

ANALISIS PENGARUH PAPARAN MEDIA TERHADAP KEJADIAN BERHENTI MEROKOK PADA PEROKOK DEWASA : STUDI BERDASARKAN DATA GATS INDONESIA 2021

Oryza Tahta Murbarani^{1*}, Rachmah Indawati²

Universitas Airlangga^{1,2}

Corresponding Author : tahtaoryza@gmail.com

ABSTRAK

Pada tahun 2021, tercatat terdapat 69,1 juta perokok di Indonesia, meningkat dari 60,3 juta pada tahun 2011. Dalam kurun waktu 10 tahun, terjadi peningkatan sebesar 8,8 juta perokok. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi yang lebih efektif, salah satunya melalui kampanye berhenti merokok berbasis media. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh berbagai jenis paparan media terhadap upaya berhenti merokok pada perokok dewasa. Media yang dianalisis mencakup koran, televisi, radio, baliho, internet, dan peringatan pada bungkus rokok. Penelitian menggunakan rancangan non-reaktif berbasis data sekunder dari survei GATS. Analisis data dilakukan dengan regresi logistik biner untuk mengukur pengaruh paparan media terhadap kemungkinan berhenti merokok dalam 12 bulan terakhir. Hasil analisis dilaporkan dalam bentuk odds ratio (OR), nilai p, dan interval kepercayaan 95% (CI), dengan tingkat signifikansi statistik ditetapkan pada $\alpha = 0,05$. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak R Studio. Hasil menunjukkan bahwa paparan melalui internet dan peringatan pada bungkus rokok berpengaruh signifikan terhadap perilaku berhenti merokok. Responden yang terpapar informasi dari internet memiliki peluang 2,03 kali lebih besar untuk berhenti merokok (OR = 2,03; 95% CI = 1,52–2,73; $p < 0,001$), sementara mereka yang memperhatikan peringatan pada bungkus rokok memiliki peluang 1,64 kali lebih besar (OR = 1,64; 95% CI = 1,26–2,15; $p < 0,001$).

Kata kunci : GATS, kampanye berhenti merokok, paparan media

ABSTRACT

In 2021, there were 69.1 million smokers in Indonesia, up from 60.3 million in 2011. Within 10 years, there was an increase of 8.8 million smokers. This condition indicates the need for more effective intervention, one of which is through media-based smoking cessation campaigns. This study aims to see the effect of various types of media exposure on smoking cessation efforts in adult smokers. Media analyzed include newspapers, television, radio, billboards, the internet, and warnings on cigarette packs. The study used a secondary data-based non-reactive design from the GATS survey. Data analysis is performed with binary logistic regression to measure the effect of media exposure on possible smoking cessation in the last 12 months. The results of the analysis are reported in terms of odds ratio (OR), p-value, and 95% confidence interval (CI), with a statistical significance level set at $\alpha = 0.05$. The analysis was done using R Studio software. Results showed that exposure through the internet and warnings on cigarette packs had a significant effect on smoking cessation behavior. Respondents exposed to information from the internet had a 2.03 times greater chance of quitting smoking (OR = 2.03; 95% CI = 1.52–2.73; $p < 0.001$), while those who noticed warnings on cigarette packs had a 1.64 times greater chance (OR = 1.64; 95% CI = 1.26–2.15; $p < 0.001$).

Keywords : GATS, media exposure, smoking cessation campaign

PENDAHULUAN

Di zaman yang telah modern ini, merokok bukan lagi hal yang tabu. Hampir semua orang tidak lagi asing dengan rokok. Bahkan bagi beberapa, merokok telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup yang tidak bisa ditinggalkan. Laporan yang di terbitkan oleh *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) pada tahun 2021 menjabarkan secara terperinci mengenai penggunaan tembakau di Indonesia. *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) tahun 2021

emmaparkan bahwa terdapat 69,1 juta orang di Indonesia yang merupakan pengguna tembakau. Angka ini kemudian dirinci dengan penggunaan tembakau pada laki-laki sebesar 65,5% dan penggunaan tembakau pada perempuan sebesar 3,3%. Apabila dibandingkan dengan data GATS terdahulu, nampak adanya peningkatan pada jumlah perokok di Indonesia.

Pada tahun 2021, terdapat 69,1 juta perokok di Indonesia. Angka ini meningkat apabila dibandingkan pada jumlah perokok di Indonesia pada tahun 2011 yang berjumlah 60,3 juta perokok. Nampak terdapat peningkatan hingga 8,8 juta perokok dalam kurun waktu 10 tahun. Selain peningkatan pada penggunaan rokok konvensional, GATS juga menjabarkan adanya peningkatan pada penggunaan rokok elektrik. Tercatat adanya peningkatan penggunaan rokok elektrik sebesar 10% dalam kurun waktu 10 tahun. Pada tahun 2011 tercatat ada 0,3% pengguna rokok elektrik. Angka ini kemudian meningkat menjadi 3% pada tahun 2021. Kemunculan dan peningkatan penggunaan rokok elektrik saat ini lebih dipasarkan sebagai alat bantu untuk berhenti merokok (Sreeramareddy & Kuan, 2024). Selain peningkatan pengguna rokok, GATS juga mencatat adanya peningkatan keinginan berhenti merokok. GATS 2021 menjabarkan bahwa terdapat 63,4% orang yang memiliki keinginan untuk berhenti merokok dan terdapat 43,8% orang yang berupaya untuk berhenti merokok.

Rokok adalah tembakau dalam bentuk cerutu atau bentuk lainnya yang mengandung nikotin dan tar, dengan atau tanpa bahan tambahan lainnya. (Pratama, 2020). Merokok merupakan salah satu faktor risiko dari beberapa penyakit kronis yang dapat menyebabkan kematian (Alamsyah et al., 2023). Berdasarkan data GATS yang telah dipaparkan, Nampak bahwa kebiasaan merokok di Indonesia masih sangat tinggi dan mengkhawatirkan. Hal ini tentu menjadi masalah bagi kesehatan Masyarakat di Indonesia. Pada tahun 2021, WHO menyatakan bahwa tembakau menyebabkan 8 juta kematian setiap tahunnya. Pada artikel ini, WHO menjabarkan bahwa ada lebih dari 100 alasan untuk berhenti merokok. Diantaranya bahwa merokok dapat menyebabkan berbagai penyakit mulai dari penyakit pernafasan hingga penyakit pada gigi dan mulut. Selain itu, merokok juga dapat mempengaruhi kesehatan orang-orang disekitar perokok. Terdapat lebih dari 1 juta orang meninggal setiap tahun akibat paparan asap rokok dari orang lain.

Saat ini, paparan media tidak dapat lagi dipungkiri. Paparan media dapat menjadi alat yang baik untuk kampanye berhenti merokok. Diketahui berdasarkan kerucut yang digambarkan oleh Edgar Dale, 20% materi akan diingat melalui metode audio, 30% materi akan diingat melalui media visual, dan 50% akan diingat melalui metode audiovisual (Dale, 1969). Sudah banyak pihak yang menggunakan kampanye berbasis media baik melalui program pemerintah, media massa, hingga kampanye oleh petugas kesehatan untuk mempublikasikan bahaya merokok (Kodir et al., 2021)

Regressi logistik merupakan metode yang digunakan untuk memodelkan suatu kejadian dengan variabel respon yang memiliki dua atau lebih kategori (Tripena et al., 2023). Analisis regresi logistik merupakan suatu analisis yang dapat menjelaskan korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sembiring, 2023). Regressi logistik terbagi menjadi tiga jenis utama, yaitu regressi logistik biner, regressi logistik multinomial, dan regressi logistik ordinal. Regressi logistik biner digunakan ketika variabel respon hanya memiliki dua kategori (dikotomis). Sementara itu, regressi logistik multinomial digunakan jika variabel respon memiliki lebih dari dua kategori yang bersifat nominal atau tidak berurutan (polikotomis). Adapun regressi logistik ordinal diterapkan ketika variabel respon terdiri atas beberapa kategori yang memiliki urutan atau tingkatan tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh beberapa jenis paparan media terhadap upaya berhenti merokok pada perokok dewasa. Media yang dianalisis mencakup koran, televisi, radio, baliho, internet, dan peringatan pada bungkus rokok. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi media mana yang paling efektif dalam mendorong perilaku berhenti

merokok. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penyusunan strategi komunikasi kesehatan yang lebih tepat sasaran.

METODE

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian non-reaktif untuk penelitian data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang telah tersedia tanpa keterlibatan peneliti dalam pengumpulan data. Melalui pendekatan ini, subjek tidak mengetahui bahwa data mereka akan dianalisis untuk kepentingan penelitian. Data yang digunakan bersumber dari GATS tahun 2021. GATS merupakan survei internasional yang dikembangkan oleh *World Health Organization* (WHO) dan *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC) untuk memantau epidemi tembakau secara global. Survei ini melibatkan individu berusia 15 tahun keatas dan dilakukan dengan representatif pada tingkat nasional dengan menggunakan teknik *Stratified Multistage Sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh responden GATS 2021 yang memiliki usia 15 tahun ke atas dan memiliki riwayat sebagai perokok. Dari populasi tersebut, peneliti memilih subjek yang memiliki data lengkap pada variabel yang diteliti, khususnya variabel percobaan berhenti merokok dan variabel paparan media. Setelah proses penyaringan, diperoleh 1.369 subjek valid memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik biner untuk mengetahui pengaruh paparan berbagai jenis media terhadap kemungkinan seorang perokok mencoba berhenti merokok dalam 12 bulan terakhir. Model ini digunakan karena variabel dependen bersifat dikotomis. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk odds ratio (OR), nilai p, dan interval kepercayaan 95% (CI) untuk menilai signifikansi dan kekuatan hubungan antarvariabel. Analisis dilakukan dengan perangkat lunak statistik R Studio. Uji signifikansi statistik akan ditetapkan pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah satu variabel respons yaitu percobaan berhenti merokok dalam 12 bulan terakhir, dan enam variabel prediktor yang merupakan paparan media dari koran, televisi, radio, billboard, internet, dan kemasan rokok.

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Variabel	Deskripsi	Kategori
1	Y	Percobaan berhenti merokok dalam 12 bulan terakhir	0 = Ya 1 = Tidak
2	x_1	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di koran	0 = Ya 1 = Tidak
3	x_2	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di televisi	0 = Ya 1 = Tidak
4	x_3	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di radio	0 = Ya 1 = Tidak
5	x_4	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di billboard	0 = Ya 1 = Tidak
6	x_5	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di internet	0 = Ya 1 = Tidak
7	x_6	Dalam 30 hari terakhir, apakah melihat informasi mengenai bahaya rokok yang mampu memotivasi untuk berhenti merokok di kemasan rokok	0 = Ya 1 = Tidak

HASIL

Analisis regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh berbagai jenis media terhadap perilaku berhenti merokok dalam 12 bulan terakhir berdasarkan data *Global Adult Tobacco Survey* (GATS). Model ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara paparan

terhadap enam jenis media, yaitu koran, televisi, radio, baliho, internet, dan peringatan pada bungkus rokok dengan kemungkinan seorang perokok berusaha berhenti dalam satu tahun terakhir. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari enam variabel prediktor yang dianalisis, hanya terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap kemungkinan berhenti merokok, yaitu paparan kampanye melalui internet dan peringatan pada bungkus rokok.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Logistik

Variabel	Hasil			
	Estimate	OR(exp)	95% CI OR	P-Value
Intercept	-0.71671	0.49	0.29-0.81	0.0056
x_1	0.05622	1.06	0.74-1.51	0.755
x_2	0.14059	1.15	0.90-1.47	0.260
x_3	0.19883	1.22	0.74-2.00	0.431
x_4	0.19598	1.22	0.93-1.59	0.155
x_5	0.7104	2.03	1.52-1.59	2.06e-06
x_6	0.4951	1.64	1.52-2.73	0.00030

Secara spesifik, paparan media melalui internet memberikan pengaruh paling kuat terhadap perilaku berhenti merokok. Responden yang melaporkan pernah melihat atau mendengar informasi tentang berhenti merokok melalui internet memiliki peluang 2,03 kali lebih besar untuk berhenti merokok dibandingkan dengan mereka yang tidak terpapar informasi serupa ($OR = 2,03$; 95% CI = 1,52–2,73; $p < 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa internet sebagai media baru memiliki potensi besar dalam mendukung kampanye perubahan perilaku, karena sifatnya yang interaktif, aksesibel, dan memungkinkan penyebaran informasi secara luas dalam waktu singkat.

Selain itu, variabel peringatan pada bungkus rokok juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Responden yang memperhatikan peringatan kesehatan pada kemasan rokok, baik dalam bentuk gambar maupun teks, memiliki kemungkinan 1,64 kali lebih besar untuk berhenti merokok dibandingkan dengan responden yang tidak memperhatikannya ($OR = 1,64$; 95% CI = 1,26–2,15; $p < 0,001$). Hal ini mengindikasikan bahwa peringatan bergambar pada bungkus rokok dapat menjadi alat komunikasi kesehatan yang efektif karena langsung menyasar konsumen pada saat penggunaan produk, menciptakan dampak emosional dan kognitif yang dapat memicu keinginan untuk berhenti merokok.

PEMBAHASAN

Rokok merupakan silinder kertas dengan variasi panjang antara 70 hingga 120 mm yang berisikan daun tembakau yang telah dipecah (Nugroho et al., 2023). Rokok menjadi produk tembakau yang paling umum dikonsumsi di seluruh dunia. Rokok tersusun atas berbagai bahan berbahaya yang dapat merubah atau merusak struktur organ manusia. Pembakaran rokok dapat menghasilkan ribuan zat kimia, dan di antaranya terdapat senyawa toksik dan karsinogenik. Beberapa kandungan utama dalam rokok seperti nikotin, karbon monoksida, dan arsenik merupakan zat-zat berbahaya yang telah terbukti dapat merusak sistem organ tubuh (Nopianto & Yuliani, 2022). Nikotin bersifat adiktif dan menyebabkan ketergantungan, sementara karbon monoksida dapat mengganggu pengangkutan oksigen dalam darah, dan arsenik dikenal sebagai zat yang berisiko tinggi menyebabkan kanker. Akumulasi paparan zat-zat berbahaya ini dalam jangka panjang berkontribusi terhadap berbagai penyakit kronis seperti penyakit jantung, stroke, dan kanker paru-paru,. Kondisi ini menjadikan merokok sebagai salah satu penyebab utama kematian yang dapat dicegah. Diprediksi pada tahun 2030, angka kematian akibat rokok di dunia akan menyentuh angka 10 juta jiwa dengan 70% di antaranya berasal dari negara

berkembang (Nugroho et al., 2023). Media memiliki peranan penting dalam pelaksanaan kampanye kesehatan, salah satunya kampanye berhenti merokok. Cakupan media tidak lagi hanya sekadar koran dan televisi, saat ini kampanye kesehatan sudah menggunakan media lain seperti internet dan baliho. Dalam perjalannya, kampanye anti rokok menerapkan berbagai strategi kreatif untuk menarik perhatian audiens (Ramadona et al., 2023). Dalam aplikasinya, penggunaan media dalam kampanye anti rokok perlu memperhatikan berbagai hal seperti penyampaian informasi yang jelas dan bagaimana mengemas informasi dengan menarik agar mampu menarik audiens. Pemggunaan media, terutama media online dinilai mampu meningkatkan kesadaran serta memengaruhi perilaku berhenti merokok (Ramadona et al., 2023).

Hasil uji yang dilakukan menunjukkan terdapat signifikansi pada penggunaan internet dalam penyebaran media kampanye anti rokok. Hasil menunjukkan ($OR = 2,03$; 95% CI = 1,52–2,73; $p < 0,001$) artinya responden yang pernah melihat atau mendengar informasi tentang berhenti merokok melalui internet memiliki peluang 2,03 kali lebih besar untuk berhenti merokok dibandingkan dengan mereka yang tidak terpapar informasi serupa. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurmidin, 2024) dimana kampanye anti-rokok melalui media online terbukti efektif terhadap peningkatan kesadaran serta memiliki pengaruh dalam perilaku berhenti merokok. Pada penelitian ini disampaikan bahwa penggunaan elemen visual yang menarik dan keterlibatan komunitas di media sosial dapat memperkuat dampak dari kampanye.

Hasil uji yang dilakukan pada variabel media kampanye anti rokok pada bungkus rokok menunjukkan hasil ($OR = 1,64$; 95% CI = 1,26–2,15; $p < 0,001$). Dimana angka ini menunjukkan bahwa peringatan bergambar pada bungkus rokok dapat menjadi alat komunikasi kesehatan yang efektif karena langsung menyasar konsumen pada saat penggunaan produk. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Somantri, 2020) dimana terdapat hubungan antara persepsi dengan gambar peringatan kesehatan pada bungkus rokok. Pada penelitian ini disebutkan bahwa peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok bisa mencegah orang untuk merokok, terutama bagi yang pertama kali ingin mencoba merokok. Adanya gambar menyeramkan pada bungkus rokok mampu menimbulkan rasa ingin tahu seseorang tentang bagaimana hal tersebut bisa terjadi (Somantri, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “analisis pengaruh paparan media terhadap kejadian berhenti merokok pada perokok dewasa: studi berdasarkan data gats indonesia 2021” dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara paparan media melalui internet dan kemasan rokok pada kampanye anti rokok. Dari hasil yang didapatkan, nampak kampanye anti rokok melalui internet dapat memengaruhi seseorang untuk berhenti merokok hingga sebesar 2,03 kali dan kampanye anti rokok melalui peringatan kesehatan pada kemasan rokok mampu memengaruhi seseorang untuk berhenti merokok hingga 1,64 kali. Dengan adanya penelitian diharapkan mampu menjadi bahan kajian dalam pembentukan media untuk kampanye anti rokok.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan terimakasih atas dukungan, inspirasi dan bantuan kepada semua pihak dalam membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini, termasuk pada peserta yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Safitri, R. A., Purba, C. V. G., Najihan, B., Pratiwi, G. S., Handayani, A. F., & Sofiya, S. (2023). Penyuluhan Bahaya Merokok Dan Dampak Merokok Bagi Kesehatan Di MTS Annajah Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v7i2.5371>
- Dale, E. (1969). *Audiovisual methods in teaching*. <https://eric.ed.gov/?id=ED043234>
- Indonesia, W. H. O. C. O. for. (2023). *Global Adult Tobacco Survey (GATS) Indonesia Report 2021*. World Health Organization. Country Office for Indonesia. <https://iris.who.int/handle/10665/378343>
- Kodir, K., Yoga, A., & Saputri, P. (2021). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Dengan Media Audio Visual Terhadap Motivasi Berhenti Merokok Pada Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat SisthanA*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.55606/pkmsisthana.v3i2.7>
- Nurmidin, M. F. (2024). Kampanye Anti-Rokok di Media Online: Tinjauan Literatur. *Jurnal Lentera Sehat Indonesia*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.57207/vnwkny90>
- Pratama, U. (2020). Bahaya Merokok pada remaja di Gampong Bak Buloh Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Abdimas Unaya*, 1(2), Article 2.
- Ramadona, A., Mellen, R. C., Najiyati, I., Farahdilla, Z. A., & Padmawati, R. S. (2023). Analisis Konten Rokok di Situs Web Berbagi Video YouTube: User Engagement Analysis. *Jurnal Kesehatan Komunitas (Journal of Community Health)*, 9(3), 567–576.
- Sembiring, P. (2023). Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota Di Pulau Nias. *FARABI: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 6(1), 25–31.
- Somantri, U. W. (2020). Hubungan tingkat pengetahuan, jenis kelamin dan persepsi gambar kemasan rokok dengan perilaku merokok. *Jurnal Kesehatan*, 11(1), 69–76.
- Sreeramareddy, C. T., & Kuan, L. P. (2024). *Smoking Cessation and Utilization of Cessation Assistance in 13 low- and middle-income countries—Changes between Two Survey Rounds of Global Adult Tobacco Surveys, 2009–2021*. *Journal of Epidemiology and Global Health*, 14(3), 1257–1267. <https://doi.org/10.1007/s44197-024-00283-9>
- Tripena, A., Lianawati, Y., & Setyawan, A. A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Rumah Tangga Di Desa Kotayasa Melalui Pendekatan Regresi Logistik Biner. *Electro Luceat*, 9(2), 43–58. <https://doi.org/10.32531/jelekn.v9i2.708>