

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merokok adalah aktivitas yang biasa kita temukan ditengah masyarakat. Perkembangan industri rokok di dunia meningkat secara drastis dan hal ini disertai peningkatan jumlah perokok pula. Jumlah perokok yang meningkat secara drastis bukan hanya di kalangan umur 18 tahun ke atas, tetapi perokok di kalangan umur 18 tahun ke bawah juga meningkat. Beberapa sumber mengatakan bahwa jumlah orang yang mengkonsumsi rokok di setiap negara semakin bertambah muda. Menurut *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) dari tahun 1998- 2008 jumlah perokok anak laki-laki diantara umur 13- 15 tahun sebesar 20.0%-29.9% dan jumlah perokok anak perempuan yang mempunyai umur antara 13- 15 tahun jumlahnya sebesar >10.0%. Fakta ini menandakan bahwa rokok sudah dikonsumsi segala kalangan bahkan dari kalangan para remaja yang umurnya masih dibawah 18 tahun.

Semakin berkembangnya industri rokok di Indonesia maka akan mengakibatkan meningkatnya konsumen rokok di Indonesia. Indonesia menjadi negara dengan jumlah perokok terbanyak ke-3 di dunia (www.antaraneews.com). Dewasa ini mudah untuk menemukan orang yang merokok di lingkungan terbuka maupun di ruangan tertutup seperti di dalam sebuah ruangan publik yang dimana terdapat banyak orang yang sedang beraktivitas didalam ruangan yang sama dengan perokok. Seringkali aktivitas tersebut dilihat langsung oleh anak di bawah

umur dan anak tersebut langsung terkena paparan asap perokok. Dengan melihat serta terkena paparan secara langsung dapat mengakibatkan mereka mengikuti perilaku merokok tersebut, bukan hanya dengan melihat serta terkena paparan langsung saja yang membuat anak dibawah umur untuk memulai merokok tetapi ajakan dari teman-teman mereka juga bisa mempengaruhi anak-anak tersebut untuk merokok. Bahkan para remaja merokok disebabkan perilaku orangtua mereka sendiri yang merokok di depan anak mereka sendiri sehingga sang anak mengikuti perilaku orang tuanya untuk merokok juga. Iklan rokok yang banyak bermunculan di Televisi (TV) juga dapat mempengaruhi anak-anak untuk merokok karena iklan rokok di TV memberi pesan bahwa aktivitas merokok adalah aktivitas yang keren dengan menunjukkan sisi maskulinitas sang pemeran iklan rokok.

Banyaknya remaja di bawah 18 tahun yang merokok membuat pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia No.109 tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan. Didalam PP No.109 tahun 2012 berisikan 8 bab dan 65 pasal yang didalamnya mengatur tentang produksi, impor, peredaran dan penggunaan produk tembakau, kawasan tanpa rokok, perlindungan khusus bagi anak dan perempuan hamil. Pengaturan produksi di sini membahas pengujian kandungan kadar nikotin dan tar pada setiap batang untuk setiap varian yang akan diproduksi perusahaan rokok, penggunaan bahan tambahan, dan pencantuman peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan teks.

Dijelaskan pada Bab IV PP No.109 tahun 2012 bagian ketiga terdapat 15 pasal yang mengatur tentang penjualan, kawasan tanpa asap rokok, iklan, dan sponsor produk tembakau itu sendiri. Pada pasal 25 ayat b dijelaskan bahwa produsen rokok tidak boleh menjual rokok kepada anak di bawah 18 tahun. Serta, pada pasal 27 dijelaskan tentang bagaimana pemerintah sendiri harus melakukan pengawasan dalam pengiklanan rokok itu sendiri seperti *warning label* yang seharusnya juga mencantumkan peringatan kesehatan berupa gambar sebesar 15% dari total luas pada bungkus rokok tersebut. Peringatan kesehatan yang tertera pada bungkus rokok menunjukkan bahwa rokok akan menimbulkan berbagai macam penyakit pernafasan dan yang lainnya.

Peraturan Pemerintah yang mengatur semua kebijakan perusahaan rokok seolah tidak ditanggapi dan dipatuhi. Para penjual rokok masih membiarkan anak di bawah 18 tahun untuk membeli rokok dan belum sepenuhnya menuruti PP tentang peringatan kesehatan berupa gambar yang harus dicantumkan di semua bungkus rokok yang akan diproduksi dan dijual, masih terdapat beberapa perusahaan yang tidak mencantumkan peringatan kesehatan berupa gambar di bungkus rokok.

PP No.109 tahun 2012 tentang perubahan *text warning label* menjadi *picture warning label* yang diluncurkan oleh pemerintah bertujuan untuk lebih memberi pengetahuan atau informasi kepada konsumen yang ingin membeli rokok. Hal ini dikarenakan peringatan bahaya merokok hanya dengan tulisan terbukti tidak efektif. Hal ini dikarenakan informasi dalam bentuk tulisan tidak bisa memberikan gambaran tentang bahaya akan dari rokok. Perubahan menjadi peringatan

bergambar bertujuan untuk memberikan informasi gambaran yang cukup jelas tentang bahan yang terkandung didalam rokok tersebut dan bahaya yang dapat diterima oleh konsumen jika mengkonsumsi rokok secara terus menerus. Informasi dari peringatan bergambar tersebut ditujukan untuk meyakinkan individu tersebut bahwa merokok dapat menimbulkan penyakit yang berbahaya baik bagi perokok aktif maupun bagi perokok pasif.

Bentuk implementasi dari PP No.109 tahun 2012 dapat dilakukan dengan menerapkan *social marketing*, yaitu penggunaan prinsip pemasaran untuk mempengaruhi audiens agar secara sukarela menerima, menolak, merubah, ataupun meninggalkan sebuah perilaku demi keuntungan individu, kelompok, atau masyarakat (Kotler, 2002). Salah satu bentuk *social marketing* yaitu melalui bentuk iklan sosial atau layanan masyarakat sudah dilakukan di banyak Negara. Melalui *social marketing* yang dilakukan diharapkan dapat membangkitkan perilaku perencanaan individu untuk dapat menerapkan aktivitas berhenti merokok. Hal ini dapat dijelaskan lebih lanjut dengan menggunakan *theory planned behavior* (TPB) yang di konsepsikan oleh Ajzen (1975).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) karena teori ini telah sukses diaplikasikan untuk memprediksi intensi untuk berhenti merokok (*intention to stop smoking*) hal ini dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Norman *et al.*, 1999; McMillan *et al.*, 2005; Moan & Rise, 2005; Rise *et al.*, 2008). Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), Ajzen (1980) mengatakan bahwa prinsip utama dalam melakukan sebuah perilaku berdasarkan

dari niat atau intensinya. Dan pembentukan intensi terdiri dari dua pengaruh dasar, *attitude toward behavior* dan *subjective norm* dan melengkapinya dengan keyakinan (*beliefs*). Sementara TPB adalah pengembangan lebih lanjut dari TRA. Ajzen (1988) menambahkan konstruk baru yaitu *perceived behavioral control*. Konstruk ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki oleh seorang individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu (Chau & Hu, 2002).

Pada penelitian sebelumnya Fishbein & Ajzen (2010) menjelaskan bahwa keyakinan yang dimiliki individu merupakan suatu landasan yang mempengaruhi perilaku yang akan dilakukan oleh individu tersebut. Keyakinan individu inilah yang disebut *behavioral beliefs*. Menurut Fishbein & Ajzen (1975) menjelaskan terdapat 2 aspek yang membangun sebuah *attitude toward behavior* yaitu *behavioral belief* dan *outcome evaluation*. Setelah melalui 2 aspek tersebut maka terbentuklah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Sementara menurut Fishbein & Ajzen (1975) menjelaskan dalam pembentukan variabel *Subjective Norm* ditentukan oleh 2 aspek yaitu *Normative Beliefs & Motivation to Comply*. Dan menurut Francis (2004) terdapat 2 aspek yang dapat membangun variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC) yaitu *control beliefs* dan *power of control beliefs*. Menurut Ajzen (2005) bukan hanya pengalaman dan pengetahuan yang berperan penting, akan tetapi bagaimana tersedianya fasilitas, ketersediaan waktu dan memiliki kemampuan juga berperan penting untuk menentukan langkah dari perokok itu sendiri.

Seperti dalam penelitian Victoria *et.al.* (2009) yang berjudul *The Impact of Social Influence on Adolescent intention to smoke: Combaining typers &*

referent of influence. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh norma subjektif (*Subjective Norm*), tekanan langsung untuk merokok dari orang lain, yang dikombinasikan dengan variable orang tua (ayah dan ibu), saudara kandung (kakak dan adik), teman sebaya atau sahabat, dan guru. Penelitian yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan norma subjektif, *perceived behavior*, tekanan langsung untuk merokok terhadap intensi & perilaku merokok pada remaja. Pengaruh kuat pada *subjective norm* ditunjukkan oleh orang tua, guru dan saudara kandung. Sedangkan *perceived behavior* ditunjukkan teman sebaya, orang tua & saudara kandung. Sementara tekanan langsung untuk merokok dipengaruhi oleh teman sebaya, orang tua, & saudara kandung.

Memisahkan keyakinan yang menonjol kepada seseorang yang sudah merasa benar dengan keyakinan atas perilakunya menuju keyakinan lain adalah hal yang sulit. Dan ada beberapa keyakinan yang menyebabkan terjadinya pembentukan sikap, hal lainnya yang timbul dikarenakan orang tersebut sudah memiliki sikap tegas yang konsisten terhadap keyakinan mereka. Banyak remaja yang mengetahui akan bahayanya mengkonsumsi rokok apalagi sudah diatur dalam PP yang isinya mengatakan bahwa rokok hanya untuk dikonsumsi bagi yang sudah mempunyai umur 18 tahun keatas. Tetapi, banyak dari perokok yang seakan mengabaikan larangan dan peraturan tersebut.

Meskipun banyak penelitian terdahulu mengatakan bahwa TPB sukses untuk diaplikasikan untuk memprediksi, tetapi kecakupan teori dari model ini mendapatkan kritik (Eagly & Chaiken, 1993). Beberapa peneliti terdahulu juga

telah menantang bahwa hubungan *attitude* dengan *behavior* sangat simple, butuh model yang lebih kompleks untuk memprediksi perilaku orang-orang dari sikap mereka. Penelitian terbaru mengatakan bahwa di antara komponen *Theory of Planned Behavior* (TPB) variabel *subjective norm* adalah preditor yang paling lemah dibandingkan dengan *attitude toward behavior* dan *perceived behavior control*. Eagly & Chaiken, (1993) mengatakan bahwa kecukupan TRA maupun TPB telah menerima banyak perhatian dengan saran dari sejumlah tambahan konstruk yang mungkin akan berguna jika ditambahkan ke model. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa model TRA atau TPB sangat terbuka untuk penjelasan lebih lanjut. Terdapat 6 konstruk yang mungkin ditambahkan yaitu: *beliefs salience* (Fishbein, 1967a, 1967b), *past behavior/habit* (Sutton, 1994), *perceived behavioral control versus self-efficacy* (Ajzen, 1991), *moral norm* (Ajzen, 1991), *self-identity* (Biddle, Bank, & Slaving, 1987; Charng et al., 1988; Eagly & Chaiken, 1993; Spark & Spark & Guthrie, 1998), and *affective beliefs* (Meanstead & Parker, 1995; van der Pligt & de Vries, 1998b).

Falomir & Invermizzai (1999) menemukan bahwa *self-identity* dapat memprediksi niat untuk berhenti (*quitting intention*) dengan menggunakan komponen *theory of planned behavior* (TPB). Beberapa penelitian terbaru mengungkapkan bahwa untuk pengukuran variabel *self-identity* merupakan campuran antara *self-description* sebagai perokok dan indentifikasi dengan kelompok perokok. Kedua item dapat dikatakan memasuki aspek yang berbeda dari pemahaman diri (*self-understanding*) (Rise & Moan, 2004). Sehingga *self-description* (atau *self-identity*) merupakan “*me-identification*” dan mencerminkan

identifikasi tingkat individu, sementara identifikasi dengan kelompok merupakan “*we-identification*” yang mencerminkan identifikasi pada tingkat kolektif (Thoits & Virshup, 1997). Akibatnya ada kemungkinan bahwa efek langsung dari identitas diri (*self-identity*) di dalam studi di atas mencerminkan pengaruh dari identitas kelompok (*group identity*). Konsep teori *group identity* diperoleh dari *social identity theory* (Tajfel & Turner, 1979).

Prinsip dasar dari *social identity theory* adalah *social category* (misalnya, kelompok perokok) yang dimana individu percaya dan individu merasa ikut terlibat di dalam kelompok tersebut juga membuktikan sumber *self-definition*, dan sejauh ini yang menonjol, sebuah *group-identity* dapat menentukan bagaimana seseorang merasa, berpikir, dan berperilaku. Di sisi lain, perokok dengan rasa yang kuat identifikasi kelompok akan lebih mungkin cenderung untuk mempertahankan identitas mereka dengan terlibat dalam restrukturisasi kognitif, kreativitas sosial, atau berbagai jenis tindakan kolektif (Falomir & Invernizzi, 1999). Dalam penelitian ini peneliti ingin mencari tahu apakah *behavioral beliefs* terhadap *attitude toward the behavior*, *normative beliefs* terhadap *Subjective Norm*, dan *Control Beliefs* terhadap *perceived behavior control* mempunyai pengaruh terhadap *intention to stop smoking* dan penelitian ini dibentuk untuk menginvestigasi efek dari *group-identity* dalam konteks *attitude-intention relationship*.

Berdasarkan dari fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat perilaku para remaja laki-laki di Surabaya setelah mengetahui peringatan bahaya merokok yang tercantum pada bungkus

rokok. Bungkus rokok tersebut bertujuan untuk memberikan informasi bagi para perokok remaja tentang bahaya yang dapat ditimbulkan dari aktivitas merokok. Dalam mengurangi jumlah perokok pemula ini juga menjadi perhatian pemerintah dengan merubah *warning label text* menjadi *warning label picture* dikarenakan pemerintah menilai *warning label text* yang diluncurkan sebelumnya dianggap tidak efektif untuk memberikan edukasi atau gambaran terhadap dampak buruk dari rokok tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *behavior beliefs* terhadap *attitude toward behavior*?
2. Apakah ada pengaruh *normative beliefs* terhadap *subjective norm*?
3. Apakah ada pengaruh *control beliefs* terhadap *perceived behavior control*?
4. Apakah ada pengaruh *attitude toward the behavior* terhadap *intention to stop smoking*?
5. Apakah ada pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to stop smoking*?
6. Apakah ada pengaruh *perceived behavior control* terhadap *intention to stop smoking*?
7. Apakah ada pengaruh *attitude toward the behavior* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?

8. Apakah ada pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?
9. Apakah ada pengaruh *perceived behavior control* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *behavior beliefs* terhadap *attitude toward behavior*.
2. Mengetahui pengaruh *normative beliefs* terhadap *subjective norm*.
3. Mengetahui pengaruh *control beliefs* terhadap *perceived behavior control*.
4. Apakah ada pengaruh *attitude toward the behavior* terhadap *intention to stop smoking*?
5. Apakah ada pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to stop smoking*?
6. Apakah ada pengaruh *perceived behavior control* terhadap *intention to stop smoking*?
7. Apakah ada pengaruh *attitude toward the behavior* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?
8. Apakah ada pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?
9. Apakah ada pengaruh *perceived behavior control* terhadap *intention to stop smoking* dimoderasi oleh *group-identity*?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dan penulisan skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat khasanah untuk ilmu pengetahuan yang bisa didapat dari pengetahuan yaitu untuk mengetahui niat perilaku para remaja laki-laki di Surabaya setelah mengetahui peringatan bahaya merokok yang tercantum pada bungkus rokok.
2. Memberikan pembaharuan dari *Theory of Planned Behaviour* dan menjadi salah satu referensi untuk penulisan karya ilmiah mengenai bidang *social marketing* dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan dihubungkan dengan ilmu manajemen pemasaran, karena ilmu manajemen saling terkait dengan segala bidang lainnya.
3. Penelitian ini juga mengisi keterbatasan pada penelitian sebelumnya tentang *behavior beliefs* terhadap *attitude toward behavior*, *normative beliefs* terhadap *subjective norm*, *control beliefs* terhadap *perceived behavioral control*, *group-identity*, dan *intention to stop smoking*.

1.5 Sistematika Skripsi

Penulisan ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari berbagai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Di dalamnya mencakup uraian mengenai konsep – konsep dasar, penelitian sebelumnya, hipotesis dan model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel, prosedur pengumpulan data serta teknik analisis.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum subyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian serta saran bagi pihak yang terkait dengan penelitian dan penelitian yang akan datang.