

AFFORDABILITY TO PAY ROKOK DI KALANGAN REMAJA USIA 15-18 TAHUN

(Studi Kasus : Kota Yogyakarta)

Lia Dwi Handayani

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183
Email : ldewi919@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis affordability to pay rokok di kalangan remaja usia 15-18 tahun. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berupa kuisisioner dan wawancara kepada remaja atau pelajar usia 15-18 tahun di Kota Yogyakarta serta data sekunder berupa hasil kuisisioner yang digunakan untuk menguji hipotesis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok. Pengambilan sampel dengan metode accidental sampling dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 sampel. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap afordabilitas membeli rokok di kalangan remaja khususnya usia 15-18 tahun. Diketahui bahwa besar nilai R square (R^2) sebesar 57,5% dimana pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok memiliki pengaruh terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja.

Kata Kunci : affordability to pay, perokok remaja, akses, kemampuan, pengetahuan.

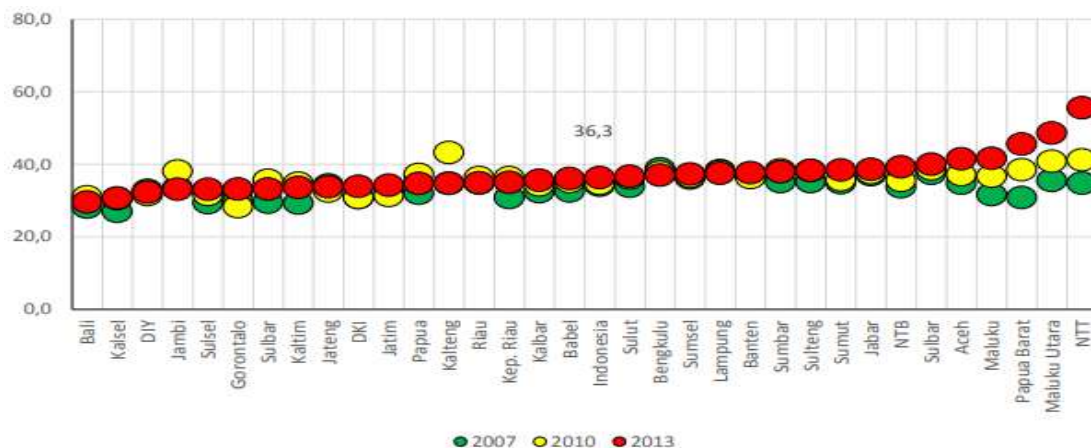
ABSTRAK

This study aims to analyze affordability to pay cigarettes among adolescents aged 15-18 years. This research is a qualitative and quantitative descriptive study. The type of data used is primary data in the form of questionnaires and interviews with adolescents or students aged 15-18 years in the city of Yogyakarta and secondary data in the form of questionnaires used to test hypotheses. The variables used in this study are the opinions, knowledge, social factors, cigarette purchases, family factors and cigarette advertisements. Sampling using accidental sampling method using Slovin formula, so that 100 samples are obtained. Based on the results of the study, the results showed that the variables of knowledge, social factors, purchasing cigarettes, family factors and cigarette advertising had a positive and significant effect. Opinion variables had a negative influence and were not significant in this study. It is known that the value of R square (R^2) is 57.5% where knowledge, social factors, purchasing cigarettes, family factors and cigarette advertising have an influence on affordability to pay cigarettes among adolescents.

Keywords : affordability to pay, teen smokers, access, ability, knowledge.

PENDAHULUAN

Perilaku merokok saat ini merupakan kebiasaan yang sangat wajar dipandang oleh masyarakat Indonesia. Perilaku merokok tidak pernah surut dan tampaknya merupakan perilaku yang masih dapat ditolerir oleh masyarakat bahkan sampai saat ini perilaku merokok masih menjadi permasalahan negara yang belum dapat teratasi. Remaja dengan perilaku merokok saat ini dianggap sebagai perilaku yang wajar di masyarakat, tingkat penyebaran perokok saat ini paling tinggi juga terjadi pada anak usia remaja. Perilaku merokok adalah gaya hidup yang merugikan kesehatan diri sendiri dan orang lain (Durkin dan Helmi, 2010). Menurut data Global Youth Tobacco Survey (GATS) 2011 menunjukkan prevalensi perokok usia 15 tahun ke atas sangat tinggi, antara lain perokok laki-laki (67,4%) dan wanita (2,7%), sedangkan menurut data World Health Organization (WHO), pada tahun 2012 persentase prevalensi perokok pria yaitu, 67% jauh lebih besar daripada perokok wanita yaitu 2,7%. Diantara para perokok tersebut terdapat 56,7% pria dan 1,8% wanita merokok setiap hari (Pusat Promkes Kemkes RI, 2013). Di Indonesia prevalensi perokok remaja terus meningkat dari tahun ke tahun sebagai berikut:

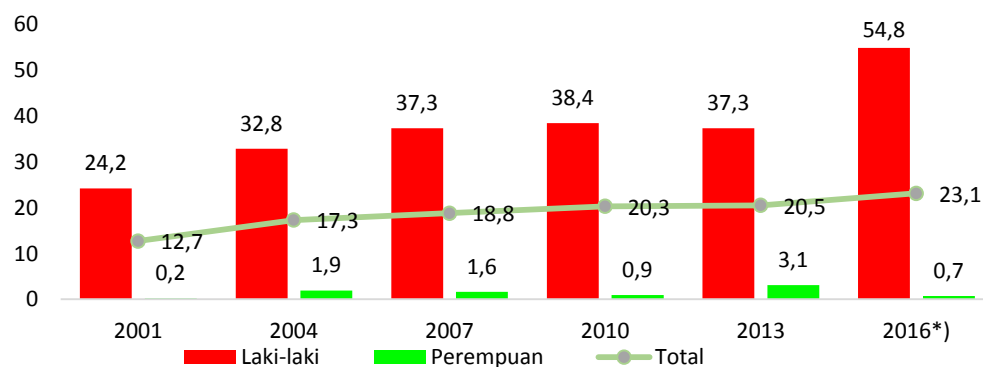


Sumber : Riskesdas 2013

Gambar 1

Grafik Kecenderungan proporsi penduduk umur ≥ 15 tahun yang mempunyai perilaku menghisap dan mengunyah tembakau menurut provinsi 2007, 2010 dan 2013

Menurut hasil Riskesdas pada tahun 2007, perokok pada usia remaja sebesar 34,2%, dan hasil Riskesdas pada 2010 naik menjadi 34,7% sedangkan hasil riskesdas terakhir ini naik menjadi sebesar 36,2% (Riskesdas Kemkes, 2013). Berdasarkan Riskesdas 2013 proporsi perokok tertinggi terjadi di Provinsi Nusa Tenggara Timur sebesar 55,6%. Data jumlah perokok di Provinsi Sulawesi Selatan sebesar 31,6% dari total jumlah penduduk. Data jumlah perokok di Kota Makassar yaitu 22,1% atau ±287.300 orang dengan rata-rata konsumsi 10,6 batang/hari atau sekitar 3 juta batang rokok mengepul di udara tiap hari di kota metropolitan. Prevalensi Konsumsi Rokok di Indonesia menurut Riskesdas dan Sirkenas selama beberapa tahun menunjukkan bahwa Prevalensi melambat di tahun 2016 secara umum, namun perokok remaja meningkat.



Sumber : Riskesdas dan Sirkenas (2001-2016)

Gambar 2

Grafik Persentase Perokok Remaja Indonesia Usia 15-19 tahun, Tahun 2001- 2016

Menurut hasil data pada grafik, jumlah perokok remaja tiap tahun semakin meningkat. Dari tahun 2001 sebesar 12,7% menjadi 23,1% di tahun 2016. Namun untuk remaja Perempuan terjadi fluktuasi, dari tahun 2001 sebesar 0.2%. Pada tahun 2013 sebesar 3.1%, lalu turun pada tahun 2016 menjadi 0.7%. Untuk remaja Laki-laki, pada tahun 2001 sebesar 24,2% terus naik sampai tahun 2010 sebesar 38,4% lalu turun menjadi 37,3% di tahun 2013. Dan akhirnya naik cukup signifikan di tahun 2016 menjadi 54,8%.

Berdasarkan hasil penelitian Agus dan Nopianto (2017) di dapatkan hasil bahwa proporsi siswa laki-laki yang berperilaku merokok di SMK Negeri 5 Pekanbaru tahun 2016 adalah 57,8%. Siswa laki-laki kelas X dan XI yang memiliki pengetahuan rendah tentang rokok berisiko 7 kali berperilaku merokok dibandingkan siswa laki-laki kelas X dan XI yang memiliki pengetahuan tinggi tentang rokok. Siswa laki-laki kelas X dan XI yang tertarik iklan rokok berisiko 4,9 kali berperilaku merokok dibandingkan siswa laki-laki kelas X dan XI yang tidak tertarik iklan rokok. Adapun determinan (faktor-faktor yang berhubungan) dengan perilaku merokok adalah pengetahuan tentang rokok, sikap terhadap rokok, kegiatan ekstrakurikuler di sekolah dan iklan rokok.

Menurut Melda (2017) berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi remaja untuk merokok. Faktor kepribadian merupakan salah satu hal yang dapat menyebabkan remaja merokok karena dilatarbelakangi oleh rasa ingin tahu yang besar akan rasa rokok yang membuat rokok itu terasa nikmat. Faktor lingkungan teman sebaya atau teman sepermainan dapat mempengaruhi remaja merokok karena adanya ajakan dan pengaruh yang sangat kuat dalam mendorong munculnya perilaku merokok terhadap remaja yang tidak merokok. Terakhir faktor media iklan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi remaja merokok karena dari media iklan baik media massa seperti media cetak, media elektronik dan media sosial mampu memberikan informasi mengenai iklan-iklan rokok yang mampu mendorong remaja dalam aktivitas merokok.

Di negara berkembang Affordability of Cigarette menjadi suatu masalah. Menurut Corné dan Evan, (2008) pembuatan kebijakan harus lebih fokus pada keterjangkauan rokok dan lebih sedikit pada harga rill dalam isolasi pendapatan. Kebijakan berbasis harga mungkin tidak cukup untuk mengurangi keterjangkauan rokok di negara-negara yang tumbuh cepat. Kebijakan berbasis keterjangkauan harus disesuaikan sehingga rokok menjadi kurang

terjangkau, lebih umum dan mungkin lebih bermanfaat sebagai target pengendalian tembakau, terutama di negara-negara yang berkembang pesat.

Analisis keterjangkauan sangat penting bagi Indonesia, karena pemerintah telah mempercepat langkah-langkah pengendalian tembakau, terutama dengan menaikkan pajak cukai rokok negara sebanyak enam kali antara tahun 2011 dan 2017. Keterjangkauan adalah kunci untuk memahami keberhasilan dan kekurangan langkah-langkah ini, dan untuk mengasah strategi masa depan yang dapat membangun momentum yang dicapai Zheng, Marquez, Ahsan, Wang, dan Hu (2018) menulis tentang *Cigarette Affordability in Indonesia: 2002-2017*. Kemajuan baru-baru ini telah dibuat untuk mulai mengurangi keterjangkauan tembakau di Indonesia. Epidemi tembakau Indonesia terus mengancam masa depan negara. Rokok di Indonesia masih terlalu murah. Untuk mendapatkan manfaat penuh dari pengurangan biaya, sistem cukai tembakau Indonesia harus disederhanakan. Memahami ketidakkonsistenan ini memberikan peluang untuk menangani faktor non-harga.

Pada umumnya di Provinsi DI Yogyakarta prevalensi tertinggi (39,3%) penduduk pertama kali merokok atau mengunyah tembakau adalah pada umur remaja 15 – 19 tahun. Sebagian besar penduduk di semua kabupaten/kota di DI Yogyakarta pertama kali merokok/mengunyah tembakau pada umur tersebut (15 – 19 tahun) dan tertinggi di kota Yogyakarta (48,5%) (Risksdas DIY 2017).

Sebuah penelitian mengemukakan bahwa satu dari dua perokok yang merokok pada usia remaja dan terus merokok seumur hidup, akhirnya akan meninggal karena penyakit yang berkaitan dengan rokok. Para perokok yang terus merokok dalam jangka waktu panjang akan menghadapi kemungkinan kematian tiga kali lebih tinggi daripada mereka yang bukan perokok (Nasution, 2007). Merokok merupakan masalah yang belum dapat terselesaikan hingga saat ini. Diberlakukannya kebijakan dan peraturan yang tegas terhadap rokok ini

seharusnya membuat perilaku merokok di kalangan remaja semakin berkurang, namun kenyataannya tidak demikian dan cenderung sebaliknya. Kenyataannya pada hasil Riskesdas terakhir membuktikan angka semakin tinggi penggunaan rokok. Merokok sudah melanda berbagai kalangan masyarakat di Indonesia, dari anak-anak sampai orang tua, laki-laki maupun perempuan (Pusat Promkes Kemkes RI, 2013).

Alasan merokok pada remaja sangat beragam. Namun, menurut Global Youth Tobacco Survey (GYTS) 2014 ada beberapa hal yang menyebabkan remaja merokok seperti :

1. Merokok karena ada anggota keluarga yang merokok
2. Dapat membeli rokok dengan mudah di toko atau warung
3. Melihat iklan rokok yang menarik
4. Harga rokok yang sangat murah

Berbagai efek negatif yang diakibatkan oleh rokok ini secara langsung dan tidak langsung sudah terbukti dapat mengganggu perkembangan dan pertumbuhan remaja. Hal ini disadari oleh pemerintah, sehingga semakin meningkatkan usaha yang dilakukan pemerintah untuk mencegah peredaran rokok pada remaja. Salah satu usaha terhadap pembatasan rokok di kalangan remaja tercantum dalam sasaran Riskesdas 2010, yaitu menurunnya prevalensi perokok serta meningkatnya lingkungan sehat bebas rokok di sekolah, tempat kerja dan tempat umum (Depkes, 2010). Selain tercantum dalam sasaran Resdikdas saat ini sudah banyak pemerintah daerah yang mulai merintis peraturan daerah mengenai Kawasan Tanpa Rokok (KTR) di wilayahnya, salah satunya adalah pemerintah kota Yogyakarta. Diberlakukannya kebijakan dan peraturan yang tegas terhadap rokok ini seharusnya membuat perilaku merokok di kalangan remaja, dalam hal ini adalah siswa SMP dan SMA semakin berkurang, namun dalam kenyataannya tidak demikian dan cenderung sebaliknya.

Kenyataannya di lapangan masih banyak siswa yang merokok di luar maupun di lingkungan sekolah yang masih menggunakan seragam.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan diatas, maka secara garis besar peneliti mendapatkan beberapa hal yang mempengaruhi *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Hal yang pertama adalah faktor apa saja yang mempengaruhi *affordability to pay* rokok di kalangan remaja, karena belum ada cara menghitung *affordability to pay* secara tepat, maka kita harus mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Hal kedua adalah opini remaja terhadap merokok. Hal ini penting karena kita bisa mendapatkan cara pandang mereka terhadap rokok. Hal selanjutnya ialah pengetahuan remaja terhadap perilaku merokok, apakah mereka sudah memiliki cukup pengetahuan tentang bahaya merokok. Hal yang keempat adalah faktor sosial. Faktor ini cukup krusial karena setiap remaja pasti memiliki lingkungan teman, dan mereka selalu ingin masuk di lingkungan tersebut. Merokok merupakan salah satu caranya. Hal yang kelima adalah pembelian rokok. Akses mudah, sangat mudah merupakan alasan yang paling sering dijumpai. Kurangnya regulasi mengenai hal tersebutlah penyebabnya. Hal selanjutnya ialah faktor keluarga para remaja perokok. Keluarga merupakan hal penting dalam kehidupan seorang remaja, karena mereka ada disana untuk meniru semua aktifitas orang tua maupun saudara-saudara dekat mereka. Hal terakhir adalah iklan rokok. Merupakan hal yang sangat krusial dan mempengaruhi perokok, karena mereka menanamkan bahwa merokok itu keren dan dewasa.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel opini, variabel pengetahuan, variabel faktor sosial, variabel pembelian rokok, variabel faktor keluarga dan variabel iklan rokok terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Peneliti menjadikan kota remaja di kota Yogyakarta sebagai obyek penelitian karena mayoritas remajanya merupakan perokok pertama umur 15-18 tahun.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuesioner dan wawancara. Obyek penelitian ini adalah Kota Yogyakarta. Subyek penelitian ini adalah remaja usia 15-18 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* atau peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja atau pelajar SMA di Kota Yogyakarta yang berjenis kelamin laki-laki dan mengkonsumsi rokok. Menurut data, jumlah remaja atau pelajar SMA laki-laki di Kota Yogyakarta ada 10.086 orang (Kependudukan Jogja, 2018). Untuk menentukan sample menggunakan rumus Solvin. Berdasarkan jumlah populasi remaja laki-laki di kota Yogyakarta, maka diperoleh jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden oleh peneliti yang dihitung menggunakan metode Solvin dengan tingkat signifikansi 90% adalah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti merupakan informasi yang akurat (Basuki dan Prawoto, 2016).

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, didapatkan data bahwa nilai korelasi antar variabel dengan nilai totalnya lebih dari 0,25 atau diatas

0,05 sehingga seluruh butir pertanyaan variabel pada kuesioner dapat dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas. Melalui uji reliabilitas ini, instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila digunakan untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Uji reliabilitas ini menggunakan Alpha Cronbach sebagai tolok ukurnya.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas ini, nilai Alpha Cronbach setiap variabel diatas 0,70. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tidak menimbulkan anti ganda dan data yang dihasilkan konsisten, sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat ini memiliki reliabilitas tinggi (Basuki dan Prawoto, 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Terdapat banyak cara pengujian yang dapat dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan fungsi distributif kumulatif dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Model dapat dikatakan berdistribusi normal ketika K hitung $<$ K tabel atau nilai signifikansi $>$ nilai alpha (Suliyanto, 2011). Berdasarkan hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini, nilai signifikansinya adalah 0,855 atau lebih besar dari 0,05. Dari hasil uji normalitas tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah pengambilan sampel sudah dilakukan pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke residual satu pengamatan yang lainnya (Basuki dan Prawoto, 2016). Model penelitian ini dikatakan tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas ketika nilai signifikansinya lebih besar dari nilai α . Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi variabel opini adalah sebesar 0,082, nilai signifikansi variabel pengetahuan sebesar 0,182, nilai signifikansi variabel faktor sosial ialah 0,197, nilai signifikansi variabel pembelian rokok adalah sebesar 0,157, nilai signifikansi variabel faktor keluarga sebesar 0,119, dan nilai signifikansi variabel iklan rokok adalah sebesar 0,202. Berdasarkan nilai signifikansi hasil uji heteroskedastisitas tersebut, dapat dikatakan bahwa model tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansinya lebih besar dari pada α (0,05).

c. Uji Multikolinieritas

Fungsi uji multikolinieritas adalah digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Keberadaan penyakit multikolinieritas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil dari regresi penelitian itu sendiri, sehingga parameter yang dihasilkan tidak efektif sehingga menimbulkan kesalahan. Dalam model penelitian ini, peneliti akan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi ini dapat dikatakan bebas dari penyakit multikolinieritas ketika nilai VIF kurang dari 10 dan dikuatkan dengan nilai Tolerance lebih dari 0,01 (Suliyanto, 2011).

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapatkan data bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi memiliki nilai Tolerance diatas 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok bebas dari penyakit multikolinearitas.

4. Uji Hipotesis dan Analisis Data

a. Uji-F (Simultan)

Uji hipotesis secara simultan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja usia 15-18 tahun dengan melihat nilai F-hitungnya.

Tabel 1
Hasil Uji Hipotesis secara Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	11.900	6	1.983	23.337	.000
Residual	7.904	93	.085		
Total	19.804	99			

Sumber : Hasil data SPSS, diolah

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi dari variabel bebas adalah 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok terhadap secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel *affordability to pay*.

b. Uji-t (Parsial)

Uji hipotesis secara parsial ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga

dan iklan rokok terhadap variabel *affordability to pay*. Berdasarkan hasil uji-t dengan menggunakan SPSS, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis secara Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients	T	Significance
Opini	-.016	-.109	-1.526	.130
Pengetahuan	.016	.185	2.209	.030
Sosial	.016	.189	2.024	.046
Pembelian Rokok	.019	.169	2.028	.045
Faktor Keluarga	.022	.222	3.064	.003
Iklan Rokok	.021	.311	3.281	.001

Sumber : Hasil data SPSS, diolah

Berdasarkan hasil uji-t diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok berpengaruh signifikan terhadap *affordability to pay*. Namun, variabel opini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *affordability to pay*. Selanjutnya dapat pula diketahui hasil persamaan regresi linier berganda dari model penelitian yang diuji sebagai berikut :

$$Y = -0,109 X_1 + 0,185 X_2 + 0,189 X_3 + 0,0169 X_4 + 0,222 X_5 + 0,311 X_6$$

$$ATP = -0,109 \text{ Opini} + 0,185 \text{ Pengetahuan} + 0,189 \text{ Faktor Sosial} + 0,0169 \text{ Pembelian Rokok} + 0,222 \text{ Faktor Keluarga} + 0,311 \text{ Iklan Rokok}$$

Adapun hipotesis yang digunakan adalah :

1) Opini

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial Variabel opini memiliki nilai signifikansinya 0,130 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah -0,016. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak mempengaruhi afordabilitas membeli rokok di

kalangan remaja sebesar 0,016, sehingga H1 ditolak dan H0 diterima. Ketika opini remaja semakin tinggi mengenai rokok, maka afordabilitas remaja membeli rokok akan menurun. ketika opini naik sebesar 1000 satuan, maka afordabilitas membeli rokok di kalangan remaja akan turun sebesar 16 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel opini tidak berpengaruh signifikan dan variabel opini berpengaruh negatif terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja.

2) Pengetahuan

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial Variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansinya sebesar 0.030 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,016. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan dan mempengaruhi afordabilitas membeli rokok sebesar 0,016, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan ketika semakin tinggi pengetahuan remaja mengenai afordabilitas membeli rokok maka akan semakin tinggi pula afordabilitas remaja untuk membeli rokok. Artinya, jika pengetahuan naik sebesar 1000 satuan, maka afordabilitas remaja membeli rokok akan naik sebesar 16 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

3) Faktor Sosial

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial faktor sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,046 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,016. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap afordabilitas membeli rokok sebesar 0,016, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi faktor sosial remaja maka akan semakin tinggi pula afordabilitas remaja untuk membeli rokok. Artinya jika faktor sosial naik sebesar 1000 satuan, maka keterjangkaun remaja membeli rokok akan naik sebesar 16 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sosial mempengaruhi affordability to pay rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

4) Pembelian Rokok

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial Variabel pembelian rokok memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,045 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,019. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pembelian rokok berpengaruh secara positif dan signifikan mempengaruhi afordabilitas membeli rokok remaja sebesar 0,019, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Ketika semakin tinggi pembelian rokok

responden maka akan semakin tinggi pula afordabilitas remaja untuk membeli rokok. Artinya jika uang saku naik sebesar 1000 satuan, maka afordabilitas remaja membeli rokok akan naik sebesar 19 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uang saku berpengaruh terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

5) Faktor Keluarga

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial Variabel faktor keluarga memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,003 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,022. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keluarga berpengaruh secara signifikan dan mempengaruhi afordabilitas membeli rokok remaja sebesar 0,022, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi faktor keluarga terhadap responden maka akan semakin tinggi pula remaja untuk membeli rokok. Artinya jika faktor keluarga naik sebesar 1000 satuan, maka afordabilitas remaja membeli rokok akan naik sebesar 22 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor keluarga berpengaruh terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

6) Iklan Rokok

H0: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial Variabel iklan rokok memiliki nilai signifikansinya sebesar 0,001 dan nilai Unstandardized Coefficients B adalah 0,021. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan rokok berpengaruh secara signifikan terhadap keterjangkauan membeli rokok, dan variabel iklan rokok mempengaruhi afordabilitas remaja membeli rokok dikalangan remaja sebesar 0,021, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi faktor iklan rokok terhadap responden maka akan semakin tinggi pula afordabilitas remaja untuk membeli rokok. Artinya jika faktor iklan rokok naik sebesar 1000 satuan, maka remaja membeli rokok akan naik sebesar 21 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan rokok berpengaruh terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

c. Uji R-square (Koefisien Determinasi)

Pengujian R-square atau biasa disebut koefisien determinasi yang mana digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel independen yaitu meliputi variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok terhadap variabel dependen yaitu *affordability to pay* rokok di kalangan remaja usia 15-18 tahun.

Tabel 3
Hasil Uji R-square (Koefisien Determinasi)

R	R Square	Adjusted R Square
0.775	0.601	0.575

Sumber : Hasil data SPSS, diolah

Berdasarkan hasil pengujian R-square atau koefisien determinasi di atas, karena model pengujian ini merupakan regresi linier berganda, maka dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,868. Dengan nilai Adjusted R Square 0,575, artinya variabel independen (variabel opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok) dapat menjelaskan variabel dependen (*affordability to pay* rokok di kalangan remaja usia 15-18 tahun) sebesar 57,5 persen, sedangkan 42,5 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat didalam model.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh opini, pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja usia 15-18 tahun. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Opini

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dinyatakan opini memiliki pengaruh signifikan. Sedangkan secara parsial memiliki nilai sig sebesar $0,130 > 0,05$ ini berarti variabel opini tidak memiliki pengaruh signifikan dan berpengaruh negatif terhadap keterjangkaun membeli rokok dikalangan remaja. Hasil ini tidak sesuai hipotesis yang menyatakan bahwa opini berpengaruh signifikan terhadap *Affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Dapat disimpulkan opini sendiri merupakan pendapat maupun perspektif responden mengenai perilaku rokok dimana menurut para responden rokok merupakan budaya masyarakat saat ini dan menurut mereka bahwa pabrik rokok membantu perekonomian negara karna pajaknya yang besar, secara tidak langsung

dengan mereka membeli rokok mereka akan membantu perekonomian negara, berdasarkan hasil tidak berpengaruh terhadap affordability to pay rokok di kalangan remaja di kota Yogyakarta.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Guindo, Tobin, Yach (2002), kenaikan harga produk tembakau memang akan mengurangi konsumsi sementara, tetapi juga meningkatkan pendapatan pemerintah. Mengurangi konsumsi tembakau tidak hanya akan mengurangi beban penyakit global, tetapi juga, diantaranya, meningkatkan kesejahteraan individu di sekitar kita (kesehatan). Oleh karena itu, implikasi kebijakan yang melekat dalam penetapan harga produk tembakau mengambil peran penting.

2. Pengetahuan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan membeli rokok di kalangan remaja. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Affordability to pay rokok di kalangan remaja. Hasil penelitian ini sejalan dengan Agus dan Nopianto (2017), siswa laki-laki yang memiliki pengetahuan rendah tentang rokok berisiko lebih besar berperilaku merokok dibandingkan siswa laki-laki yang memiliki pengetahuan tinggi tentang rokok.

Pengetahuan ini merupakan pengetahuan responden mengenai rokok baik bahaya maupun media promosinya. Selain itu, hasil dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mereka mengenai rokok tidak membuat mereka takut untuk mengkonsumsi rokok.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor eksternal yang dapat dipengaruhi berbagai hal seperti teman, lingkungan dan peran status seseorang. Hasil penelitian ini faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Affordability to pay rokok di kalangan remaja, sesuai dengan hipotesis. Menurut responden dengan merokok mereka akan merasa menjadi lebih dewasa, keren dan berkarakter dilingkungan mereka bergaul. Hasil penelitian ini sejalan dengan Dian dan Alvin (2000), perilaku merokok remaja dan lingkungan teman sebaya merupakan prediktor yang cukup baik terhadap perilaku merokok remaja. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rizky (2017) dan Melda (2017) bahwa Faktor lingkungan teman sebaya atau teman sepermainan dapat mempengaruhi remaja merokok karena adanya ajakan dan pengaruh yang sangat kuat dalam mendorong munculnya perilaku merokok terhadap remaja yang tidak merokok.

4. Pembelian Rokok

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan membeli rokok dikalangan remaja. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa faktor pembelian rokok berpengaruh signifikan terhadap Affordability to pay rokok di kalangan remaja. Dalam penelitian ini sebagian besar responden menggunakan uang saku untuk membeli rokok dengan mengingat bahwa responden dalam penelitian ini remaja laki-laki usia 15-18 tahun masih berstatus sebagai pelajar dan belum mempunyai penghasilan sendiri jadi mereka membagi uang saku untuk membeli rokok dan makanan atau keperluan lainnya, walaupun ada beberapa responden yang mengaku di beri jatah rokok oleh orang tuanya saat peneliti wawancara. Bahkan ada beberapa responden mengaku merelakan mengabaikan konsumsi atau makan

serta keperluan sekolah, yang penting mereka bisa merokok hal itu membuktikan bahwa pembelian rokok dengan uang saku berpengaruh signifikan sesuai dengan hasil penelitian.

5. Faktor Keluarga

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keluarga berpengaruh positif signifikan, sesuai dengan hipotesis bahwa faktor keluarga berpengaruh signifikan terhadap Affordability to pay rokok di kalangan remaja. Menurut para responden keluarga yang merokok akan mempengaruhi keinginan mereka untuk mencoba rokok dan menganggap merokok merupakan hal yang wajar atau biasa dilakukan dan tidak berbahaya (dalam jangka pendek) sehingga cenderung mengikuti perilaku merokok dari orang tua. Penelitian ini sejalan dengan Rizky (2017), perilaku merokok remaja disebabkan dari adanya pengaruh dari orang tua, karena dalam hal ini orang tua merupakan aktor yang secara tidak langsung mengenalkan rokok kepada remaja ketika masih kecil. Secara tidak sadar remaja yang setiap harinya berada di lingkungan keluarga akan terstimulus dengan perilaku merokok orang tua. Pernyataan ini juga didukung oleh Dian dan Alvin (2000) bahwa faktor lingkungan yaitu lingkungan keluarga memberikan sumbangan yang berarti dalam perilaku merokok remaja.

6. Iklan Rokok

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor iklan rokok berpengaruh positif signifikan. Hal ini sesuai dengan hipotesis menyatakan bahwa iklan rokok berpengaruh signifikan terhadap Affordability to pay rokok di kalangan remaja sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini berpengaruh signifikan sesuai dengan hipotesis. Faktor iklan memang berpengaruh terhadap ketertarikan remaja untuk mencobanya seperti slogan yang

terdapat pada iklan serta merk terkenal yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Agus dan Nopianto (2017), Siswa laki-laki yang tertarik iklan rokok beresiko lebih besar berperilaku merokok dibandingkan siswa laki-laki yang tidak tertarik iklan rokok. Melda (2017), membenarkan hal ini bahwa iklan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi remaja merokok karena dari media iklan baik media massa seperti media cetak, media elektronik dan media sosial mampu memberikan informasi mengenai iklan-iklan rokok yang mampu mendorong remaja dalam aktivitas merokok.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *affordability to pay* rokok remaja di kota Yogyakarta yaitu variabel pengetahuan, faktor sosial, pembelian rokok, faktor keluarga dan iklan rokok berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan.
2. Variabel opini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Opini (pendapat) tentang diri mereka, isu-isu sosial dan produk. Opini remaja terhadap rokok seperti meningkatkan kepercayaan diri dan menurut responden pabrik rokok membantu perekonomian negara karena pajak rokok yang besar. Dalam struktur masyarakat, perilaku merokok yang dilakukan oleh remaja bukan lagi hal yang dianggap aneh, melainkan suatu kewajaran.
3. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Minim atau kurangnya pengetahuan remaja mengenai rokok baik bahaya maupun media promosinya dan edukasi mengenai rokok sehingga belum memikirkan akibat/ dampak

terhadap diri sendiri, orang lain maupun lingkungan dan bahkan cenderung mengabaikannya. Pengetahuan remaja terhadap rokok tidak membuat remaja takut untuk mengonsumsi rokok, pertimbangan emosional lebih dominan dibandingkan dengan pertimbangan rasional bagi perokok.

4. Variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Faktor lingkungan, teman sebaya atau teman sepermainan dapat mempengaruhi remaja merokok karena adanya pengaruh yang kuat dalam mendorong munculnya perilaku merokok terhadap remaja. Akses mendapatkan rokok dalam faktor sosial sangat terjangkau dimana remaja saling berbagi rokok bahkan biasanya patungan untuk membeli rokok.
5. Variabel pembelian rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Dapat dilihat dimana saat ini rokok sangat mudah didapatkan karena di setiap supermarket, toko kelontong bahkan warung pinggir jalan pasti menyediakan rokok tanpa menerapkan regulasi yang ada. Rokok di negara berkembang khususnya Indonesia dapat dikatakan harganya masih sangat murah dan sangat terjangkau karena dapat dibeli secara eceran menggunakan uang saku mereka yang terbatas.
6. Variabel faktor keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Perilaku merokok disebabkan dari adanya pengaruh dari orang tua, karena secara tidak langsung orang tua merupakan aktor yang mengenalkan rokok kepada remaja ketika masih kecil sebelum faktor lingkungan. Karena itu remaja akan terstimulus dengan perilaku orang tuanya dan menganggap rokok adalah hal yang wajar dan tidak berbahaya. Sedangkan afordabilitas mendapatkan rokok dalam keluarga lebih

mudah karena beberapa remaja diberi jatah rokok dari orang tuanya maupun berbagi rokok dengan keluarganya.

7. Variabel iklan rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affordability to pay* rokok di kalangan remaja. Media iklan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi remaja merokok karena dari media iklan baik media massa, media cetak, media elektronik maupun media sosial mampu memberikan informasi mengenai iklan-iklan rokok, bahwa jika merokok itu menimbulkan rasa percaya diri, “*passion*” remaja. Sehingga, mampu mendorong remaja dalam aktivitas merokok, serta memberitahukan bahwa rokok mudah didapatkan dengan harga terjangkau sehingga remaja tidak ragu untuk membelinya dengan berbagai jenis rokok yang ditawarkan.

B. Saran

1. Untuk konsumen rokok khususnya para remaja mengingat akan dampak yang dihasilkan oleh rokok diharapkan untuk mengurangi konsumsi rokok, karena selain membahayakan diri sendiri rokok juga membahayakan orang lain serta lingkungan disekitar kita.
2. Bagi pemerintah khususnya kota Yogyakarta diharapkan penelitian ini dijadikan acuan untuk menilai atau menentukan kebijakan yang telah ada untuk menjadikannya lebih tepat dan ketat yang mampu untuk mengurangi konsumen rokok khususnya pada remaja maupun pelajar yang ada di Yogyakarta maupun diaplikasikan ke peraturan pemerintah pusat.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa melakukan penelitian lebih dalam dan luas mengenai permasalahan rokok remaja yang masih belum teratasi sampai saat ini. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel

yang lain yang bisa mempengaruhi kemampuan membeli rokok di kalangan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Nopianto. 2017. *Determinan Perilaku Merokok pada Remaja*. STIKes Hang Tuah. Pekanbaru.
- Alamsyah, R.M. 2009. *Faktor-faktor yang mempengaruhi kebiasaan merokok dan hubungannya dengan status penyakit periodontal remaja kota medan*. Universitas Sumatra Utara.
- Amstrong. 2007. *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan*. Arean. Jakarta.
- Anggraeni, Nenny. 2011. *Pengaruh kemampuan dan motivasi terhadap kinerja pegawai pada sekolah tinggi seni indonesia (STSI) Bandung*. Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Bandung.
- Basuki, A. T., Prawoto, Nano. 2016. *Analisis Regresi Linear Berganda*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. 2007. *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2007*. Jakarta.
- Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. 2010. *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2010*. Jakarta.
- Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. 2013. *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013*. Jakarta.
- Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2017. *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2017*. Yogyakarta.
- Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan RI. *Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat 2014*. Jakarta.
- Badan Pusat Stastistik. 2016. *Survei Sosial Ekonomi Nasional 2016*. Jakarta.
- Casassus, Juan. 2009. *Fundamentals of Emotional Education*. Brasillia
- Departemen Kesehatan RI. 2010. *Riset Kesehatan Dasar 2010*. Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI. 2011. *Lindungi Generasai Muda dari Bahaya Rokok*. <http://deokes.go.id/indeks.php/berita/press-release/1528-lindungi-generasi-muda-dari-bahaya-merokok.html> diakses tanggal 1 desember 2018.
- Dian, Alvin. 2000. *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok pada Remaja*. Universitas Gajah Mada.
- Fajar Juliansyah. *Perilaku Merokok Pada remaja*. 2010. Universitas Pendidikan Indonesia
- Global Adult Tobacco Survey (GATS) Indonesia Report 2011.
- Global Youth Tobacco Survey (GYTS) Indonesia Report 2014.
- Guindo, Tobin, Yach. 2002. *Trends and affordability of cigarette prices: ample room for tax increases and related health gains*

- KependudukanJogjaprov. "Jumlah Remaja Laki-Laki Kota Yogyakarta". <https://kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=11&jenisdat a=penduduk&berdasarkan=jumlahpenduduk&prop=34&kab=71&kec> diakses tanggal 10 Februari 2019.
- Levinthal, Daniel A. 1990. *Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation*
- Melda. 2017. *Faktor-Faktor Penyebab Remaja Merokok (Studi Kasus Remaja Laki-Laki Di Kelurahan Karang Asam Ulu Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda)*. Universitas Mulawarman.
- Monks. 2008. *Pengantar Psikologi Perkembangan*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nasution R. 2003. *Teknik Sampling*. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Universitas Sumatera Utara.
- Nasution, I.K. 2007. *Perilaku Merokok pada Remaja*. Universitas Sumatra utara. Medan.
- Notoatmodjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka cipta. Jakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka cipta. Jakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka cipta. Jakarta.
- Nenk. 2009. *Rokok dan Kesehatan (online)*. [http://www.lenterabiru.com/2009/10/ rokok-kesehatan-kanker-paru-penyakit-sesak.html](http://www.lenterabiru.com/2009/10/rokok-kesehatan-kanker-paru-penyakit-sesak.html) diakses tanggal 1 Desember 2018
- Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. 2013. *Dampak Merokok Terhadap Kesehatan Remaja / Smoking go Kills* diakses dari Promkes.depkes.go.id tanggal 1 Desember 2018.
- Ribot and Peluso. 2003. *A Theory of Access*. Journal Of Rural Sociology. Rural Sociological Society.
- Rizky. 2017. *Perilaku Merokok sebagai Identitas Sosial Remaja dalam Pergaulan*. Universitas Airlanga.
- Rochayati Siti Ati, Hidayat Eyet. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Remaja di Sekolah Menengah Kejuruan Kabupaten Kuningan*. Jurnal keperawatan Soedirman, volume 10, No. 1 Maret 2015. Cirebon.
- Setiawan, N. 2007. *Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Solvin dan Tabel Krejcie-Morgan : Telaah konsep dan Aplikasinya*. Fakultas Peternakan, Universitas Padjajaran.
- Survei Indikator Kesehatan Nasional (Sirkesnas) 2016.
- Walbeek *et al.*, 2008. *An Analysis of Cigarette Affordability*. University of Cape Town. South Africa
- Zheng *et al.*, 2018. *Cigarette Affordability in Indonesia: 2002-2017*. World Bank. Washington DC.