menurunkan kebiasaan merokok adalah peringatan tertulis pada label sigaret. Studi yang dilakukan pusat studi kesehatan Universitas Indonesia di Jakarta dan Cirebon pada tahun 2007 mengindikasikan bahwa 76,3% peringatan kesehatan terpilih dalam bentuk gambar dan tulisan merupakan peringatan kesehatan yang efektif. Perbedaan persepsi masyarakat pada gambar peringatan bahaya merokok berdasarkan umur, sex, ekonomi, sosial dan status merokok. Studi ini merupakan analisis data peringatan bahaya merokok dengan menggunakan desain *cross sectional* di kota Jakarta dan Cirebon tahun 2007. Penelitian terhadap 138 responden yang tinggal di Jakarta dan Cirebon melakukan analisis dengan uji statistik Mann Whitney and Kruskal Wallis. Hasil studi memperlihatkan bahwa ada persepsi berbeda pada gambar peringatan bahaya merokok berdasarkan jenis kelamin, sosial ekonomi, dan status merokok. Untuk jenis kelamin gambar paling efektif ( $p = 0,000$ ), paling mendukung ( $p = 0,002$ ) paling bermasalah ( $p = 0,000$ ), gambar paling efektif  $p = 0,001$ . Berdasarkan status sosial ekonomi yang paling mendukung  $p = 0,022$  dan yang paling efektif  $p = 0,000$ . Berdasarkan status merokok, yang paling atraktif  $p = 0,000$ , paling jelas  $p=0,000$   $p=0,000$ . Sehubungan dengan hasil studi tersebut disarankan untuk promosi kesehatan tentang gambar peringatan bahaya merokok untuk melihat berbagai perbedaan tersebut.

**Kata kunci** : Bahaya merokok, gambar peringatan.

## Abstract

Smoking habit is a leading cause of mortality and becomes a world health problem. Susenas data 2004 showed that number of smoker increased from 32% to 35%. Jakarta is on the highest level and has largest number of smoker according to a smoking survey in 2000. Non specific ARI is accordingly on the highest level in 2006 and caused by smoking. One government effort to decrease smoking habit is by provide warning sign on dangers of smoking. Study conducted by Center for Health Research, University of Indonesia in Jakarta and Cirebon cities in 2007 indicated that 76.3% respondents prefer warning sign in the form of combination of picture and words as an effective health warning. This study analyze perception on warning sign of dangers of smoking using a cross-sectional design among 138 respondents in Jakarta and Cirebon cities. Analysis was conducted using univariate and bivariate analyses with Mann Whitney and Kruskal Wallis test. Study result indicated that there is perception difference on warning sign according to age for most effective picture ( $p = 0.030$ ), sex for most effective picture ( $p = 0.000$ ), most supportive picture ( $p = 0.00$ ), most terrifying picture ( $p = 0.000$ ), most effective picture ( $p = 0.001$ ). Based on social-economic status for most supportive picture ( $p = 0.022$ ) and most effective picture ( $p = 0.000$ ). Based on smoker status for most attractive picture ( $p = 0.000$ ), clearest picture ( $p=0.000$ ), most supportive picture ( $p = 0.000$ ), most terrifying picture ( $p=0.000$ ) and most effective picture ( $p=0.000$ ). According to study result, it was suggested for health promotion program related to dangers of smoking warning sign to consider differences based on age, sex, social-economic status and smoker's status as to effectively convey the message.

**Key words** : Dangers of smoking, warning sign.

\*Bidang Pelayanan Kesehatan Dinas Kesehatan Kota Cirebon, Jl. Kesambi No.52 45134 (e-mail: nc\_dewi@yahoo.com)

\*\*Departemen Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, Gd. D Lt. 1 FKM UI, Kampus Baru UI Depok 16424 (e-mail: rdg@cbn.net.id)

*Framework Convention Tobacco Control* (FCTC) adalah perjanjian internasional yang bertujuan melindungi generasi muda sekarang dan masa mendatang dari dampak konsumsi tembakau dan paparan asap rokok yang merusak kesehatan, sosial, lingkungan dan ekonomi. Negara-negara pengonsumsi tembakau terbesar seperti Cina, Brazil, India dan Amerika Serikat telah menangani dengan serius perlindungan bahaya merokok dengan menandatangani FCTC. Sebaliknya, Indonesia sebagai salah satu pencetus Konvensi Pengendalian Tembakau belum menandatangani FCTC tersebut.<sup>1</sup>

Setelah perjanjian pengendalian tembakau sedunia tahun 2005, pemerintah di beberapa negara merasa berkewajiban melindungi masyarakat dengan memberikan informasi tentang bahaya tembakau dalam bentuk gambar dan tulisan. Negara yang mempelopori pemberian label peringatan dalam bentuk gambar dan tulisan pada kemasan rokok adalah Kanada dan Brazil, melaporkan bahwa peringatan dalam bentuk gambar terbukti efektif menurunkan jumlah perokok di negara tersebut.<sup>2,3</sup>

Sampai kini, kebiasaan merokok masih menjadi kausa kematian utama yang menjadi masalah kesehatan dunia. Saat ini, di seluruh dunia diperkirakan ada sekitar 1,3 milyar penduduk perokok yang menyebabkan 4,9 juta kasus kematian setiap tahun. Diperkirakan pada tahun 2010 akan ada 10 juta orang meninggal akibat rokok dan sekitar 7 juta diantaranya bermukim di negara berkembang termasuk Indonesia.<sup>1</sup> Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2004, menemukan bahwa 34% penduduk yang berumur 15 tahun ke atas mempunyai kebiasaan merokok. Angka tersebut meningkat 2% daripada data Susenas tahun 2001 dan 2003 (32%). Hal ini membuktikan bahwa peringatan pada setiap kemasan rokok dalam bentuk tulisan ternyata belum efektif menghentikan rokok.

Survei merokok pada remaja Indonesia (*Global Tobacco Youth Survey*) telah dilakukan pada tahun 2000 di 3 kota besar yaitu Jakarta, Medan dan Bekasi. Jumlah perokok terbanyak dilaporkan di Jakarta yang diikuti oleh kota lainnya. Di Jakarta, Bekasi dan Medan ditemukan bahwa remaja telah merokok sejak duduk di bangku SMP masing-masing 34%, 33%, dan 34,9%. Remaja yang menyatakan merokok terpengaruh iklan di Jakarta (93,2%), Bekasi (88,8%) dan Medan (91,8%).<sup>4</sup> Data Susenas tahun 2004, diketahui bahwa penduduk Jakarta yang merokok sekitar 31,3%. Berdasarkan Survei Kesehatan Rumah Tangga (SKRT) tahun 1980, jumlah perokok pria (46,4%) dan wanita (2,4%) meningkat dibandingkan dengan SKRT tahun 1986 pria (52,9%) dan wanita (3,6%). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sekitar 13,2% remaja pria yang berusia 15-19 tahun mempunyai kebiasaan merokok. Dengan

demikian, telah terjadi peningkatan perokok pria dan wanita masing-masing 6,5% dan 1,2%. Peningkatan kebiasaan merokok di Jakarta yang tertinggi juga dilihat dari data Susenas tahun 2004, proporsi perokok paling besar ditemukan pada kelompok sosial ekonomi tinggi (36-37%).

Iklan merupakan media promosi yang sangat ampuh membentuk opini serta mempengaruhi persepsi dan tindakan seseorang. Tanpa disadari stimulus yang diterima membentuk persepsi secara cepat.<sup>5</sup> Sekitar 70% perokok mulai merokok pada usia remaja, bahkan survei terakhir menemukan anak-anak juga sudah ketagihan rokok.<sup>6</sup> Hal ini terjadi karena banyak iklan yang ditayangkan menantang anak-anak dan remaja untuk bersikap dewasa dengan merokok. Iklan di media mempunyai andil yang besar dalam mendorong remaja SMP untuk merokok, tetapi melalui media juga para remaja tersebut mengetahui bahaya merokok terhadap kesehatan dan lingkungan.

Iklan rokok terbukti ampuh merangsang orang untuk menentukan sikap mulai atau berhenti merokok. Dalam memotivasi perokok untuk berhenti merokok diperlukan media gambar yang menarik perhatian dalam menyampaikan peringatan bahaya rokok kepada masyarakat, dengan asumsi pesan melalui media gambar dapat ditangkap atau dipersepsikan secara sama oleh masyarakat. Pernyataan atau kalimat tidak dapat secara cepat dan efektif diproses dalam benak seseorang, sebaliknya gambar dapat dengan cepat dipahami dan dicerna oleh pikiran.<sup>7</sup> Sejak tahun 1964, Dr. Brandt seorang ahli bedah umum melalui berbagai riset menunjukkan rokok berbahaya bagi kesehatan. Dia menjadi saksi pemerintah dalam menjelaskan berbagai penyakit akibat rokok yang mematikan melawan pabrik tembakau dan berhasil memenangkan kasus pemerintah melawan industri tembakau tahun 2004.<sup>8</sup>

Penelitian pengaruh media iklan promosi anti rokok yang bertujuan mencegah remaja untuk merokok dilakukan di Florida, Amerika Serikat, 1997. Isi dari iklan di media menyatakan kebenaran bahaya merokok dengan memberitahukan bahwa merokok merugikan kesehatan kaum muda. Setelah dilakukan kampanye anti rokok di media selama 10 bulan, hasil survei menemukan terjadi penurunan perokok di remaja sebanyak 11%. Penelitian tersebut membuktikan bahwa promosi media iklan tentang bahaya merokok yang dilakukan secara terus menerus dapat mencegah remaja/generasi muda untuk meninggalkan merokok.<sup>9</sup>

Penelitian peringatan pada bungkus rokok oleh Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia di Jakarta dan Kabupaten Cirebon tahun 2007, menemukan sekitar 76,3% masyarakat menyatakan bahwa

peringatan dalam bentuk gambar dan tulisan lebih efektif daripada peringatan dalam bentuk tulisan atau gambar saja. Masyarakat lebih tertarik pada gambar karena lebih mudah dipahami dan dicerna oleh otak. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian tentang perbedaan persepsi masyarakat terhadap gambar peringatan bahaya merokok di Jakarta dan Kabupaten Cirebon, apakah ada persepsi masyarakat yang berbeda terhadap gambar peringatan bahaya merokok berdasarkan usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, dan status perokok di Jakarta dan Kabupaten Cirebon. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami persepsi konsumen dalam membaca peringatan kesehatan mengenai bahaya rokok dan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai kebijakan pengendalian rokok terarah.

**Metode**

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dari Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia (PPK-UI) tentang Peringatan Bahaya Merokok Melalui 16 Gambar Pada Bungkus Rokok di Jakarta dan Kabupaten Cirebon Tahun 2007. Analisis dilakukan terhadap data persepsi perorangan memilih gambar yang paling menarik, jelas, mendorong, menakutkan dan efektif. Responden dikategorikan berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan status perokok. Selanjutnya, data persepsi perorangan dibuat menjadi kumulatif pada bentuk ordinal agar menjadi *ranking* yang baru. Dengan demikian, terdapat urutan gambar berdasarkan *ranking*. Kemudian data tersebut ditransformasikan ke dalam tabel Z sehingga terdapatlah nilai rata-rata pemilihan persepsi per orang. Perbedaan persepsi antara variabel independen dengan variabel dependen dengan 3 katagori dilakukan analisis dengan metoda uji *Mann Whitney* dan untuk tiga katagori atau lebih digunakan uji *Kruskal Wallis*. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan desain *cross sectional*. Sampel pada penelitian ini adalah sampel non random (*purposif*) karena responden sudah terpilih dari penelitian PPK-UI. Populasi adalah masyarakat yang bermukim di Jakarta dan Kabupaten Cirebon. Sampel pada penelitian ini berjumlah 138 orang adalah informan dari penelitian PPK-UI. Tingkat kemaknaan (*level of signification*) merupakan kesalahan tingkat satu dengan nilai Alpha ( $\alpha$ ) untuk bidang kesehatan adalah sebesar 5% (0,05). Perbedaan dinyatakan bermakna apabila nilai  $p < 0,05$ ; sebaliknya nilai  $p > 0,05$  dinyatakan tidak ada perbedaan bermakna antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>10</sup>

**Hasil**

Usia dikelompokkan menjadi remaja (15-19 tahun),

dewasa muda (20-25 tahun) dan dewasa  $\geq 26$  tahun. Sebagian besar responden berusia dewasa (80; 58,0%), remaja (29; 21,0%) dan dewasa muda (29; 21,0%). Berdasarkan jenis kelamin, pria (71; 51,4%) dan wanita (67; 48,6%). Status sosial ekonomi tertinggi pelajar dan mahasiswa (58; 42,0%) dan terendah sosial rendah (32, 23,2%). Sebagian besar responden berstatus perokok (74; 53,6%) (Lihat Tabel 1).

Persepsi responden perorangan terhadap gambar peringatan bahaya merokok dikumulatifkan sehingga menghasilkan *ranking* baru yang selanjutnya ditransformasikan berdasarkan pemilihan responden. Gambar yang menempati urutan teratas adalah yang menyatakan pemilihan tertinggi rata-rata perorangan. Gambar yang paling menarik adalah nomor 16 dengan nilai *transform* rata-rata adalah 13,82 berarti bahwa pada nilai rata-rata pemilihan gambar dengan angka tertentu berada pada posisi nilai rata-rata transformasi yang menyatakan pemilihan gambar. Misalnya, nilai rata-rata pemilihan usia remaja 5,52 terletak pada posisi nilai rata-rata transformasi yang mendekati angka 5,52 adalah angka 7,42 yaitu gambar nomor 6. Gambar menarik kedua adalah nomor 14 dengan nilai rata-rata *transform* 12,76 gambar menarik ketiga adalah gambar nomor 11 dengan nilai rata-rata *transform* 11, dan seterusnya (Lihat Tabel 2).

Nilai rata-rata pemilihan merupakan nilai pemilihan persepsi yang sudah di-*transform* ke tabel Z. Pada variabel usia remaja didapatkan nilai rata-rata pemilihan 5,52 dengan rata-rata *ranking* 63,13. Nilai rata-rata pemilihan 5,52 ini langsung dicari pada tabel 2 yang menun-

Tabel 1. Gambaran Karakteristik Responden di Jakarta dan Kabupaten Cirebon

Karakteristik	Katagori	n	%
Usia	Remaja	29	21,0
	Dewasa Muda	29	21,0
	Dewasa	80	58,0
Jenis Kelamin	Pria	71	51,4
	Wanita	67	48,6
Status Sosek	Pelajar/Mahasiswa	58	42,0
	Rendah	32	23,2
	Tinggi	48	34,8
Status Perokok	Perokok	74	53,6
	Bukan Perokok	64	46,4
Pendidikan	SD	11	7,97
	SMP	5	3,63
	SMA/SMK	54	39,13
	D3/D3 Kes	14	10,15
	S1/S1 Kes	53	38,41
Pekerjaan	S2	1	0,71
	Buruh	32	23,19
	Mahasiswa	29	21,01
	Pelajar	29	21,01
	Manajer	13	9,42
	P N S	35	25,37

Tabel 2. Ranking Pemilihan terhadap Persepsi Gambar dan Rata-rata *Transform*

Gambar Menarik	Nilai Rata <i>Transform</i>	Gambar Jelas	Nilai Rata <i>Transform</i>	Gambar Mendorong	Nilai Rata <i>Transform</i>	Gambar Menakutkan	Nilai Rata <i>Transform</i>	Gambar Efektif	Nilai Rata <i>Transform</i>
1. 16	13,82	1. 16	7,06	1. 6	8,65	1. 6	7,28	1. 16	10,68
2. 14	12,76	2. 14	6,48	2. 13	8,21	2. 16	6,57	2. 6	8,27
3. 11	8,94	3. 5	5,48	3. 12	7,75	3. 12	5,57	3. 5	7,81
4. 4	8,42	4. 6	3,72	4. 4	6,73	4. 7	3,52	4. 14	6,81
5. 6	7,42	5. 13	3,43	5. 16	3,55	5. 10	3,27	5. 4	3,71
6. 2	3,56	6. 2	3,18	6. 5	3,32	6. 21	3,03	6. 13	3,49
7. 5	3,39	7. 15	2,92	7. 14	3,15	7. 16	2,28	7. 10	3,31
8. 15	3,17	8. 4	2,68	8. 11	3,01	8. 13	2,61	8. 12	3,14
9. 1	3,04	9. 10	2,56	9. 8	2,78	9. 4	2,41	9. 2	2,94
10. 13	2,79	10. 1	2,34	10. 1	2,79	10. 11	2,39	10. 1	2,91
11. 12	2,55	11. 11	1,99	11. 9	2,48	11. 15	2,12	11. 15	2,55
12. 3	2,34	12. 12	1,86	12. 10	2,32	12. 14	1,86	12. 11	2,32
13. 7	2,09	13. 3	1,64	13. 15	2,12	13. 5	1,73	13. 3	1,94
14. 10	1,76	14. 7	1,29	14. 7	1,99	14. 1	1,50	14. 7	1
15. 8	1,69	15. 8	1	15. 3	1,51	15. 3	1	15. 9	0
16. 9	1	16. 9	0	16. 2	1	16. 2	0	16. 8	0

jukkan nilai rata-rata *transform* pada gambar paling menarik terletak pada posisi yang mendekati nilai 7,42, nilai ini menunjukkan gambar 6.

#### Analisis Perbedaan Persepsi Responden

Perbedaan persepsi responden terhadap gambar peringatan bahaya merokok dianalisis berdasarkan karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan status perokok. Untuk usia, ditemukan nilai rata-rata (30,31), median (28,00), modus (16). Pada uji *Kruskal Wallis*, variabel independen usia dengan 3 kategori yang diuji terhadap variabel dependen persepsi. Responden yang memilih gambar peringatan bahaya merokok remaja (29), dewasa muda (29) dan dewasa (80). Nilai *p* uji statistik *Kruskal Wallis* = 0,293 >  $\alpha$  (0,05). Tidak ada perbedaan persepsi gambar yang paling menarik yang bermakna antara usia remaja, dewasa muda dan dewasa. Tidak ada perbedaan persepsi yang bermakna terhadap gambar yang paling jelas (nilai *p* = 0,305 >  $\alpha$  0,05) Tidak ada perbedaan persepsi yang signifikan terhadap gambar yang paling mendorong (nilai *p* = 0,119 >  $\alpha$  0,05). Tidak ada perbedaan persepsi yang signifikan terhadap gambar yang paling menakutkan dengan nilai-*p* = 0,428 >  $\alpha$  (0,05). Namun, untuk gambar yang paling efektif ada perbedaan persepsi yang signifikan (nilai-*p* = 0,030 <  $\alpha$  (0,050) (Lihat Tabel 3).

Pada penelitian ini, *Mann-Whitney Test* digunakan untuk mengetahui perbedaan pengaruh persepsi berdasarkan jenis kelamin mempengaruhi perbedaan persepsi pemilihan gambar. Responden pria yang memilih gambar peringatan bahaya merokok (71) dan wanita (67). Terhadap gambar yang paling menarik, tidak terlihat perbedaan persepsi yang bermakna antara pria dan wa-

nita (nilai *p* = 0,067 >  $\alpha$  0,050). Ada perbedaan yang bermakna untuk gambar yang paling mendorong (nilai-*p* = 0,002 <  $\alpha$  0,050), gambar paling menakutkan (nilai-*p* = 0,000 <  $\alpha$  (0,050) dan gambar paling efektif (nilai-*p*) = 0,001 <  $\alpha$  (0,050).

Status sosial ekonomi dianalisis menggunakan 3 sampel yang independen dengan data distribusi tidak normal sehingga digunakan metode uji *Kruskal-Wallis*. Status sosial ekonomi dikategorikan berdasarkan pelajar/mahasiswa (58), sosial ekonomi rendah (3), status sosial ekonomi tinggi (48 orang). Tidak ditemukan perbedaan persepsi yang bermakna untuk gambar yang paling menarik (nilai-*p* = 0,993 >  $\alpha$  0,050); gambar paling jelas (nilai-*p* = 0,398 >  $\alpha$  0,050) dan gambar yang paling mendorong (nilai-*p* = 0,022 <  $\alpha$  0,050).

Berdasarkan status perokok, ada perbedaan persepsi untuk gambar paling menarik (nilai *p* = 0,000), gambar paling jelas (*p*-value = 0,000 <  $\alpha$  0,050) dan gambar paling menakutkan (nilai-*p* = 0,000). Berdasarkan lokasi tempat tinggal di Jakarta dan Cirebon, tidak ada perbedaan persepsi terhadap gambar paling menakutkan (nilai-*p* = 0,730). Namun, untuk gambaran yang paling efektif ada perbedaan persepsi yang bermakna. Masyarakat Cirebon yang memilih gambar paling efektif dengan nilai rata-rata *rank* 81,70; sedangkan masyarakat Jakarta yang memilih gambar paling efektif dengan nilai rata-rata *rank* 62,78 (*p*-value) = 0,008 <  $\alpha$  (0,050).

#### Pembahasan

Penelitian kuantitatif ini digunakan untuk menganalisis perbedaan persepsi masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan status perokok

Tabel 3. Perbedaan Persepsi Responden terhadap Gambar Peringatan Bahaya Merokok Berdasarkan Karakteristik Responden

Variabel	n	Nilai p				
		Menarik	Jelas	Mendorong	Menakutkan	Efektif
<b>Usia</b>						
Remaja	29	0,293	0,305	0,119	0,428	0,030
Dewasa Muda	29					
Dewasa	80					
<b>Jenis Kelamin</b>						
Pria	71	0,067	0,000	0,002	0,000	0,001
Wanita	67					
<b>Status Sosial Ekonomi</b>						
Pelajar/Mahasiswa	58	0,993	0,398	0,022	0,590	0,000
Rendah	32					
Tinggi	48					
<b>Status Perokok</b>						
Perokok	74	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Bukan Perokok	64					

terhadap gambar peringatan bahaya merokok. Keterbatasan penelitian yang menggunakan data sekunder, sehingga variabel yang digunakan disesuaikan dengan data tersedia.

Analisis *Kruskal Wallis* menemukan hasil tidak ada perbedaan persepsi yang bermakna antara usia remaja, dewasa dan dewasa muda terhadap gambar peringatan bahaya merokok, karena semua kategori usia memilih gambar nomor 6 yang paling menarik. Gambar nomor 6 berisikan pesan tertulis "Merokok menyebabkan kanker mulut" dengan gambar mulut yang terkena kanker. Semua kategori usia mempunyai persepsi gambar kanker mulut tampak menonjol yang berbeda dari gambar lainnya. Gambar yang menarik perhatian adalah yang gambar tampak menonjol dan sederhana serta menimbulkan perasaan positif pada pemerhatinya.<sup>11</sup> Apabila diperhatikan lebih jauh, gambar kanker mulut tersebut kemungkinan memberikan perasaan positif pada responden. Rata-rata responden baru mengetahui bahwa kebiasaan merokok dapat berdampak pada kanker mulut. Padahal, seperti yang dirasakan oleh responden bahwa mulut merupakan alat vital untuk berkomunikasi, makan serta untuk penampilan dan pergaulan. Gambar kanker mulut tersebut dianggap menarik karena mudah diingat dan langsung dirasakan manfaatnya sebagai pesan peringatan bahaya merokok.

Hal yang sama ditemukan pada persepsi responden terhadap gambar peringatan bahaya merokok yang paling jelas, yang paling mendorong dan yang paling menakutkan. Tidak ada perbedaan persepsi antara usia remaja, usia dewasa muda dan usia dewasa. Persepsi terhadap gambar yang mendorong membuat seseorang cenderung melakukan sesuatu, dalam hal ini berhenti merokok.<sup>12</sup> Namun, ada perbedaan persepsi antara re-

maja, dewasa dan dewasa muda untuk gambar yang paling efektif. Rata-rata remaja memilih gambar nomor 14 yang bertuliskan "Merokok dekat anak berbahaya" digambarkan seorang sedang merokok dan menggendong anak. Sedangkan usia dewasa muda memilih gambar nomor 4 untuk gambar peringatan bahaya merokok yang paling efektif. Gambar nomor 4 menuliskan "Merokok dapat menyebabkan impotensi". Pada gambar ini terlihat sepasang suami istri yang sedang mengalami masalah di tempat tidur. Hal yang sama untuk gambar yang paling efektif, kelompok usia dewasa memilih gambar nomor 4.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi antara usia remaja, dewasa muda dan dewasa terhadap pemilihan gambar paling menarik dan gambar paling jelas. Persepsi yang sama terjadi karena gambar nomor 6 menimbulkan perasaan positif pada semua usia. Itu berarti bahwa semua usia merasakan kepentingan yang sama terhadap ancaman penyakit diantaranya kanker mulut yang dapat timbul akibat merokok. Tidak ada perbedaan persepsi antara usia remaja, dewasa muda dan dewasa terhadap gambar paling mendorong serta persamaan persepsi terhadap gambar yang paling menakutkan (gambar nomor 7) karena mempunyai kepentingan yang sama.

Tidak ada perbedaan persepsi terhadap gambar yang paling menarik antara pria dan wanita karena sama-sama dalam memilih gambar nomor 6 yang bertuliskan "Merokok menyebabkan kanker mulut" disertai gambar mulut yang terkena kanker. Namun, ada perbedaan persepsi terhadap gambar yang paling jelas antara pria dan wanita. Pria cenderung memilih gambar nomor 13 yang bertuliskan "Merokok dapat membunuhmu" disertai gambar seorang perokok berlatar belakang tengkorak.

Sedangkan, wanita cenderung memilih gambar nomor 6. Selain itu, terdapat perbedaan persepsi antara pria dan wanita terhadap gambar yang paling mendorong. Pria cenderung memilih gambar nomor 16 yaitu seorang perokok dengan gambar orang yang terkena penyakit akibat merokok diseluruh tubuhnya. Sedangkan wanita memilih gambar nomor 4 sebagai gambar yang paling mendorong. Untuk gambar yang menakutkan terlihat perbedaan persepsi antara pria dan wanita, pria memilih gambar nomor 10 dan wanita nomor 12 yang berisi pesan yang sama yaitu "Merokok menyebabkan kanker kerongkongan" dengan gambar kerongkongan yang terkena kanker. Untuk gambar yang efektif rata-rata pria cenderung memilih gambar nomor 4 sedangkan wanita memilih gambar nomor 14.

Secara garis besar jenis kelamin membuat perbedaan persepsi, jenis kelamin mempengaruhi persepsi penilaian akibat keterampilan yang dipelajari dan perkembangan kepribadian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan persepsi terhadap gambar peringatan bahaya merokok berdasarkan jenis kelamin akibat perbedaan pengalaman dan kepentingan. Pria cenderung memilih gambar yang berhubungan dengan penyakit yang mereka alami akibat merokok, sedangkan wanita memilih gambar berdasarkan kepentingan untuk melindungi kesehatan mereka.

#### **Status Sosial Ekonomi**

Tidak ada perbedaan persepsi pada gambar paling menarik, gambar paling jelas, dan gambar paling menakutkan. Namun, ada perbedaan persepsi antara status sosial ekonomi terhadap gambar yang paling mendorong dan gambar paling efektif. Untuk gambar paling menarik dan paling jelas, pelajar/mahasiswa sosial ekonomi (sosek) rendah dan sosial ekonomi tinggi cenderung memilih gambar yang sama (nomor 6). Gambar yang paling mendorong untuk pelajar/mahasiswa adalah gambar nomor 4 yang memberikan peringatan kesehatan "Merokok dapat menyebabkan impotensi" dengan gambar yang agak vulgar. Apabila diperhatikan lebih jauh, kelompok pelajar/mahasiswa tersebut belum termotivasi rasa aman dari penyakit. Anak-anak/remaja hanya bereaksi terhadap bahaya yang mengancam keselamatan. Gambar yang paling mendorong menurut responden dengan status sosial ekonomi rendah dan tinggi memilih adalah gambar nomor 16 yang menggambarkan tubuh seorang perokok yang memberikan banyak informasi tentang penyakit akibat merokok. Kelompok ini pada keadaan sosial ekonomi tertentu membutuhkan keadaan yang tetap melindungi/menjamin keselamatan jiwa, sehingga termotivasi memilih gambar yang memberikan informasi tentang kesehatan agar terlindungi dari penyakit yang mengancam kesehatan atau keselamatan.<sup>13</sup> Gambar yang paling menakut-

kan bagi pelajar/mahasiswa adalah gambar nomor 12, sedangkan kelompok sosial ekonomi rendah dan tinggi memilih gambar nomor 7 yang merupakan gambar menakutkan. Sementara, untuk gambar yang paling efektif, pelajar/mahasiswa dan sosial ekonomi rendah sama-sama memilih gambar nomor 14, sedangkan kelompok sosial ekonomi tinggi kecenderungan memilih gambar nomor 4.

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi yang bermakna antara kelompok pelajar mahasiswa serta status sosial rendah dan tinggi terhadap gambar paling menarik, paling jelas dan paling menakutkan. Hal tersebut disebabkan oleh persamaan keyakinan terhadap ancaman risiko sakit yang akan datang yang dirasakan dan keyakinan tentang keuntungan dan kerugian akibat sakit. Hal ini membuat semua kelompok mempunyai persepsi yang sama untuk pencegahan dan melindungi diri mereka.

Terhadap semua gambar peringatan bahaya merokok, ditemukan perbedaan persepsi, sebagai berikut: gambar yang paling menarik bagi perokok adalah gambar nomor 2, sedangkan responden yang bukan perokok memilih gambar nomor 6, yang bertuliskan "Merokok menyebabkan kanker mulut" dan terlihat gambar mulut yang terkena kanker. Perokok umumnya memilih gambar nomor 2 sebagai gambar yang paling jelas, sementara responden bukan perokok memilih gambar nomor 5 yang bertuliskan pesan "Merokok dapat menyebabkan kanker paru-paru dan bronchitis kronis". Selanjutnya, ada perbedaan persepsi antara perokok dan bukan perokok dalam memilih gambar yang paling mendorong, perokok umumnya memilih gambar nomor 5 sementara yang bukan perokok memilih gambar nomor 4.

Untuk gambar yang paling menakutkan, perokok memilih gambar nomor 10 yang memperlihatkan orang sakit dengan berbagai selang dan infus ditubuhnya. Sedangkan responden yang bukan perokok memilih gambar nomor 12 yang bertuliskan "Merokok menyebabkan kanker kerongkongan" dan memperlihatkan tenggorokan yang terkena kanker. Untuk gambar yang efektif, perokok umumnya memilih gambar nomor 4 yang bertuliskan peringatan "Merokok dapat menyebabkan impotensi" dengan gambar suami istri yang sedang mengalami masalah di tempat tidur. Responden bukan perokok memilih gambar nomor 14 yang bertuliskan "Merokok dekat anak berbahaya bagi mereka" dengan gambar seorang perokok pria yang sedang merokok sambil menggendong anak yang masih kecil.

Perbedaan persepsi antara responden perokok dan bukan perokok, rata-rata perokok memilih gambar yang sesuai dengan pengalaman atau dampak merokok yang paling sering dirasakan oleh seorang perokok. Misalnya, untuk gambar yang menarik untuk diingat kembali,

umumnya perokok memilih gambar nomor 2, peringatan merokok dapat menyebabkan impotensi, karena dari hasil gali pendapat responden perokok banyak yang mengalami impotensi. Demikian pula untuk gambar yang paling mendorong berhenti merokok, umumnya perokok memilih gambar nomor 5, peringatan merokok dapat menyebabkan kanker paru-paru dan bronchitis kronis. Hasil penelitian rata-rata perokok sering mengalami penyakit bronchitis kronis dan penyakit yang berhubungan dengan paru-paru. Persepsi dan pikiran seseorang terbentuk karena pengalamannya berdasarkan asosiasi antara stimuli asal dan stimuli yang terkondisikan.<sup>11</sup> Namun, pendapat tersebut ada kelemahannya, terutama pengalaman yang bersifat pribadi serta pengertian dan kecerdasan seseorang yang terbatas. Selain itu, ketidakmampuan untuk benar-benar menyadari persepsi yang dimiliki akan mengganggu interpretasi kenyataan yang sebenarnya.

Perbedaan persepsi tersebut terjadi karena perbedaan kepentingan. Kepentingan perokok yang mendapatkan kenikmatan berbeda dengan kepentingan bukan perokok untuk kesehatan dan penampilan. Sehingga perbedaan antara pelajar/mahasiswa, status sosial ekonomi rendah dan status sosial ekonomi tinggi terhadap semua gambar peringatan bahaya merokok terjadi akibat perbedaan kepentingan, pengalaman, dan lingkungan, serta keyakinan akan kesehatan dan manfaatnya.

### Kesimpulan

Empat variabel yang diteliti yaitu usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan status perokok, variabel yang paling menunjukkan perbedaan persepsi masyarakat terhadap gambar peringatan bahaya merokok di Jakarta dan Kabupaten Cirebon adalah variabel jenis kelamin dan variabel status perokok. Variabel status sosial ekonomi, merupakan variabel yang hanya sebagian menunjukkan perbedaan persepsi terhadap gambar peringatan bahaya merokok, karena dari kategori status sosial ekonomi ini perbedaan persepsi terlihat pada pemilihan gambar yang paling efektif dan gambar yang paling mendorong. Hampir keseluruhan variabel usia tidak menunjukkan perbedaan persepsi pada pemilihan gambar peringatan bahaya merokok. Hanya pada pemilihan gambar yang paling efektif terlihat perbedaan persepsi masyarakat.

### Saran

Pemberian peringatan bahaya merokok pada remaja pria perokok menggunakan media gambar dan tulisan sebaiknya langsung tertuju gambar yang sederhana dan mudah diingat, tapi dihubungkan dengan penyakit akibat merokok. Pembuatan gambar peringatan bahaya merokok untuk dipromosikan kepada masyarakat, sebaiknya memperhatikan jenis kelamin. Namun, perlu

diperhatikan kesesuaian gambar yang diinginkan dengan keinginan promosi kesehatan, misalnya gambar yang menarik perhatian masyarakat dapat tidak mementingkan jenis kelamin, karena persepsinya sama. Pembuatan gambar tentang peringatan kesehatan bahaya merokok perlu memperhatikan status sosial ekonomi, terutama untuk gambar yang memotivasi masyarakat untuk berhenti merokok dan yang efektif untuk mempromosikan peringatan kesehatan pada masyarakat. Perlu juga diperhatikan status perokok. Pada saat memberikan promosi kesehatan pada masyarakat yang perokok, sebaiknya tidak memberikan gambar yang sama dengan masyarakat yang bukan perokok, karena adanya perbedaan persepsi akibat dari beda kepentingan dan pengalaman. Perbedaan persepsi masyarakat pada pemilihan gambar berdasarkan usia, jenis kelamin, status perokok dan status sosial ekonomi diharapkan dapat memberikan penjelasan agar tidak mencoba/kecanduan merokok dengan informasi bahaya merokok dan memperlihatkan gambar bahaya merokok dalam bentuk gambar dan tulisan yang langsung memberikan informasi bahaya merokok.

### Daftar Pustaka

1. Achadi, Anhari. Rokok dan masalahnya. 2004; No.19.
2. Mahood, Garfield (WHO). Canada's tobacco package label or warning system : "telling the truth" about tobacco product risks. Non Smokers' Rights Association and the Smoking and Health Action Foundation Toronto. Ottawa: Montreal; 2005.
3. Nascimento BE, Oliveira L, Vieira AS, Joffily M, Gleiser S, Pereira MG, et al. Avoidance of smoking: the impact of warning labels in Brazil. *Tob Control*. 2008; 17(6): 405-9.
4. Aditama, Tjandra Yoga. Rokok dan masalahnya. LM5. Edisi Khusus Ulang Tahun. 2006; No. 25.
5. Notoatmodjo, Soekidjo. Teori dan aplikasi promosi kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2005.
6. Mahyudin, Amrin dkk. Rokok dan masalahnya, DKI Jakarta bebas rokok. LM5. 2005; No. 21.
7. Sutherland, Max dan Alice K. Sylverter. Advertising and the mind of the consumer. Bagaimana mendapatkan untung berlipat lewat iklan yang tepat. Terjemahan Setia Bangun. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2005.
8. Markel, Howard. Tracing the cigarette's path from sexy to deadly. [edisi Maret 2007, diakses 18 Juli 2007]. <http://www.nytimes.com/2007/03/20/health/20essay.html?ex=1332129600&en=737ec5e492664c09&ei=5124&partner=permalink&exprod=permalink>.
9. American Journal Public Health. Influence of counter advertising media campaign to intitiation of smoking; the florida truth compaign. [edisi Februari 2001, diakses 18 Juli 2007].
10. Hastono, Sutanto Priyo. Basic data analysis for health research. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia; 2006.
11. Rakhmat Jalaluddin. Psikologi komunikasi. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2005.
12. Mahmud, Dimiyati. Psikologi suatu pengantar. Edisi 1. Yogyakarta:

BPFE; 1999.

13. Maslow, Abraham. *Motivasi dan kepribadian 1: teori motivasi dengan*

*pendekatan hierarki kebutuhan manusia*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo; 1994.