

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak diberlakukannya Perda No.3 2005 pasal 23 tentang pelarangan merokok di tempat umum, saran kesehatan, tempat kerja, tempat ibadah dan angkutan umum, sampai dengan tahun 2010, fakta menunjukkan bahwa persentase perokok di Jabar sebanyak 26,7%, hal ini lebih tinggi dari persentase nasional (23,7%). Sebanyak 81,5% perokok, merokok di dalam rumah ketika bersama anggota rumah tangga lainnya. Kegiatan merokok setiap tahunnya terus meningkat, hal ini tentu berkaitan dengan kurangnya kesiapan pemerintah kota Bandung (Pemkot Bandung) dalam menghimbau masyarakatnya akan bahaya merokok. Dinas Kesehatan yang diwakilkan oleh bapak Drg.Yus Ruseno, Msc. PH Griff mengemukakan bahwa “kegiatan merokok sangat sulit diberantas, ini berkaitan dengan kurangnya dukungan pemerintah pusat, jumlah kampanye anti rokok jauh lebih sedikit dibandingkan jumlah iklan rokok yang beredar di Indonesia”, lebih lanjut ia mengemukakan Pemkot Bandung tiap tahunnya selalu memberi anggaran bagi hasil cukai untuk kegiatan kampanye hari tanpa tembakau yang diperingati tanggal 31 Mei tetapi beliau juga mengeluhkan bentuk kampanye yang hanya sebatas kata-kata yang terus dibuat sama setiap tahunnya tanpa ada visual yang tegas dan jelas, sehingga sangat sulit tingkat keberhasilannya. Masyarakat kota Bandung hanya disuguhkan berupa kata-kata yang berulang-ulang dan sama sehingga kampanye menjadi membosankan dan dipandang sebelah mata. (Data wawancara: 22 Februari 2012 pukul ±11.00 WIB Dinas Kesehatan Kota Bandung)

Hingga saat ini jumlah perokok semakin bertambah setiap tahunnya. Bahkan kegiatan merokok sudah menyebar hingga ke kalangan anak-anak. Padahal hal tersebut tentu saja akan merugikan kesehatan mereka. Pemerintah daerah kota Bandung masih sulit untuk menghimbau para pecandu rokok untuk berhenti. Selain

itu juga asap rokok juga merugikan orang lain yang menghisapnya sebagai perokok pasif. (Data wawancara: 22 Februari 2012 pukul ±11.00 WIB)

Zat dari rokok yang sangat berbahaya bagi kesehatan, antara lain: tar, nikotin, karbon monoksida, dan sebagainya. Zat tersebut dapat menyerang kanker, serangan jantung, pada pria akan menyebabkan impotensi sedangkan pada wanita akan menyebabkan gangguan kehamilan dan janin, dan bila dikonsumsi pada usia dini akan menyebabkan kulit keriput atau biasa disebut dengan penuaan dini. Selain itu merokok juga berpengaruh pada perkembangan otak anak sehingga anak-anak akan cenderung malas untuk belajar. Nafsu makan mereka pun akan terganggu sehingga itu berpengaruh pada perkembangan fisik mereka. (Jaya, 2009 : 58)

Hasil wawancara kepada beberapa responden perokok dewasa. Mereka sudah merokok sejak mereka sekolah dasar. Menurut data hasil kuesioner 28% anak SD pernah merokok. Sebanyak 95% dari anak-anak tersebut mengetahui rokok dari anggota keluarganya. Biasanya orang tua sering merokok di dalam rumah sehingga secara tidak langsung anaknya akan cenderung ingin mencoba tingkah laku atau kebiasaan orang tuanya. Bahkan tidak sedikit juga orang tua tidak tahu dengan kebiasaan buruk anaknya yaitu merokok. Maka tindakan untuk menyadarkan orang tua akan bahaya merokok bila dikonsumsi di usia dini harus dilakukan berupa kampanye dengan target primer orang tua dan target sekunder anak-anak. (Kuesioner 100 responden anak-anak usia 6-12 tahun disebar di beberapa wilayah di kota Bandung antara lain Jalan Kopo, Jalan Surya Sumantri, Jalan Wastukencana, dan Jalan Rajawali).

Maka dari itu penulis menyimpulkan bahwa diperlukan kampanye yang menarik berupa gabungan kata-kata dan visual untuk menarik perhatian orang tua dan anak-anak agar menyadarkan mereka akan bahaya merokok sejak dini.

Hal ini tentu saja berkaitan dengan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV). Penulis akan mencoba menerapkan ilmu yang telah diajarkan selama perkuliahan dengan cara melakukan “Kampanye Peduli Anti Rokok untuk Anak

Sekolah Dasar di Bandung”, penulis akan mencoba membuat visual yang menarik, sehingga diharapkan kampanye ini dapat mempengaruhi orang tua dan anak-anak sekolah dasar agar mengetahui dampak merokok dan bisa menghindari rokok sedini mungkin.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Dari latar belakang di atas, dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana menyadarkan orang tua agar mengetahui dampak merokok bila dikonsumsi di usia dini?
- b. Bagaimana menyadarkan orang tua agar anak-anaknya tidak mencoba merokok?
- c. Bagaimana membuat program kampanye yang tepat untuk merealisasikan hal tersebut dan media apa saja yang dipakai agar orang tua bisa terpengaruh dengan kampanye ini dan bisa terus mengingatkannya?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup mencakup perancangan kampanye berupa penyebaran media promosi untuk menyadarkan orang tua bahaya merokok bila dikonsumsi sejak usia dini dengan visual yang jelas dan menarik sehingga orang tua tidak bosan dan bisa menerima kampanye ini. Kampanye akan dilaksanakan di beberapa Sekolah Dasar di Bandung antara lain wilayah Bandung Utara, Bandung Barat, Bandung Timur, dan Bandung Selatan. Dengan targetnya adalah orang tua yang mempunyai anak usia 6 hingga 12 tahun.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan pembahasan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

- a. Agar orang tua bisa membimbing anaknya terhadap bahaya mengkonsumsi rokok di usia dini.
- b. Menyadarkan orang tua dengan memberi tahu cara mendidik agar anak-anaknya tidak mencoba merokok

- c. Membuat kampanye yang dapat direalisasikan dengan tepat dan media apa saja yang dipakai agar orang tua bisa mengetahui dampak merokok di usia dini dengan jelas sehingga para orang tua bisa membimbing anaknya untuk tidak merokok.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti. Misalnya dengan melihat dan mengamati anak sekolah ketika sudah bubar sekolah dan apa yang menjadi kebiasaan mereka.

2. Kuesioner

Disebarkan berupa pertanyaan tertutup, responden memilih salah satu pilihan jawaban atau mengisi dengan satu jawaban singkat.

“Kuesioner adalah alat riset atau survey yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos; daftar pertanyaan.” (Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://pusatbahasa.diknas.go.id>)

Pada penelitian ini kuesioner dibagikan pada 100 orang anak sekolah usia 6-12 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara acak di beberapa wilayah di kota Bandung, antara lain Jalan Kopo, Jalan Surya Sumantri, Jalan Wastukencana, dan Jalan Rajawali.

3. Wawancara terstruktur/terpimpin

“Wawancara adalah tanya jawab dengan seseorang (pejabat dan sebagainya) yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapat mengenai suatu hal, untuk dibuat dalam suatu kabar, disiarkan melalui radio, atau ditayangkan pada layar televisi; tanya jawab dieksi (kepada personalia, kepala humas) perusahaan dengan pelamar pekerjaan; tanya jawab peneliti dengan manusia sumber.

Wawancara terpimpin adalah wawancara dengan memakai pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.” (Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://pusatbahasa.diknas.go.id/>)

Pada penelitian ini, wawancara yang dilakukan adalah wawancara terstruktur dilakukan dengan Dinas Kesehatan di Kota Bandung untuk mengetahui perkembangan perokok terutama anak-anak sekolah dasar dan tindakan apa saja yang sudah dilakukan Dinas Kesehatan dalam mengkampanyekan bahaya rokok di kota Bandung.

4. Studi Pustaka

Dalam studi pustaka, informasi yang didapat dari buku, majalah, Koran, dan internet yang dapat mendukung penelitian penulis dalam mencari data dan fakta tentang bahaya mengkonsumsi rokok pada usia dini dan apa saja yang sudah dilakukan oleh karya sejenis di Bandung. Studi Pustaka digunakan untuk mengumpulkan berbagai teori yang mendukung untuk penelitian.

1.5 Skema Perancangan

SKEMA PERANCANGAN

Kampanye Anti Rokok Untuk Anak Sekolah Dasar bagi Orang Tua di Bandung

