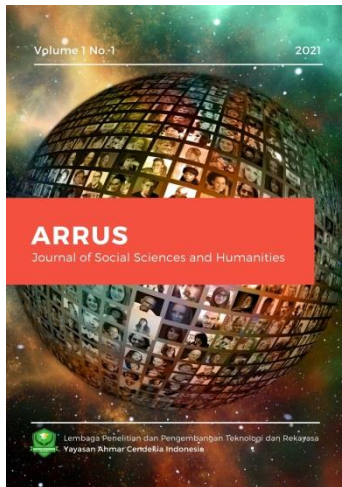




*Corresponding author: Rosy Febriani Daud, Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: rosydaud@gmail.com

RESEARCH ARTICLE

The Effect Of Copy Writing In Billboard Advertising Against Adolescent Smoking Behavior In Tengahtani Village, Cirebon District

Tiara Khodijah & Rosy Febriani Daud*

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia

Abstract: In Indonesia, smoking behavior among teenagers is a health problem that still needs attention. The prevalence of adolescent active smokers in Indonesia was recorded at 22.04% in 2022. The problem of the risk of disease due to smoking does not only occur in active smokers but also in passive smokers. There are 57.8% of teenagers exposed to cigarette smoke at home and 67.2% exposed to cigarette smoke in open public places. This happens a lot because of cigarette advertisements that are everywhere. Likewise, smoking behavior among teenagers in Tengahtani village cannot be separated from social media, one of which is billboards that can be used by the cigarette industry to market cigarette products. Parents can report smoking to teenagers aged 18-24 years. This research aims to determine the impact of billboard advertising media on the knowledge, attitudes and actions of Tengahtani teenagers. This type of research is quantitative which uses data and data sources. The impact of Billboard advertising media has a big influence on Tengahtani teenagers. To prevent this, namely by tightening the rules on cigarette advertising, one of which is Billboard advertising which can have an impact on the behavior of teenagers in Tengahtani village, namely limiting cigarette advertising, promotion and sponsorship.

Keywords: Copywriting, Advertising, Teenage Behavior

1. Introduction

Masa remaja adalah masa peralihan dari kanak-kanak menuju remaja. Dimana masa remaja ini adalah periode terjadinya pertumbuhan atau perkembangan yang begitu pesat dari segi fisik, psikologis, maupun intelektual. Persentase penduduk usia 15-24 tahun yang merokok dalam sebulan yaitu mencapai 25,99% di tahun 2022. Merokok adalah aktivitas menghisap rokok, asap tembakau mengandung sekitar 60% gas dan asapnya terdiri dari 20 jenis gas, termasuk gas monoksida yang merupakan gas yang sangat berbahaya karena kadarnya yang tinggi dalam sistem peredaran darah perokok yang berfungsi dapat menyedot, menambah stok gas oksigen yang dibutuhkan semua orang. Individu untuk memiliki pilihan untuk bersantai. Terlebih lagi, asap tembakau mengandung sejumlah besar senyawa yang sangat berbeda. Semua terjadi akibat perubahan kertas rokok, yang mula-mula berwarna putih pucat, berubah menjadi kuning. Bahaya merokok bagi kesehatan bukan saja bagi perokoknya itu sendiri tetapi bagi orang sekitar juga terkena dampaknya.

Rokok dapat mengancam kesehatan karena rokok merupakan benda beracun yang didalamnya terkandung berbagai zat yang dapat menimbulkan dampak dan bahaya yang



sangat besar bagi perokok dinamis dan perokok tidak terlibat. Perokok aktif adalah seseorang yang benar-benar mempunyai kecenderungan merokok dengan menghisap rokok yang sudah hangus. Sedangkan perokok tidak terlibat adalah seseorang yang tidak memiliki kecenderungan untuk merokok namun terpaksa ikut menghirup asap tembakau yang dihembuskan oleh perokok lainnya. Didekatnya. Perilaku merokok merupakan masalah yang cukup serius, mengingat dampak buruk atau bahaya yang meningkat.

Dampak sementara dari merokok antara lain fiksasi nikotin yang membuat rambut dan pakaian menjadi berbau, meningkatkan tekanan darah dan tekanan darah, bau mulut, membatasi pembuluh darah, meningkatnya keengganan terhadap intensitas dan dingin, kesulitan bernapas, dapat mengurangi reaksi indera perasa dan penciuman, kelelahan, serta mengurangi eksekusi dan efisiensi aktual.

Menurut sumber WHO yang dikutip dalam *The Global Tobacco Epidemic 2017*, Indonesia memiliki tingkat penggunaan tembakau pada generasi muda sebesar 12,7%, dengan tingkat penggunaan tembakau pada laki-laki 23% lebih tinggi dibandingkan perempuan (2,4%). Prevalensi anak muda saat ini mencapai 11,5%. Tingkat perokok muda adalah 21,4%. Saat ini jumlah remaja pria yang merokok semakin meningkat.

Dalam data BPS menyatakan bahwa prevalensi remaja perokok aktif di Indonesia, tercatat 22,04% pada tahun 2022. Masalah resiko penyakit karena rokok tidak hanya terjadi pada perokok aktif tetapi juga pada perokok pasif. Terdapat 57,8% remaja terpapar pada asap rokok di rumah dan 67,2% terpapar asap rokok ditempat umum yang terbuka.

Hal itu banyak terjadi karena adanya iklan-iklan rokok yang sudah ada dimana-mana. Bahkan faktor pemicu anak-anak remaja merokok yaitu karena adanya iklan-iklan yang mengitari mereka, bahkan iklan rokok tersebut berada di depan sekolahnya, apalagi pada iklan billboard yang memengaruhi pelaku merokok. Billboard merupakan periklanan outdoor yang paling utama. Billboard dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merek. Pembuat minuman keras dan rokok secara konsisten menggunakan pengumuman dan media promosi lainnya untuk fokus pada merek mereka dan iklan papan rokok yang tidak seimbang pada umumnya akan terjadi di wilayah tengah kota.

Berdasarkan TCSC-IAKMI, generasi muda dan remaja di bawah 18 tahun lebih banyak terpapar iklan rokok melalui TV (85%), billboard (76.3%) dan papan (70.9%). Kemudian menurut Stikom LSPR (2019), 3 dari 4 remaja mengetahui bahwa iklan rokok online mendorong 31,85% remaja untuk merokok.

Anak-anak sangat mudah mengakses rokok, mudah beli dimana saja, tidak ada batasan usia boleh membeli secara batangan atau dusebut dengan ketengan, dan harganya pun terbilang sangat murah dibanding harga permen (GYTS, 2019). Lingkungan terdekat seperti keluarga maupun kelompok pertemanan juga memengaruhi anak untuk merokok, disisi lain mereka juga harus dilindungi oleh iklan, promosi, dan sponsorship yang masih masif di Indonesia, harga rokok yang sangat murah juga menjadi permasalahan, dan akses permasalahan mendapatkan rokok yang sangat mudah. Apalagi masa remaja perkembangan fisik, kejiwaan dan sosial ekonomi selanjutnya remaja akan semakin bijaksana dan bisa membuat keputusan sendiri dengan baik. Berdasarkan hal ini peneliti ingin melihat dan menganalisa pengaruh copywriting dalam iklan billboard terhadap perilaku merokok remaja di Desa Tengahtani.

2. Research Method and Materials

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ini adalah bertempat di Desa Tengahtani Kecamatan Tengahtani Kabupaten Cirebon. Sampel yang akan dipilih adalah sejumlah remaja yang berumur 15-24 tahun di Desa Tengahtani. Setelah dilakukan perhitungan sampel didapat sebesar 100 orang. Premis ujian ini menggunakan teknik ikhtisar. Teknik kajian merupakan suatu strategi untuk mengumpulkan informasi-informasi penting dengan cara memperolehnya secara langsung dari sumber-sumber lapangan dengan menyebarkan quisioner. Uji yang dilakukan dengan menggunakan uji regresi logistik untuk menguji pengaruh copywriting dalam iklan billboard terhadap perilaku merokok remaja di

desa Suka jadi. Sebelum melakukan pengambilan data, instrument dilakukan uji validitas dan uji reabilitas dengan menggunakan Koefisien Alpha Cronbach atau (Cronchbach's coefficient alpha) dalam aplikasi SPSS.

3. Results and Discussion

Dari hasil uji validitas didapat dua output yaitu iklan billboard X dan remaja merokok Y. Dari output tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif, karena adanya nilai signifikan antara variabel sebesar (0,000) lebih kecil (<) dari taraf kepercayaan 95% atau nilai toleransi (0,05). Hasil didapat dengan menggunakan program SPSS versi 20. Untuk uji validitas dapat dilihat dari tabel 1

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Correlations					
		Iklan_Billboard_X1	Iklan_Billboard_X2	Iklan_Billboard_X3	Total_X
Iklan_Billboard_X1	Pearson Correlation	1	,558**	,399**	,804**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Iklan_Billboard_X2	Pearson Correlation	,558**	1	,585**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Iklan_Billboard_X3	Pearson Correlation	,399**	,585**	1	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X	Pearson Correlation	,804**	,863**	,799**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

(Sumber: Hasil olah data kuisioner 2023)

		Remaja_merokok_Y1	Remaja_merokok_Y2	Remaja_merokok_Y3	Total_Y
Remaja_merokok_Y1	Pearson Correlation	1	,225*	,323**	,761**
	Sig. (2-tailed)		,024	,001	,000
	N	100	100	100	100
Remaja_merokok_Y2	Pearson Correlation	,225*	1	,298**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,024		,003	,000
	N	100	100	100	100
Remaja_merokok_Y3	Pearson Correlation	,323**	,298**	1	,717**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003		,000
	N	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,761**	,683**	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

3.1. Pengaruh Copy Writing dalam Iklan Billboard Terhadap Perilaku Merokok Remaja Di Desa Tengahani



Untuk mengetahui pengaruh kedua variabel penelitian antara variabel X dan Variabel Y dapat dilihat berdasarkan aplikasi SPSS. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 20 untuk uji reabilitas maka dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	<i>Valid</i>	100	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Iklan_Billboar_X1	6,02	1,333	,537	,738
Iklan_Billboard_X2	6,21	1,279	,683	,569
Iklan_Billboard_X3	6,09	1,396	,553	,715

Case Processing Summary

		N	%
Cases	<i>Valid</i>	100	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,533	3

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Varianceif Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Remaja_merokok_Y1	7,10	,697	,338	,459
Remaja_merokok_Y2	6,72	,870	,315	,478
Remaja_merokokY3	6,80	,848	,397	,362

(Sumber : Hasil olah data kuisoner 2023)

Dari hasil uji reliabilitas diatas didapatdua output dari yang pertama variabel X iklan billboard dan variabel kedua remaja merokok Y. Dari output tersebut dapat diketahui nilai reliabilitas setiap variabel. Untuk variabel X nilai cronbach alpha sebesar 0,758 dan untuk variabel Y

sebesar 0,533 karena nilai kedua variabel tersebut diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa copy writing dalam iklan billboard berpengaruh terhadap perilaku merokok remaja di Desa Tengahtani.

3.2. Peran Pemuda sebagai Pengendali Rokok dan Sosial Kontrol

Upaya pengendalian rokok di daerah tidak akan maksimal tanpa pengembangan regulasi ditingkat nasional. Regulasi tersebut bertujuan untuk pengendalian iklan rokok di media massa, peringatan kesehatan bergambar, seperti sponsor rokok di event festival dan kegiatan olahraga ataupun billboard. Dimana arah regulasi-regulasi tersebut mengacu pada standar pengendalian rokok secara internasional yaitu FCTC- WHO.

Mengutip dari detik.com bahwa di negara Jepang Iklan televisi mengenai rokok tidak menggambarkan perokok secara positif atau mendorong orang untuk membeli rokok. Bisnis rokok di Jepang mengkomunikasikan iklan televisi untuk mengajarkan perokok agar menjaga kebiasaan baik saat merokok. Misalnya, membantu individu tentang ancaman mengingat rokok atau iritasi akibat asap bagi orang lain.

Di Indonesia, tantangan terbesar untuk pengendalian tembakau sebenarnya adalah industri rokok. Seperti yang tercatat dalam laporan NCI-WHO, bahwa kekuatan pasar perusahaan tembakau telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir, menciptakan tantangan baru bagi upaya pengendalian tembakau.

Upaya pemerintah dalam membatasi jual beli produk rokok sudah dilakukan dengan mengeluarkan regulasi terkait. Namun hingga sekarang belum ada sanksi tegas bagi penjual yang menjual rokok kepada anak dibawah umur, sanksi kepada orangtua yang menyuruh anak membeli rokok, hingga sanksi bagi anak dibawah umur yang membeli dan mengkonsumsi rokok.

Rekomendasi Ketua Komnas pengendalian tembakau, Prof. Dr Hasbulah Thabrany : Diperlukan intervensi strategi yang dapat melindungi generasi muda dari perilaku merokok. Mulai dari kekeluargaan dan kekerabatan, selanjutnya melakukan KTR, pembatasan menyeluruh terhadap publikasi, promosi dan sponsorship rokok melalui pedoman wilayah dan dari pemerintah pusat, mediasi melalui strategi keuangan dengan memperluas dan meningkatkan kelas ekstrak rokok, serta penetapan kesepakatan rokok.

Rekomendasi yang diberikan kepala bapeda DKI Jakarta Dr. Nasrudin Djoko Surjono, M.Si MBA:

- (1). Berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan paraprofesional, akademisi, dan anggota masyarakat.
- (2). Meningkatkan item kewaspadaan untuk tidak merokok di sembarang tempat.
- (3). Menerapkan strategi pendidikan kesejahteraan dan cara hidup yang sehat.
- (4). Melalui kampanye, sosialisasi yang lebih luas.
- (5). Keterbatasan publikasi dan jenis sponsorship.
- (6). Memberikan persetujuan yang berat dan ekstrim kepada pelanggar.

Upaya yang harus kita lakukan sebagai generasi muda untuk mengendalikan rokok, selain menjadi pengiklan kesejahteraan, adalah dengan menyaring pendekatan publik, misalnya mengikuti cara yang paling umum dalam merencanakan pengaturan pengendalian rokok di tingkat pusat dan provinsi, mendukung pelaksanaan pengendalian tembakau. strategi di daerah, melaksanakan KTR di berbagai setting, dan memeriksa perubahan PP. Nomor 109 Tahun 2012. Selain itu, kita sebagai pemuda juga perlu mengedukasi masyarakat akan bahaya dari merokok, perlindungan masyarakat dari bahaya asap rokok, memberikan dukungan untuk berhenti merokok. Strategi pengendalian konsumsi tembakau melalui MPOWER, yaitu: perlindungan terhadap paparan asap rokok orang lain, memaksimalkan dukungan terhadap layanan berhenti merokok, mengedukasi masyarakat tentang bahaya penggunaan tembakau, menghilangkan iklan, promosi, dan sponsorship produk tembakau, serta mencapai

peningkatan konsumsi rokok melalui kenaikan cukai dan pajak rokok adalah seluruh aspek pengendalian tembakau.

4. Conclusion

Dari hasil uji reliabilitas diatas didapat dua output dari yang pertama variabel X iklan billboard dan variabel kedua remaja merokok Y. Dari output tersebut dapat diketahui nilai reliabilitas setiap variabel. Untuk variabel X nilai cronbach alpha sebesar 0,758 dan untuk variabel Y sebesar 0,533 karena nilai kedua variabel tersebut diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa copywriting dalam iklan billboard berpengaruh terhadap perilaku merokok remaja di Desa Tengahtani.

Sehingga harus ada upaya memantau penggunaan produk tembakau dan mencegahnya, melindungi dari keterbukaan terhadap asap rokok orang lain, meningkatkan dukungan terhadap layanan penghentian merokok, mengingatkan masyarakat umum terhadap risiko penggunaan tembakau, menghentikan publikasi, promosi dan sponsor produk tembakau atau rokok.

References

- A, T S. Mengenal Rokok Dan Bahayanya. Be Champion, N.D. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=9 Adrcwaaqbaj>.
- Dai, Sri Indriyani, And Srie Isnawaty Pakaya. "Peningkatan Mutu Usaha Makanan Tradisional Kue Dumalo Di Desa Luwoo Kecamatan Talaga Jaya Kabupaten Gorontalo." *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 4, No. 1 (2018).
- Fadhila, Fildza, Sri Widati, And Mohammad Fatah. "Perbandingan Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja Di Daerah Kota Dan Desa Kabupaten Pamekasan." *Medical Technology And Public Health Journal* 5, No. 2 (2022):98–208.
- Handayani, M, D Wulandari, P A Rosmayani, A P Mahardhika, N D Ayu, N Hafidah, And D Ghassani. *Antologi Kajian: Isu Pertembakauan Di Indonesia 2020-2021*. Tcd Ismkmi Jkt Raya, 2021. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Le Yueaaaqbaj>.
- Ns. Gaung Eka Ramadhan, S.K.M.K.M. Prevalensi Dan Mitigasi Dini Terhadap Perilaku Merokok Adiktif. Cipta Media Nusantara, N.D. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Js Queaaaqbaj>.
- Abidin, A.Z. 2017. *Pengaruh Desain Iklan Billboard Rokok Terhadap Tingkat Konsumsi Rokok Masyarakat Kota Palu*. Perilaku Petugas Dalam Pelaksanaan Kawasan Tanpa Rokok. Penerbit Nem, 2021. <https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=O Gw8eaaaqbaj>.