

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Remaja

a. Definisi Remaja

Remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, yang meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa. Perubahan perkembangan tersebut meliputi aspek fisik, psikis dan psikososial. Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Remaja merupakan masa perubahan atau peralihan dari anak-anak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial. Masa remaja merupakan masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Masa ini dimulai sekitar pada usia 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 21 tahun.

Menurut Monks (2008) masa remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa, Fase remaja tersebut mencerminkan cara berfikir remaja masih dalam koridor berpikir konkret, kondisi ini disebabkan pada masa ini terjadi suatu proses pendewasaan pada diri remaja masa ini

berlangsung antara umur 12 sampai 21 tahun, dengan pembagian sebagai berikut:

- 1) Masa remaja awal (*Early adolescent*) umur 12-15 tahun.
- 2) Masa remaja pertengahan (*middle adolescent*) umur 15-18 tahun
- 3) Remaja terakhir umur (*late adolescent*) 18-21 tahun.

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas bahwa masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dan dalam prosesnya terjadi perkembangan kematangan fisik, psikis dan sosial serta bertambahnya tuntutan masyarakat. Pada penelitian ini, masa remaja ditunjukkan pada masa remaja pertengahan yaitu umur 15-18 Tahun.

b. Tahap-Tahap Perkembangan dan Batasan Remaja

Menurut Monks (2008), berdasarkan proses penyesuaian diri menuju kedewasaan, ada 3 tahap perkembangan remaja yaitu :

- 1) Remaja awal (*Early adolescent*) umur 12-15 tahun

Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan yang menyertai perubahan-perubahan itu, mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis,

dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis ia sudah akan berfantasi erotik.

- 2) Masa remaja pertengahan (*middle adolescent*) umur 15-18 tahun

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan, remaja akan senang kalau banyak teman yang mengakuinya. Ada kecenderungan mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang sama dengan dirinya, selain itu ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu memilih yang mana peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimistis, idealitas atau materialis, dan sebagainya.

- 3) Remaja terakhir umur (*late adolescent*) 18-21 tahun.

Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal yaitu:

- a) Minat makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b) Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang lain dalam pengalaman-pengalaman baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d) Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.

e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum.

c. Perubahan Sosial pada Masa Remaja

Salah satu tugas perkembangan masa remaja yang tersulit adalah yang berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis dalam hubungan yang sebelumnya belum pernah ada dan harus menyesuaikan diri dengan orang dewasa diluar lingkungan keluarga dan sekolah. Remaja lebih banyak menghabiskan waktunya bersama dengan teman-teman sebaya, maka pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan anggota kelompok yang populer, maka kesempatan untuk diterima menjadi anggota kelompok lebih besar (Hurlock, 1999 dalam Nasution, 2007). Kelompok sosial yang paling sering terjadi pada masa remaja adalah (Hurlock, 1999 dalam Nasution, 2007):

a) Teman Dekat

Remaja biasanya mempunyai dua atau tiga orang teman dekat, atau sahabat karib. Mereka terdiri dari jenis kelamin yang sama, mempunyai minat dan kemampuan

yang sama. Teman dekat saling mempengaruhi satu sama lain.

b) Kelompok Kecil

Kelompok ini terdiri dari kelompok teman-teman dekat. Pada mulanya, terdiri dari jenis kelamin yang sama, tetapi kemudian meliputi kedua jenis kelamin.

c) Kelompok Besar

Kelompok ini terdiri dari beberapa kelompok kecil dan kelompok teman dekat, berkembang dengan meningkatnya minat pesta dan berkencan. Kelompok ini besar sehingga penyesuaian minat berkurang di antara anggota-anggotanya. Terdapat jarak sosial yang lebih besar di antara mereka.

d) Kelompok yang Terorganisasi

Kelompok ini adalah kelompok yang dibina oleh orang dewasa, dibentuk oleh sekolah dan organisasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial para remaja yang tidak mempunyai klik atau kelompok besar.

e) Kelompok Geng

Remaja yang tidak termasuk kelompok atau kelompok besar dan merasa tidak puas dengan kelompok yang terorganisasi akan mengikuti kelompok geng. Anggotanya biasanya terdiri dari anak-anak sejenis dan

minat utama mereka adalah untuk menghadapi penolakan teman-teman melalui perilaku anti sosial

2. Affordability To Pay

a. Definisi Afordabilitas (*Affordability*)

Affordability adalah sejauh mana sesuatu terjangkau, yang diukur dengan biayanya relatif terhadap jumlah yang mampu dibayar oleh pembeli. Arti lain *Affordability* adalah ukuran kemampuan finansial untuk membayar infrastruktur, layanan, barang dan konten teknologi. Afordabilitas (*Affordability*) menurut Sheth, J. N. dan Sisodia, R. S. (2012:15) adalah sejauh mana pelanggan di pasar sasaran secara ekonomi dan psikologis bersedia membayar harga produk (moneter maupun non-moneter). Afordabilitas memiliki dua dimensi, yaitu :

1) Afordabilitas ekonomi

Kemampuan untuk membayar, yang ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, waktu dan upaya yang diperlukan, aset, pembiayaan, cocok dalam anggaran.

2) Afordabilitas psikologis

Kesediaan untuk membayar, yang ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti nilai yang dirasakan untuk uang, keadilan yang dirasakan, harga relatif terhadap alternatif. Afordabilitas mengacu pada sejauh mana sesuatu

perangkat, produk, atau layanan yang terjangkau, yang diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah yang pembeli mampu membayar. Afordabilitas digeser dari harga menjadi biaya, tujuan. Seperti yang disarankan oleh teori dasar penawaran dan permintaan, dengan menjatuhkan harga, permintaan konsumen untuk membeli produk atau jasa menjadi lebih dan lebih kuat (Casassus, 2009). Oleh karena itu perusahaan wajib menawarkan harga kepada pelanggan, yang dapat terjangkau bagi mereka. Dengan kata sederhana, perusahaan harus mempertimbangkan anggaran konsumen dan berapa banyak mereka bisa menghabiskan pada produk tertentu atau jasa. Mengingat praktisi pemasaran, pengaruh afordabilitas terhadap keputusan pembelian konsumen adalah kepentingan yang signifikan.

b. Akses

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Akses adalah jalan masuk. Menurut Ribot dan Peluso (2003), akses adalah kemampuan untuk mendapatkan manfaat dari suatu atau hak untuk memperoleh suatu kekuasaan. Akses adalah hak untuk memasuki, memakai, dan memanfaatkan kawasan atau zona-zona tertentu (Schlager dan Ostrom, 1992).

Laporan Global Youth Tobacco Survey (GYTS) 2014, persentase perokok berusia 15 tahun ke atas terus naik setiap tahun. Penelitian GYTS terhadap 5.986 remaja, khususnya pelajar di Indonesia dengan rentang umur 13 hingga 15 tahun menunjukkan, dari 19,4 persen remaja laki-laki dan perempuan adalah perokok aktif. Sebanyak 35,3 persen perokok tembakau adalah remaja laki-laki, sedangkan remaja perempuan hanya 3,4 persen. Sebanyak 35,6 persen remaja perokok mengisap satu batang rokok per hari. Sementara, hanya 0,5 persen remaja yang mengaku merokok lebih dari 20 batang per hari. Lalu, sebanyak 43,2 persen remaja pertama kali merokok saat masih berumur 12 hingga 13 tahun. Jumlah ini lebih banyak dari mereka yang mencoba merokok pada usia 10 hingga 11 tahun dengan persentase mencapai 25,6 persen.

Hal ini banyak disebabkan karena mudahnya akses untuk mendapatkan rokok. Rokok di Indonesia dapat di jual bebas dimana saja tanpa adanya regulasi khusus. Dan harga rokok di Indonesia lebih murah di bandingkan di negara tetangga seperti di Singapura yang perbungkus rokoknya adalah 100 ribu sedangkan di Indonesia 15 ribu perbungkus. Ditambah remaja dapat dengan mudahnya membeli rokok di warung tradisional dengan cara eceran. Harga rokok eceran ini berkisar 1000-2000 rupiah, harga ini masih terjangkau untuk uang saku harian.

Prasojo dan Martina (2004), membeli di warung merupakan akses yang paling sering dipergunakan. Terdapat hampir sebanyak dua juta warung tradisional yang ada di Indonesia dan hampir seluruhnya menjual rokok. Berikut merupakan faktor lain yang membuat remaja merokok.

1) Lama Merokok

Lama merokok dapat dikatakan sebagai kebiasaan maupun termasuk dalam kategori perilaku merokok, menurut Kemenkes dikatakan sebagai perokok apabila seseorang sudah merokok selama 6 bulan. Perilaku merokok disebut sebagai suatu kebiasaan atau ketagihan, tetapi dewasa ini merokok disebut sebagai *tobacco dependency* sendiri dapat didefinisikan sebagai perilaku penggunaan tembakau yang menetap, biasanya lebih dari setengah bungkus rokok per hari, dengan adanya tambahan distres yang disebabkan oleh kebutuhan akan tembakau secara berulang-ulang (Ogawa dalam Triyanti, 2006). Menurut Komalasari & Helmi (2000) perilaku merokok dapat juga didefinisikan sebagai aktivitas subjek yang berhubungan dengan perilaku merokoknya, yang diukur melalui intensitas merokok, waktu merokok, dan fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari.

2) Harga Rokok Tertinggi

Harga rokok tertinggi adalah nilai rokok tertinggi yang di jual produsen untuk konsumen. Harga rokok perbungkus di Indonesia dipegang oleh merek Davidoff dengan harga 120 ribu. Namun, masih banyak sekali merek rokok dengan harga yang murah perbungkusnya. Bahkan, di lapangan untuk merek Sukun di ecer hanya 500 rupiah perbatangnya.

Untuk mengurangi konsumsi rokok dikalangan remaja, maka harga rokok harus di naikan. Dengan cara menaikkan cukai rokok hingga 70% sesuai standar WHO sehingga harga menjadi mahal dan anak-anak makin sulit membelinya. Riset di berbagai negara menunjukkan menaikkan cukai rokok adalah salah satu instrumen yang efektif untuk menurunkan konsumsi rokok di kalangan remaja.

3) Selera

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), selera adalah nafsu (kemauan untuk berbuat sesuatu) atau keinginan untuk melakukan sesuatu, seperti merokok. Selera konsumen adalah tingkat keinginan konsumen akan sesuatu barang atau Karya. Selera Konsumen bisa

dikatakan bersifat subjektif karena Selera konsumen tergantung pada pelaku konsumen.

c. Kemampuan

Kemampuan seorang individu untuk terus menjalankan usaha dalam menjalani berbagai macam tugas hingga berhasil yang bisa dikerjakan oleh seseorang. Keseluruhan kemampuan individual personil pada hakikatnya dibentuk oleh sifat-sifat dan kemampuan-kemampuan yang dikemukakan oleh J. Winardi dalam Nenny (2007:319).

Sumber daya manusia yang memiliki kemampuan tinggi di dalam masa remaja secara universal adalah memiliki kemampuan mengelola konsumsi dan uang saku untuk bergaul dan berhubungan dengan temannya. Kemampuan yang dimiliki seseorang akan akan berbeda tiap individunya.

1) Uang Saku Bulanan

Remaja yang sudah kecanduan rokok berpotensi lebih besar menggunakan uang saku mereka untuk membeli rokok Agus dan Nopianto (2017). Uang Saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu; uang jajan (Departemen Pendidikan Nasional, 2008:1513). Uang Jajan adalah uang diberikan (disediakan) untuk dibelanjakan sewaktu-waktu (biasanya untuk anak-anak yang belum punya penghasilan dan jumlah tidak terlalu

besar (Departemen Pendidikan Nasional, 2008:1512). Menurut Green (1980) Uang saku merupakan faktor pemungkin (*Enabling Factor*), yaitu memungkinkan remaja atau responden untuk membeli rokok dan selanjutnya melakukan praktik merokok. Uang saku bisa diberikan tiap hari maupun tiap bulan.

d. Opini

Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial yang menimbulkan pendapat berbeda-beda. Jika diartikan secara ringkas, opini berarti pendapat. Dalam ilmu psikologi, opini adalah ekspresi sikap. Dengan demikian opini merupakan sebuah aktualisasi. Jadi sikap masih berada dalam diri orang dan belum dimunculkan, sedangkan opini sudah lebih dari itu, dimunculkan dan jika dibuktikan akan dapat diindera oleh manusia (ekspresi). Seseorang yang sedang mengeluarkan sebuah opini bisa dilihat dari komunikasi verbal dan nonverbalnya. Lain halnya dengan sikap. Diam adalah sikap. Tetapi diam tidak bisa diindera secara utuh dan masih ada dalam diri seseorang (Nurudin dalam Aghata 2018). Dalam penelitian ini akan membahas opini remaja mengenai merokok.

e. Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (*overt behavior*). Dari pengalaman penelitian tertulis bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan (Notoadmojo, 2003).

Agus dan Nopianto (2017), remaja yang memiliki pengetahuan rendah tentang rokok berisiko 7 kali berperilaku merokok dibandingkan remaja yang memiliki pengetahuan tinggi tentang rokok.

f. Faktor Sosial

Di lingkungan sekitar dan lingkungan keluarga mereka juga terdapat orang-orang yang merokok. Kebiasaan merupakan salah satu motif remaja menjadi perokok, dimana remaja tersebut menjadikan perilaku merokok sebagai sebuah perilaku yang harus tetap dilakukan tanpa adanya motif yang bersifat negatif ataupun positif. Remaja tersebut merokok hanya untuk

meneruskan perilakunya tanpa tujuan tertentu. Selain itu remaja melakukan perilaku merokok ditujukan untuk mengikuti kebiasaan kelompoknya dan biasa terjadi pada masa remaja, identifikasi perokok lain, dan menentukan image diri (Levinthal, 1990).

g. Pembelian Rokok

Pembelian mengacu pada bisnis atau organisasi yang berusaha memperoleh barang atau jasa untuk mencapai tujuannya. Meskipun ada beberapa organisasi yang berusaha menetapkan standar dalam proses pembelian, proses dapat sangat bervariasi antara organisasi. Biasanya kata "pembelian" tidak digunakan secara bergantian dengan kata "pengadaan", karena pengadaan biasanya mencakup pengiriman, kualitas pemasok, dan transportasi dan logistik selain pembelian.

Mengenai fungsi pembelian, yaitu: *“The role of purchasing function is to make materials and parts of the right quality, and quantity available for use by operations at the right time and at the right place.”* Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa peran fungsi pembelian adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat (Galloway dalam khitob 2014).

Remaja yang uang sakunya berpeluang untuk melakukan pembelian rokok berisiko lebih besar memiliki kebiasaan merokok dibandingkan remaja yang uang sakunya tidak berpeluang untuk bisa melakukan pembelian rokok (Yulviana, 2015).

h. Faktor Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan yang sangat berpengaruh bagi perkembangan anak. Selain sebagai tempat tinggal, lingkungan ini juga bertanggung jawab pada penanaman nilai dan norma serta pembentukan perilaku pada anak. Orang tua sebagai pemimpin dalam lingkungan keluarga memiliki andil yang cukup besar dalam proses tersebut. Orang tua harus memberikan contoh, informasi serta pengarahan yang baik agar remaja mampu membuat pilihan dan keputusan yang baik serta terhindar dari perilaku yang negatif seperti perilaku merokok (King, 2013).

i. Iklan Rokok

Iklan-iklan Rokok memiliki dampak yang besar di dalam masyarakat, yang membuat Imaji tersendiri tentang Rokok. Imaji-imaji tersebut sangat berkaitan dengan Maskulinitas, yang merangsang pemikiran seseorang dan cara pandangnya dari Rokok sebagai Hal yang berbahaya menjadi Rokok sebagai tanda Maskulinitas. Menurut Juniarti (1991 dalam Poltekkes

Depkes Jakarta I, 2012) media iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamour, membuat remaja sering kali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti yang ada di dalam iklan rokok tersebut.

3. Perilaku Merokok

a. Definisi Perilaku Merokok

Kata merokok berasal dari suku kata yaitu rokok, rokok adalah silinder dari kertas dengan ukuran bermacam-macam (bervariasi tergantung Negara) yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya.

Merokok merupakan kegiatan menghisap gulungan tembakau yang berbalut daun nipah atau kertas yang dibakar ke dalam tubuh dan menghembuskannya kembali keluar. Merokok merupakan kegiatan yang menyebabkan efek kenyamanan. Rokok memiliki antidepressant yang menimbulkan efek kenyamanan pada efek pada perokok, walaupun perilaku merokok merupakan perilaku yang membahayakan kesehatan karena terdapat 4000 racun dalam sebatang rokok (Roschayati, 2015).

b. Tahapan Perilaku Merokok

Perilaku merokok tidak terjadi secara kebetulan, karena ada tahap yang dilalui seseorang perokok sebelum ia menjadi perokok reguler yaitu Seorang yang telah menganggap rokok telah menjadi bagian dari hidupnya. Menurut Leventhal dan Cleary dalam Fajar Juliansyah (2010) ada 4 tahap dalam perilaku merokok sehingga menjadi perokok, yaitu:

1) Tahap *prepratory*

Tahap ini remaja mendapatkan model yang menyenangkan dari lingkungan dan media. Remaja yang mendapatkan gambaran yang menyenangkan mengenai merokok dengan cara mendengar, melihat, atau dari hasil bacaan yang menimbulkan minat untuk merokok. *Life model* remaja yaitu:

- a) Teman sebaya yang paling utama menjadi *life model*, remaja akan menularkan perilaku merokok dengan cara menawari teman-teman remaja lain tentang kenikmatan merokok, atau solidaritas kelompok. Dari teman sebaya ini kemudian remaja yang belum merokok menginterpretasi bahwa dengan merokok dia akan mendapatkan kenyamanan, dan atau dapat diterima oleh kelompok, dari hasil interpretasi tersebut

kemungkinan remaja membentuk dan memperkokoh *anticipatory belief* yaitu *belief* yang mendasari bahwa remaja membutuhkan pengakuan teman sebaya.

- b) Orang tua, orang tua yang merokok kemungkinan berdampak besar pada pembentukan perilaku merokok pada remaja. Hal tersebut membuat *permission belief* remaja. Interpretasi remaja yang mungkin terbentuk adalah bahwasanya merokok tidak berbahaya, tidak melanggar peraturan norma. Hasil dari interpretasi tersebut memungkinkan terbentuknya *permission belief system*.
- c) Model lain yang sangat berpengaruh juga adalah peran media massa.

2) Tahap *Initiation*

Tahap perintisan merokok yaitu tahap seseorang meneruskan untuk Tetap mencoba-coba merokok, setelah terbentuk interpretasiinpretasi tentang model yang ada, kemudian remaja mengevaluasi hasil interpretasi tersebut melalui persaan dan perilaku.

3) Tahap *Becoming Smoker*

Tahap *Becoming Smoker* merupakan tahap dimana seseorang telah mengkonsunsi rokok sebanyak empat

batang perhari. Hal ini didukung dengan adanya kepuasan psikologis dari dalam diri, dan terdapat reinforcement positif dari teman sebaya. Untuk memperkuat perilaku merokok paling tidak ada kepuasan psikologis tertentu yang diperoleh ketika remaja merokok, dijelaskan oleh Brigham dan Helmi (2013) sebagai akibat atau efek yang diperoleh dari merokok berupa keyakinan dan perasaan yang menyenangkan. Hal ini memberikan gambaran bahwa perilaku merokok bagi remaja dianggap bisa memberikan kenikmatan yang menyenangkan. Selain mendapatkan kepuasan psikologis, reinforcement positif dari teman sebaya juga merupakan faktor yang menentukan remaja untuk merokok karena lingkungan teman sebaya mempunyai arti yang penting bagi remaja untuk bisa diterima. Menurut Brigham dan Helmi (2013) remaja tidak ingin dirinya disebut banci atau pengecut dan merokok dianggap sebagai simbolisasi kejantanan, kekuasaan dan kedewasaan. Bisa jadi simbol kedewasaan kejantanan dan kekuasaan merupakan hasil evaluasi proses kognisi atas interpretasi remaja terhadap orang tua yang bertindak sebagai life-model merokok yang kemudian dievaluasi melalui perasaan dan tindakan yaitu

dengan merokok akan terlihat jantan, dewasa, dan berkuasa tentunya akan sangat membanggakan.

4) Tahap *Maintenance Of Smoking*

Pada tahap ini merokok sudah menjadi salah satu bagian dari cara pengaturan diri (*self-regulating*). Merokok dilakukan untuk memperoleh efek fisiologis yang menyenangkan, pada tahap ini individu telah betul-betul merasakan kenikmatan dari merokok sehingga merokok sudah dilakukan sesering mungkin untuk mengeliminasi kecemasan, menghindari kecemasan juga sebagai upaya untuk relaksasi menghilangkan kelelahan, rasa tidak enak ketika makan ketika bekerja, ketika lelah berpikir, bahkan ketika merasa terpojokan. Tahap ini terjadi setelah keyakinan ini terbentuk yaitu keyakinan dengan merokok mendapat pengakuan dari teman sebaya (*anticipatory beliefs*), serta keyakinan bahwa merokok bukan merupakan suatu pelanggaran norma (*permissions beliefs*). Selain itu perilaku permisif orang tua tentang bagaimana menyikapi remaja yang merokok dapat berpengaruh pada perilaku merokok remaja, jika saja orang tua mau bersikap tegas maka perilaku merokok pada tahap *maintenance of smoking* ini dapat ditekan atau diminimalisir (Rochayai, 2015).

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok pada Remaja

Sejumlah studi menyebutkan sebagian besar perilaku merokok dimulai di usia remaja. Data Riskesdas 2013 menunjukkan bagaimana pola merokok yang ada di Indonesia, dimana rata-rata umur mulai merokok secara nasional adalah pada anak usia remaja dengan persentase penduduk yang mulai merokok tiap hari terbanyak pada umur 15-19 tahun (Depkes, 2013).

Lawrence Gren dalam Ade sulistawan (2012) mencoba menganalisis perilaku manusia dari tingkat kesehatan. Kesehatan seseorang atau masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*behavior causes*) dan faktor luar lingkungan (*nonbehavior causes*). Selanjutnya perilaku itu sendiri ditentukan atau terbentuk dari tiga faktor yaitu:

1) Faktor-faktor predisposisi (*predisposing factors*)

Faktor-faktor predisposisi merupakan faktor internal yang ada pada diri individu, keluarga, kelompok, atau masyarakat yang mempermudah individu, untuk berperilaku yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, tindakan, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai, dan sebagainya. Berikut ini adalah definisi dari faktor pengetahuan, sikap dan tindakan serta alasan psikologis

yang dapat mempengaruhi perilaku merokok menurut Notoatmodjo (2007):

a) Pengetahuan

Pengetahuan sangat berpengaruh karena pengetahuan menentukan sikap dan tindakan remaja terhadap perilaku merokok orang-orang yang ada disekitarnya. Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya. Secara garis besar pengetahuan dibagi menjadi enam tingkat (Notoatmodjo, 2007), yaitu:

- (1) Tahu (*know*) yang diartikan seseorang itu hanya menggunakan teori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu.
- (2) Memahami (*Comprehension*) diartikan sebagai sesuatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasi materi tersebut yang benar.
- (3) Aplikasi (*Aplication*) yang diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.

- (4) Analisis (*analysis*) adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih dalam suatu struktur organisasi tersebut, dan masih ada kaitannya satu sama lain.
- (5) Sintesis (*Synthesis*) menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.
- (6) Evaluasi (*Evaluation*) berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau terhadap suatu materi atau objek.

b) Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Menurut Notoatmodjo (2007), sikap terdiri dari beberapa tingkatan yaitu:

- (1) Menerima (*Receiving*) diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek).
- (2) Merespon (*Responding*) adalah memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan dan

menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap.

(3) Menghargai (*Valuing*), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.

(4) Bertanggung jawab (*Responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah merupakan sikap yang paling tinggi.

c) Tindakan (*Practice*)

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan nyata (*overt behavior*). Untuk terwujudnya sikap menjadi perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain adalah fasilitas. Adapun tingkat praktik / tindakan yaitu:

(1) Persepsi (*Perception*) yaitu mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil.

(2) Respon terpimpin (*Guided Respons*) yaitu dapat melakukan sesuatu sesuai dengan urutan yang benar sesuai dengan contoh.

- (3) Mekanisme (*Mechanism*) menunjukkan apabila seseorang telah dapat melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis ataupun sesuatu itu sudah menjadi kebiasaan.
- (4) Adaptasi (*Adaptation*) yaitu merupakan suatu praktik atau tindakan yang sudah berkembang dengan baik. Artinya tindakan itu sudah dimodifikasinya sendiri tanpa mengurangi tindakan tersebut (Notoatmodjo, 2007).

d) Faktor Alasan Psikologis

Terdapat beberapa faktor lain yang menjadi penyebab kenapa remaja ingin merokok yaitu:

(1) Merasa kesulitan dalam pelajaran

Remaja berpendapat merokok dapat bermakna untuk meningkatkan konsentrasi saat mendapatkan kesulitan dalam belajar, dan menghalau rasa kantuk, sehingga kebiasaan merokok dapat menyebabkan ketergantungan perokok sehingga sulit untuk dia hindari (Alamsyah, 2009).

(2) Ingin terlihat keren

Faktor keinginan terlihat keren terjadi karena mereka ingin menjadi dewasa, remaja

berpendapat merokok sebagai suatu tanda kebebasan dan perilaku merokok tidak salah dari segi moral. Ada remaja yang berpendapat bahwa yang mempengaruhi mereka untuk merokok adalah merokok dapat membuat mereka menjadi keren dan unik.

(3) Ingin diterima dalam pergaulan

Merokok merupakan tren atau budaya pada masa kini, upaya remaja diterima teman-teman, ibu dan bapak yang tidak peduli jika remaja merokok, merokok dapat bermakna untuk mengakrabkan suasana sehingga timbul rasa persaudaraan, juga dapat memberikan kesan modern dan berwibawa, sehingga bagi individu yang sering bergaul dengan orang lain, perilaku merokok sulit untuk dihindari dari merokok yang dirasakan antara lain lebih diterima dalam lingkungan teman dan merasa lebih nyaman (Alamsyah, 2009).

(4) Ingin mencoba merokok

Orang mencoba untuk merokok karena alasan ingin tahu atau ingin melepaskan diri

dari rasa sakit dan kebosanan. Sehingga sekali mencoba hingga ketergantungan.

2) Faktor-faktor pendukung atau pemungkin (*enabling factors*)

Sarana dan prasarana yang berupa uang saku dan tersedianya tempat membeli rokok. Fasilitas ini pada hakikatnya mendukung atau memungkinkan remaja dapat dengan bebas memperoleh perokok dan menjadi perokok, maka faktor-faktor ini disebut faktor pendukung atau faktor pemungkin (Alamsyah, 2009).

3) Faktor-faktor pendorong (*reinforcing factors*)

Faktor-faktor pendorong yang dapat mempengaruhi perilaku merokok yaitu lingkungan sosial seseorang akan berperilaku merokok dengan memperhatikan lingkungan sosialnya, pengaruh perilaku orang tua, pengaruh teman dan pengaruh faktor kepribadian serta pengaruh iklan yang dapat mempengaruhi perilaku merokok pada remaja (Nasution, 2007) meliputi:

a) Pengaruh Orang Tua

Remaja perokok adalah anak-anak yang berasal dari rumah tangga yang tidak bahagia, dimana orang tua tidak begitu memperhatikan anak-anaknya dibandingkan dengan remaja yang berasal

dari lingkungan rumah tangga yang bahagia. Remaja yang berasal dari keluarga konservatif akan lebih sulit untuk terlibat dengan rokok maupun obat-obatan dibandingkan dengan keluarga yang permisif, dan yang paling kuat pengaruhnya adalah bila orang tua sendiri menjadi figur contoh yaitu perokok berat, maka anak-anaknya akan mungkin sekali untuk mencotohnya.

b) Pengaruh Teman

Berbagai fakta mengungkapkan bahwa semakin banyak remaja merokok, maka semakin besar kemungkinan teman-temannya menjadi perokok juga. Hal ini dapat dilihat dari dua kemungkinan yang terjadi, pertama remaja tersebut terpengaruh oleh teman-temannya sedangkan yang kedua, teman-temannya yang dipengaruhi oleh remaja tersebut sehingga akhirnya semua menjadi perokok. Diantara remaja perokok terdapat 87% mempunyai sekurang-kurangnya satu atau lebih sahabat yang perokok begitu pula dengan remaja tidak perokok.

c) Pengaruh Iklan

Melihat iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan bahwa perokok adalah lambang

kejantanan atau glamor membuat remaja seringkali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti iklan tersebut. Iklan yang dilakukan industri rokok mempunyai kekuatan finansial yang sangat besar untuk membuat propaganda. Industri rokok dapat memasuki kehidupan masyarakat dengan menjadi sponsor utama berbagai tayangan olahraga di televisi, penyelenggaraan acara-acara musik di berbagai kampus dan sekolah yang banyak menarik perhatian kalangan remaja yang menjadi salah satu objek sasaran iklan industri rokok, menawarkan beasiswa bagi pelajar berprestasi. Sungguh suatu ironis yang tidak disadari atau tidak diacuhkan masyarakat Indonesia. Iklan rokok biasanya berisi pemandangan yang menyajikan keindahan alam, kebugaran, kesuksesan. Padahal rokok itu sendiri dapat menyebabkan polusi yang mencemarkan lingkungan dan merusak kesehatan (Alamsyah, 2009).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dimaksud untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini :

Prasojo dan Martina (2014), melakukan penelitian tentang mencari perbedaan rata-rata motivasi berhenti merokok pada mahasiswa UI yang berjudul “*Motivasi Berhenti Merokok dan Hubungannya dengan Akses Terhadap Rokok*”. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode cross-sectional dan uji ANOVA. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang lebih berpengaruh kepada motivasi berhenti merokok seseorang adalah faktor dari dalam diri sendiri dibandingkan dari luar diri. Sebaiknya dilakukan penelitian mengenai faktor dari dalam diri untuk meneliti motivasi berhenti merokok karena didapatkan bahwa faktor dari dalam diri lebih berperan dalam hal ini.

Agus dan Nopianto (2017), memiliki tujuan penelitian mengetahui proporsi dan determinan (faktor-faktor) yang berhubungan dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki kelas X dan XI di SMK Negeri 5 Pekanbaru tahun 2016 yang berjudul “*Determinan Perilaku Merokok pada Remaja*”. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kuantitatif analitik observational dengan desain *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel *stratified random sampling* dengan uji *chi square*. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara keaktifan kegiatan ekstrakurikuler di sekolah dengan perilaku merokok pada siswa. Siswa yang

tidak mengikuti kegiatan ekstrakurikuler di sekolah, maka siswa tersebut akan beresiko berperilaku merokok, dan begitu juga sebaliknya. Hal ini disebabkan siswa yang aktif dalam kegiatan Ekstrakurikuler cenderung banyak menghabiskan waktu di lingkungan sekolah, sehingga dengan adanya pengawasan sekolah menyebabkan siswa tidak berperilaku merokok.

Rizky (2017), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan perilaku merokok remaja sebagai identitas sosial dalam pergaulan di Surabaya dengan judul "*Perilaku Merokok sebagai Identitas Sosial Remaja dalam Pergaulan*". Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode Kualitatif. Teknik pengumpulan data yakni wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini adalah keseluruhan identitas sosial yang terbentuk, perilaku pada remaja khususnya, sudah menjadi budaya dalam struktur masyarakat. Dalam suatu struktur masyarakat, perilaku merokok yang dilakukan oleh remaja bukan lagi hal yang dianggap aneh, melainkan suatu kewajaran.

Corné dan Evan, (2008), meneliti tentang Keterjangkauan rokok ditentukan oleh interaksi tingkat pendapatan konsumen dan rokok dengan judul "*An Analysis of Cigarette Affordability*". Dalam penelitiannya menggunakan metode *deskriptif kualitatif*. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan studi literatur. Hasil penelitian ini adalah bahwa, terlepas dari masalah metodologis dan data, pembuat kebijakan harus lebih fokus pada keterjangkauan rokok dan lebih sedikit pada harga (nyata) dalam isolasi pendapatan. Resep kebijakan berbasis harga ("Harga

riil harus naik sebesar X persen") mungkin tidak cukup untuk mengurangi keterjangkauan rokok di negara-negara yang tumbuh cepat. Resep kebijakan berbasis keterjangkauan ("Pajak cukai (atau harga) harus disesuaikan sehingga rokok menjadi kurang terjangkau hingga X persen per tahun") lebih umum dan mungkin lebih bermanfaat sebagai target pengendalian tembakau, terutama di negara-negara yang berkembang pesat.

Zheng, Marquez, Ahsan, Wang, dan Hu (2018), menulis tentang studi ini menyelidiki tren keterjangkauan rokok di Indonesia dari tahun 2002 hingga 2017. Analisis keterjangkauan sangat penting bagi Indonesia saat ini, karena pemerintah telah mempercepat langkah-langkah pengendalian tembakau, terutama dengan menaikkan pajak cukai rokok negara itu 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, dengan judul "*Cigarette Affordability in Indonesia: 2002-2017*". Menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan studi literatur. Kemajuan baru-baru ini telah dibuat untuk mulai mengurangi keterjangkauan tembakau di Indonesia. Epidemi tembakau Indonesia terus mengancam masa depan negara ini. Rokok di Indonesia masih terlalu murah. Untuk mendapatkan manfaat penuh dari pengurangan biaya, sistem cukai tembakau Indonesia harus disederhanakan. Memahami ketidakkonsistenan ini memberikan peluang. Menangani faktor non-harga.

Dian dan Alvin (2000), melakukan penelitian tentang faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku merokok remaja usia 15-18 tahun dengan judul "*Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok pada Remaja*". Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode Analisis deskriptif, Regresi ganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini menunjukkan kepuasan-kepuasan yang diperoleh setelah merokok atau rokok memberikan kontribusi yang positif. Pertimbangan-pertimbangan emosional lebih dominan dibandingkan dengan pertimbangan-pertimbangan rasional bagi perokok.

Melda (2017), melakukan penelitian tentang faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku merokok remaja laki-laki di kelurahan Karang Asem Ulu, kecamatan Sungai Kunjang, kota Samarinda berjudul "*Faktor-Faktor Penyebab Remaja Merokok (Studi Kasus Remaja Laki-Laki Di Kelurahan Karang Asam Ulu Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda)*". Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode *deskriptif kualitatif*. Teknik pengumpulan data yakni wawancara dan observasi . Hasil penelitian ini menunjukkan 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 juga menjadi hal yang dapat mempengaruhi remaja merokok baik dari faktor lingkungan keluarga yang perokok mampu mendorong remaja untuk mencontoh serta meniru perilaku merokok

tersebut. 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.

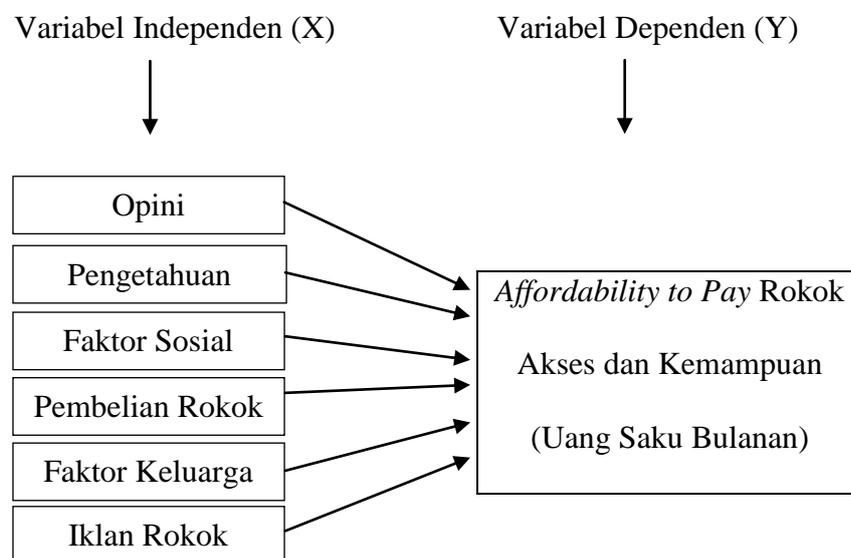
Santi and Muji (2004), melakukan studi tentang faktor yang mempengaruhi remaja di Provinsi Jawa Timur berjudul "*The Determinants of Smoking Behavior among Teenagers in East Java Province, Indonesia*". Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode Kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor-faktor seperti meminta orang tua untuk menyatakan ketidaksetujuan mereka terhadap kebiasaan merokok anak muda dan untuk tidak memfasilitasi kebiasaan merokok di antara anak-anak mereka dengan memberi mereka rokok dan memberikan contoh adalah strategi lain yang patut dipertimbangkan. Menegakkan hukum dan peraturan untuk membuat kampus sekolah, dari pusat penitipan anak hingga universitas, bebas asap rokok dapat mengurangi penerimaan (norma) dan ketersediaan tembakau bagi kaum muda. Kebijakan apa pun yang dapat mengurangi persepsi bahwa merokok itu normal dan dapat diterima kemungkinan akan mengurangi kebiasaan merokok kaum muda. Akhirnya, langkah-langkah yang membuat rokok kurang terjangkau (hanya memungkinkan penjualan dengan bungkusnya, secara signifikan meningkatkan pajak dan harga minimum) juga dapat membantu mencegah kaum muda merokok.

Blecher and Walbeek (2004), melakukan studi tentang peran harga untuk mengendalikan konsumsi tembakau yang berjudul "*An international analysis of cigarette affordability*". Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan keterjangkauan rokok, lebih dari sekadar harga, menentukan konsumsi rokok. Sementara rokok telah menjadi lebih terjangkau di banyak negara berkembang, beberapa negara berkembang (misalnya, Afrika Selatan, Polandia, dan Thailand) telah menerapkan kebijakan pengendalian tembakau yang kuat dan efektif, dan telah mampu mengurangi konsumsi rokok sebagai hasilnya.

Guindon, Tobin, and Yach (2002), menulis tentang studi tentang pengendalian pajak tembakau untuk mengurangi konsumsi tembakau dan untuk mendapatkan kesehatan dengan judul "*Trends and affordability of cigarette prices: ample room for tax increases and related health gains*". Menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada ruang yang cukup untuk menaikkan harga tembakau melalui perpajakan. Di terlalu banyak negara, harga rokok gagal mengimbangi kenaikan tingkat harga barang dan jasa secara umum, menjadikannya lebih terjangkau di tahun 2000 daripada di awal dekade. Peluang untuk meningkatkan pendapatan pemerintah dan meningkatkan kesehatan melalui pengurangan konsumsi yang disebabkan oleh harga yang lebih tinggi telah diabaikan di banyak negara.

C. Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Affordability to Pay* Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta. Berikut ini adalah gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2.1
Model Penelitian

D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah serta kajian terhadap penelitian dahulu yang relevan, yang telah dijabarkan di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1 : Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi *Affordability to Pay* Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta berpengaruh positif.

- H2 : Diduga terdapat hubungan positif opini terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.
- H3 : Diduga terdapat hubungan positif pengetahuan bahaya rokok terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.
- H4 : Diduga terdapat hubungan positif faktor sosial terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.
- H5 : Diduga terdapat hubungan positif pembelian rokok terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.
- H6 : Diduga terdapat hubungan positif faktor keluarga terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.
- H7 : Diduga terdapat hubungan positif iklan rokok terhadap Affordability to Pay Rokok Di Kalangan Remaja Usia 15-18 Tahun Studi Kasus : Kota Yogyakarta.