

“Orang desa tidak takut mati”: studi kualitatif koping masyarakat terhadap peringatan bergambar pada kemasan rokok dengan pendekatan *grounded theory*

“Villagers are not afraid to die” : a qualitative study of community cohesion on pictorial warning on cigarette packaging with grounded theory approach in Yogyakarta

Dhiya Urrahman¹, Fatwa Sari Tetra Dewi¹, Fuad Hamsyah²

Diterima: 7 Juli 2016
Diterbitkan: 1 Agustus 2016

Abstract

Purpose: The purpose of this study was to explore community's coping with a pictorial health warning on cigarette packaging. **Methods:** A qualitative study was conducted using grounded theory design. The study was conducted in the rural area of Sambirejo, Prambanan sub-district, Sleman, Yogyakarta. Data were collected by in-depth interviews and focus group discussions (FGD). Subjects were selected purposively with a maximum variation technique. **Results:** The perceptions, beliefs, coping, adaptation period, and smoking behavior remained mostly unchanged after seeing pictorial warnings on cigarette packaging. **Conclusions:** Coping was influenced by perceptions, beliefs, and the period of adaptation to pictorial health warnings. The period of adaptation changed some feelings and coping prior to the pictorial health warning, while pictorial health warning on cigarette packs appeared to make non-smokers increasingly want to smoke.

Keyword: cigarettes; pictorial health warning; coping

¹Departemen Kesehatan Perilaku, Lingkungan dan Kedokteran Sosial, Fakultas Kedokteran, Universitas Gadjah Mada (Email: dhiya.urrhman@mail.ugm.ac.id)

²Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada

PENDAHULUAN

Merokok sudah merupakan bagian hidup dari masyarakat, namun dilihat dari segi kesehatan, sebagian besar kandungan zat yang ada pada rokok dapat menyebabkan penyakit bagi tubuh manusia, bahkan hingga mengakibatkan kematian. Menurut data WHO ada sebesar 8.4 juta penduduk yang meninggal karena rokok (1). Menjelang tahun 2030, diduga bahwa kematian akibat rokok mencapai 10 juta per tahun (2). Sementara itu, survei pada negara – negara berkembang menyatakan bahwa di Indonesia terjadi peningkatan angka perokok pada laki – laki sebesar 13% hingga tahun 2010, dan 1,7% pada tahun 1995 menjadi 4.2% pada tahun 2010 (3).

Hasil Riskesdas pada tahun 2007 menunjukkan bahwa perokok terbanyak adalah orang dewasa yang memiliki penghasilan dan latar belakang pendidikan rendah. Data Riskesdas 2007 menunjukkan perbandingan perokok di daerah pedesaan lebih besar daripada di daerah perkotaan, yaitu 32,7% berbanding 27,8% (4). Salah satu upaya oleh pemerintah dalam mengurangi laju pertumbuhan perokok di Indonesia adalah dengan menerbitkan peraturan Menteri Kesehatan Nomor 28 Tahun 2013 tentang pencantuman peringatan kesehatan dan informasi kesehatan pada kemasan produk tembakau (5).

Terhitung sejak tanggal 24 Juni 2014, semua perusahaan rokok wajib mencantumkan peringatan bergambar pada kemasan produk. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi bahaya rokok kepada masyarakat dan efek psikologis berupa gambar penyakit akibat rokok. Sebuah studi menyimpulkan bahwa teks peringatan kesehatan yang ditambah dengan gambar peringatan lebih efektif dibandingkan dengan peringatan berupa gambar saja atau tulisan saja dalam mendukung upaya seseorang untuk berhenti merokok (6).

Hasil wawancara studi pendahuluan yang dilakukan seorang perokok, diakui bahwa peringatan bergambar memberikan perasaan takut dan mengherikan, sehingga perokok tidak ingin melihatnya. Beberapa hal yang biasa dilakukan untuk menghindari gambar yaitu merobek gambar, menutupi gambar dengan menggunakan stiker tertentu, atau perokok membeli tempat untuk menyimpan rokok yang tidak terdapat peringatan ataupun gambar penyakit akibat rokok. Perilaku seperti ini menunjukkan bahwa ada koping yang timbul pada masyarakat. Peringatan bergambar yang terdapat pada kemasan rokok menimbulkan perasaan yang berbeda dari setiap orang, sehingga ketika individu melihatnya, hal ini akan

memunculkan persepsi hingga perilaku terhadap gambar peringatan pada kemasan rokok tersebut. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi koping masyarakat terhadap peringatan bergambar kemasan rokok.

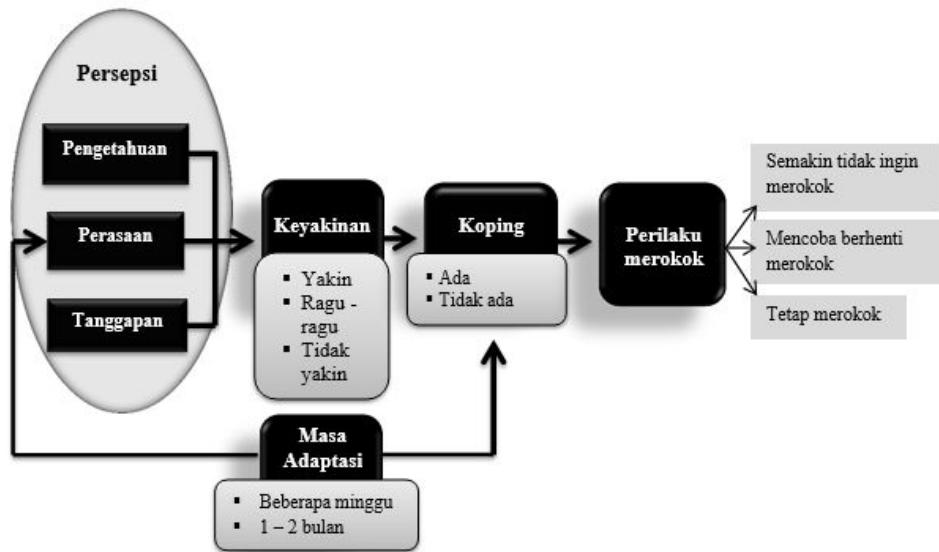
METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan disain penelitian *grounded theory*. Penelitian dilakukan di Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pengambilan data informan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan *focus group discussion* (FGD). Informan penelitian terdiri dari perokok dan non perokok yang diambil secara purposif dengan teknik *maximum variation*. Variasi informan ditentukan berdasarkan pengetahuan dan sikap mengenai bahaya rokok. Ada sebanyak 11 informan yang dilakukan wawancara mendalam, 7 informan peserta FGD pada kelompok perokok dan 4 informan peserta FGD pada kelompok non perokok. Instrumen yang digunakan adalah pedoman wawancara dengan bentuk pertanyaan terbuka. Instrumen lain yang digunakan adalah alat perekam (*recorder*), kamera, dan *log book* lapangan. Penilaian keabsahan data dinilai dengan triangulasi (informan pendukung: keluarga dan penjual rokok), dan *member checking*.

Semua data yang diperoleh ditranskrip dan dilakukan pengkodean dengan menggunakan *software opencode*. Data dibuat koding dengan makna yang mendekati data. Setelah itu dibuat kategori untuk mendekati data yang memiliki makna serupa. Masing-masing kategori dihubungkan hingga mendapatkan pola tertentu berupa *axial coding*. Setelah semua tahap dilakukan, maka didapatkan hasil dari data yang didapatkan dan disajikan dalam bentuk narasi, tabel maupun gambar. Penelitian ini telah mendapatkan izin kelaikan etik dari Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada.

HASIL

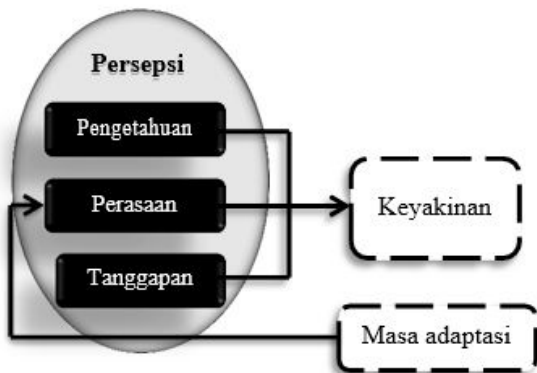
Gambar 1 menunjukkan bahwa pengetahuan, perasaan dan tanggapan masyarakat mengenai peringatan bergambar yang ada pada kemasan rokok memengaruhi keyakinan mereka akan kebenaran dari peringatan bergambar. Hal ini memunculkan koping terhadap peringatan bergambar yang dipengaruhi masa adaptasi dari peringatan bergambar itu sendiri, sehingga pada akhirnya menimbulkan perilaku masyarakat dari peringatan bergambar yang terdapat pada kemasan rokok.



Gambar 1. Gambaran umum hasil penelitian

Persepsi peringatan bergambar

Persepsi yang ditemukan pada penelitian ini terdiri dari 3 aspek, yaitu: pengetahuan tentang peringatan bergambar, perasaan melihat peringatan bergambar dan tanggapan mengenai peringatan bergambar. Ketiga aspek persepsi ini memiliki kaitan yang erat dengan keyakinan masyarakat terhadap peringatan bergambar (Gambar 2).



Gambar 2. Persepsi peringatan bergambar

Pengetahuan peringatan bergambar

Beberapa dari masyarakat memiliki pandangan berbeda terhadap gambar. Salah satunya ada yang menyebutkan gambar gigi kropos, yang sebenarnya adalah gambar kanker mulut. Namun secara keseluruhan, masyarakat menyadari bahwa gambar yang ditampilkan pada kemasan rokok tersebut adalah gambar berbagai macam penyakit yang bisa terjadi akibat merokok.

“...Yaa kalau gambarnya kan ada gigi kropos, ada yang di dada, apa namanya itu, emm paru-paru,,kan bisa ngerusak paru – paru..Haa kan digambar ada rusak paru – paru, ada gigi kropos..” (Perokok 1, P+, S+).



Gambar 3. Kanker mulut (Sumber: Permenkes No.28 2013)

Perasaan melihat peringatan bergambar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, perasaan yang muncul pada masyarakat desa Sambirejo adalah rasa jijik, ngeri, takut, miris, dan ada juga yang merasa biasa saja ketika melihat gambar peringatan kesehatan pada bungkus rokok.

Jijik. Informan mengatakan bahwa perasaan yang muncul ketika melihat peringatan bergambar pada kemasan rokok adalah rasa jijik. Perasaan ini muncul karena gambar yang dilihat pada kemasan rokok terlihat seperti gambar asli. Namun hal ini justru tidak ada pengaruh sama sekali terhadap perilaku merokok.

“...Aslinya anu, kalau saya aja intinya ya gak pengaruh tapi cuman, cuman anu kok seperti itu kayak asli, kan sepertinya kan jijik gitu lho..” (Perokok 4, P-, S-).

Ngeri. Informan tidak menyangka kalau bahaya dari merokok bisa mengakibatkan penyakit – penyakit yang sangat mengerikan, sehingga sebagian dari masyarakat juga beranggapan bahwa lebih baik tidak merokok, jika memang rokok bisa menimbulkan bahaya seperti pada gambar yang terdapat pada kemasan rokok tersebut.

“...Kalau melihat yo ngeri aja itu loh, karna gambarnya jelas, seperti apa yo,,orang merokok kok bahayanya seperti itu, lebih baik saya tidak merokok, itu aja..” (FGD Non perokok).

Takut. Rasa takut setelah melihat peringatan bergambar pada kemasan rokok, muncul dari masing – masing informan. Tidak hanya perokok yang merasa takut melihat gambar tersebut, non perokok juga merasakan hal yang sama. Perasaan takut yang dimaksud di sini adalah sebagian besar informan merasa takut kalau penyakit seperti pada gambar tersebut mengenai diri sendiri ataupun keluarganya.

“...Yaa mungkin untuk yang tidak merokok pun kalau melihat gambar ini pasti takut, karena yang merokok pun juga takut, takut bisa kayak gini,hahaha..” (FGD Perokok).

Miris. Perasaan miris yang muncul khususnya pada non perokok menunjukkan kekhawatiran akan penyakit seperti pada gambar yang mungkin dapat terjadi pada diri sendiri maupun pada orang yang merokok.

“...Ada perasaan, “waah kalau bisa jangan sampai seperti inilah saya” gitukan..Akhirnya kan yaa memang saya sebenarnya saya gak ngerokok, tapi ngeliat gambar – gambar seperti itu memang agak miris juga..” (Non 2, P+, S+).

Biasa saja. Tidak semua dari masyarakat desa Sambirejo merasa jijik, ngeri, maupun takut ketika melihat peringatan bergambar pada kemasan rokok. Ada juga masyarakat yang sama sekali tidak merasakan sesuatu atau biasa saja ketika melihat peringatan bergambar tersebut.

“...Yaa kan ada gambar ini (memperlihatkan gambar tengkorak), tengkorak, trus yang lain – lain..Tapi yaa kalau saya nggak, nggak ada apa yaa,,prasaannya gak ada ya biasa aja..” (Perokok 5, P-,S-).



Gambar 4. Orang merokok dengan asap yang membentuk tengkorak

Tanggapan mengenai peringatan bergambar

Peringatan bergambar yang sekarang ditetapkan oleh pemerintah memiliki tujuan agar peringatan bahaya merokok bisa diketahui dan dimengerti oleh orang-orang yang tidak bisa membaca. Mengingat bahwa para perokok juga banyak dari kalangan usia tua, sehingga setiap orang yang melihat gambar tersebut diharapkan akan memahami kalau rokok dapat menyebabkan penyakit seperti yang terlihat pada gambar kemasan rokok tersebut.

“...Kalau dulu kan mungkin banyak perokok itu kan biasanya kan orang-orang sepuh (tua) to, wong tuwa (orang tua). Kadang – kadang kan tidak bisa membaca. Jadi, mulai saiki dikeki gambar, pendak uwong kan ngerti nek gambar, mbuh kuwi buta huruf tetep tahu to nek gambar”. (FGD Perokok)

“...Kalau dulu mungkin banyak perokok itu biasanya orang-orang tua. Kadang-kadang tidak bisa membaca. Jadi, mulai sekarang dikasih gambar, setiap orang kan tahu kalau itu gambar, entah itu buta huruf tetep tahu kalau itu gambar..” (FGD Perokok).

Keyakinan terhadap peringatan bergambar

Keyakinan terhadap peringatan bergambar yang muncul pada masyarakat desa Sambirejo, sangat erat kaitan dengan persepsi mereka terkait dengan peringatan bergambar pada kemasan rokok itu sendiri.



Gambar 5. Keyakinan terhadap peringatan bergambar

Yakin. Sebagian masyarakat mempercayai bahwa gambar-gambar yang tercantum pada kemasan rokok adalah gambar nyata dan penyakit seperti itu bisa benar terjadi. Gambar tersebut diyakini masyarakat sebagai efek samping dari mengonsumsi rokok.

“...Yaa saya percaya bisa terjadi kayak gitu (gambar), kalo merokok itu memang ada efek sampingnya, saya percaya..” (Perokok 3, P-, S+).

Ragu. Masyarakat juga ada yang meragukan kebenaran dari gambar yang ada pada kemasan rokok. Mereka beralasan bahwa tidak ada film atau video pembedahan yang membandingkan dengan keadaan antara perokok dan non-perokok. Masyarakat menjadi ragu-ragu antara percaya dengan tidak akan gambar pada kemasan rokok tersebut.

“...Tapi dalam keadaan misalnya pembedahan orang yang merokok dan tidak itu kan kita juga belum ada film yang membuktikan pembedahan manusia yang merokok dan tidak merokok, itu belum ada. Kalau saya pribadi dengan gambar itu ya ragu antara percaya dan tidak, “po yo iso koyo ngono iki”, kan gitu..” (FGD Non Perokok).

Belum ada orang yang sakit seperti pada gambar, sehingga informan menganggap bahwa akibat dari kecanduan merokok hanya sebatas gambaran saja. Selain itu, gambar-gambar yang ada pada kemasan rokok dianggap oleh masyarakat tidak memiliki pengaruh sesuatu, karena gambar tersebut hanya dibuat-buat, dan pada setiap kemasan rokok bisa dibuat tema gambar apapun.

“...Yaa menurut saya itu nggak, soalnya kan belum tau orang kayak gitu, belum tau, jadi ya nggak. Cuman itu gambar bohong, tapi cuman orang itu kalo merokok, candu merokok, itu bisa kayak gini, itu cuman gambaran..” (Non 4, P+, S-)

“...Kalau menurut saya itu berkeyakinan tidak berpengaruh masalah gambar. Gambar kan bisa dibikin gambar apa aja kan ini bisa ini dibuat-buat di rokok. Ini kan ndilalaha niki (ternyata ini) mungkin kan dibikin gambar yang seperti ini..” (FGD Perokok).

Koping terhadap peringatan bergambar

Koping peringatan bergambar disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Koping terhadap peringatan bergambar

Ada koping. Upaya atau koping yang biasanya dilakukan oleh masyarakat desa Sambirejo terhadap gambar dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Koping yang muncul pada peringatan bergambar

Salah satu koping yang dilakukan masyarakat adalah dengan menyobek peringatan bergambar. Hal ini tentu saja bertujuan agar menjauhkan pandangan perokok dari gambar yang menurut mereka tidak enak dilihat, sehingga dengan menyobek gambar dapat merokok dengan lebih nyaman.

“...Biasanya kan kalau gambar – gambar yang,,ada gambar yang,,kayak apa to haa ya kayak gini (menunjukkan gambar kanker tenggorokan),,ini kan kalau dilihat kurang enak juga ini,,biasanya diklethek, sobek gitu.. Yaa biar enak ngerokoknya..” (FGD Perokok).



Gambar 8. Kanker tenggorokan (Sumber: Permenkes No.28 2013)

Perokok menganggap bahwa gambar paru – paru, tenggorokan dan mulut terlihat ngeri dan menjijikkan. Oleh karena itu, saat membeli rokok diwarung, perokok langsung memilih gambar yang diinginkan. Biasanya gambar yang dipilih adalah gambar yang tidak mengerikan, seperti kemasan rokok bergambar orang yang sedang menggendong anak.

“...Yaa kalo ada pas beli saya milih yang gak gambar itu. Kan ada gambar gendong anak,,yaa kayak gitukan gak ngeri. Kalo gambar – gambar yang itu tadi (paru-paru, tenggorokan, mulut) kayak itu lhoo kayak jijik..” (Perokok 3, P-, S+).



Gambar 9. Orang merokok dengan anak di dekatnya (Sumber: Permenkes No.28 2013)

Informan merasa takut ketika melihat gambar pada kemasan rokok. Koping yang dilakukan untuk menghindari gambar tersebut adalah dengan tidak memandangi gambarnya. Kemasan rokok dibuka dan langsung mengambil rokok tanpa melihat sama sekali peringatan bergambar. Hal ini sering dilakukan informan untuk menghindari rasa takut pada gambar.

“...Saya tidak takut, kan yang penting isinya. Jadi ya tidak diapa-apakan. Kalau mau merokok tinggal ambil, tidak melihat juga bisa, kayak gini (Mengambil kemasan rokok dengan gambar kanker paru-paru, kemudian membukanya dan mengeluarkan satu batang rokok tanpa melihat kemasannya).. Jadi gak usah liat gambarnya kalau takut..” (Perokok 1, P+, S+)



Gambar 10. Kanker paru – paru (Sumber: Permenkes No.28 2013)

Salah satu hal yang juga dilakukan informan adalah menyimpan kemasan rokok yang dulu sebelum ada gambar. Informan mengatakan bahwa kemasan rokok yang lama masih tetap disimpan dan digunakan untuk menyimpan rokok, dengan begitu akan menghindarkan pandangan dari melihat gambar yang tidak menyenangkan.

“...Kalo saya kan masih stock gambar yang lama gitu lho,,jadi saya terus menukar – nukar gitu lho.. Rokoknya dipindahin ke bungkus yang lama itu..” (FGD Perokok)

Informan mengatakan bahwa tidak ingin melihat kemasan rokok yang ada gambarnya. Walaupun berstatus sebagai non perokok, tetap saja gambar tersebut menimbulkan perasaan yang tidak nyaman. Sehingga, jika melihat kemasan rokok tersebut maka koping yang dilakukan adalah akan langsung membuang kemasan rokok.

“...Kalau saya kalau tahu gambar itu, daripada apa yaah,,tahu yaa saya buang aja..hahaha, seperti itu.. Yaa makanya saya ndak merokok ya saya buang aja gambar itu ndak kelihatan gitu..” (FGD Non Perokok)

Gambar yang terdapat pada kemasan rokok dianggap tidak ada masalah sama sekali oleh sebagian besar masyarakat. Ketika melihat gambar tersebut, tidak ada tindakan yang dilakukan terhadap gambar. Masyarakat hanya cuek, dan ketika ingin merokok tetap merokok seperti biasa tanpa terganggu dengan pada peringatan bergambar.

“...Gak ada, ya biasa aja, pas mau ngerokok ya ngerokok. Kalau gambarnya ya gak ada masalah apa – apa..” (Perokok 2, P+,S-)

“...Yaa ngerokok aja, kalau sama gambar nggak melakukan apa – apa.. Satu kata njih (ya) „cuek“,hahaha.. ” (FGD Perokok)



Gambar 11. Masa adaptasi peringatan bergambar

Masa adaptasi peringatan bergambar memiliki pengaruh yang besar terhadap koping masyarakat. Seperti yang ditampilkan pada Gambar 11.

Dalam kurun waktu 1 sampai 2 bulan, perokok tidak lagi merasakan hal yang tidak nyaman ketika melihat gambar pada kemasan rokok. Selain itu, upaya menukar kemasan ataupun menyobek gambar yang pada awalnya sering dilakukan, sekarang tidak pernah dilakukan lagi. Perokok sudah terbiasa dengan kemasan bergambar yang terdapat pada kemasan rokok.

“...Kalau saya mungkin satu sampai dua bulan. Karena waktu itu masih jangka waktu satu sampai dua bulan itu masih sering tukar-tukar, disobek, itu masih sering..” (FGD Perokok).

Perilaku merokok yang terjadi pada masyarakat Desa Sambirejo disajikan pada Gambar 12.



Gambar 12. Perilaku merokok setelah ada peringatan bergambar

Semakin tidak ingin merokok

Peringatan pada kemasan rokok yang disertai dengan gambar membuat masyarakat, khususnya non perokok menjadi semakin tidak ingin merokok sama sekali.

“...Yang digambar itu, yaa tulisan-tulisan di gambar itu, bagi saya yang tidak merokok itu malah semakin tidak ingin merokok sama sekali..” (FGD Non Perokok).

Mencoba berhenti merokok

Perokok berusaha untuk berhenti merokok karena takut dengan penyakit paru – paru seperti pada gambar. Hal yang dilakukan perokok adalah membeli permen sebagai pengganti rokok. Dalam sehari, perokok mengkonsumsi sebanyak 1 pack permen. Namun, perilaku merokok terulang kembali ketika tidak membeli permen lagi.

“...Liat gambar yaa di hati gak enak kalau kena paru-paru itu. Trus saya beli milton, permen milton itu lho.. Itu 1 pack (bungkus) itu satu hari satu malam. Lha

trus gak beli milton itu permen itu, trus ngerokok lagi, hahaha..” (Perokok 1, P+, S+).

Tetap merokok

Informan mengatakan bahwa tidak ada pengaruh gambar terhadap perilaku merokok. Informan belum mempunyai niat untuk berhenti merokok. Informan menganggap gambar-gambar yang ada pada bungkus rokok tidak dapat mengubah kebiasaannya merokok.

“...Yaa saya kira gak ada, walaupun ada gak banyak mas. Wong saya, apa aja gambarnya tetep beli rokok kok. Masalahnya belum mau berhenti ngerokok, gitu lho..” (Perokok 4, P-, S-).

BAHASAN

Bandura menyatakan bahwa keyakinan yang terbentuk dalam diri seseorang adalah kognitif, sosial dan emosi (7). Sementara, bentuk dari keyakinan masyarakat Desa Sambirejo mengenai peringatan bergambar terbagi menjadi 3, yaitu: yakin, ragu - ragu, dan tidak yakin dengan peringatan bergambar. Sebagian besar masyarakat meyakini bahwa gambar yang terdapat pada kemasan rokok adalah benar. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan pada penelitian Pepper, *et al.* yang mengatakan bahwa remaja yang tidak merokok meyakini gambar peringatan kesehatan dapat menimbulkan penyakit, khususnya gambar kanker paru-paru (8).

Sebagian masyarakat meragukan peringatan gambar. Hal ini dikarenakan belum ada bukti langsung atau video yang menunjukkan kepada masyarakat bahwa gambar tersebut memang benar bisa terjadi. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa gambar penyakit dan video pasien kanker yang diakibatkan oleh rokok, merupakan peringatan yang paling efektif menurut siswa sekolah di Pakistan (9). Sementara itu, terdapat Masyarakat yang tidak yakin akan kebenaran gambar. Hal ini terjadi karena belum ada pengalaman dari diri sendiri ataupun orang lain di Desa Sambirejo yang mengalami penyakit seperti pada gambar. Salah satu yang memengaruhi keyakinan seseorang adalah pengalaman, baik secara internal maupun eksternal. Faktor yang memengaruhi tidak efektifnya peringatan bergambar pada kemasan rokok di Provinsi Jiangsu adalah kurang pengetahuan dampak rokok, sehingga memengaruhi keyakinan mereka terhadap peringatan bergambar (10).

Koping terhadap peringatan bergambar

Koping adalah upaya kognitif dan emosional untuk menghadapi tuntutan situasi baik internal maupun eksternal (11). Perbaruan kemasan rokok dari tidak ada gambar menjadi adanya gambar merupakan suatu perubahan situasi eksternal yang dialami masyarakat, tidak terkecuali di Desa Sambirejo. Hal ini menimbulkan upaya-upaya tertentu bagi masyarakat yang merasakan ketidaknyamanan ketika melihat gambar pada kemasan rokok dan juga meyakini akan kebenaran dari gambar tersebut.

Upaya yang dimaksud adalah munculnya koping terhadap peringatan bergambar pada kemasan rokok. Koping dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan atau menghindari dari gambar-gambar yang terdapat pada kemasan rokok, yang dianggap oleh sebagian besar masyarakat bahwa gambar tersebut terlihat menjijikkan, mengerikan dan menakutkan. Sehingga, keadaan ini menimbulkan ketidaknyamanan terhadap gambar yang dirasakan oleh masyarakat.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Jones dan Johnston dalam Deasy, et al. menyatakan bahwa koping terjadi sebagai upaya dalam proses meminimalkan atau toleransi stres dalam mencegah tekanan psikologis (11). Hal ini sesuai dengan kondisi atau keadaan yang terjadi pada sebagian besar masyarakat di Desa Sambirejo, yang merasa tidak nyaman akan adanya gambar yang terdapat pada kemasan rokok.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa koping yang dilakukan oleh masyarakat erat kaitannya dengan persepsi, keyakinan dan masa adaptasi dari peringatan bergambar. Adanya koping yang muncul seperti menyobek gambar, memilih gambar, mengambil rokok tanpa melihat gambar, memindahkan rokok ke wadah lain, dan membuang kemasan rokok, adalah merupakan upaya dalam meminimalkan stres atau perasaan tidak nyaman dengan menghindari gambar tersebut.

Cara koping yang digunakan dalam penelitian ini untuk meminimalkan stres terhadap peringatan bergambar adalah dengan menghindar dari melihat gambar pada kemasan rokok. Teori koping Lazarus dan Folkman dalam Marks menyebutkan salah satu ciri dari *Emotion Focused Coping* (EFC) yaitu mencari cara lain untuk meminimalkan ancaman atau stres (12).

Masa adaptasi peringatan bergambar

Perilaku koping sebagian besar ditemukan pada kelompok perokok. Ada beberapa upaya atau perlakuan yang ditemukan, yaitu menyobek gambar, memilih gambar, mengambil rokok tanpa melihat gambar, memindahkan rokok ke wadah lain, dan membuang kemasan rokok.

Koping dilakukan untuk menjauhkan diri dari perasaan tidak nyaman seperti, jijik, ngeri, takut dan sebagainya yang dirasakan oleh masyarakat. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Maynard, et al., yang menyatakan bahwa perokok aktif telah belajar menghindari atau mengalihkan perhatian mereka dari peringatan kesehatan pada kemasan rokok (13). Pada penelitian ini, koping yang sebelumnya ada akan berubah menjadi tidak ada koping dalam jangka waktu 1 sampai 2 bulan (atau beberapa minggu).

Dalam jangka waktu tersebut, masyarakat yang pada awalnya merasa tidak nyaman dan menghindari gambar, akan terbiasa dengan peringatan bergambar tersebut. Dengan kata lain, perasaan jijik, ngeri atau takut yang muncul akan hilang dan masyarakat tidak lagi menyobek ataupun melakukan hal lain untuk menghindari gambar. Negara harus memiliki beberapa peringatan kesehatan yang menarik bagi kelompok sasaran yang berbeda (14). Hal ini tentu saja untuk memberikan pengaruh khususnya perokok yang melihat peringatan kesehatan tersebut.

Perilaku merokok setelah ada peringatan bergambar

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar masyarakat meyakini kebenaran peringatan bergambar, dimana pada kelompok non-perokok yakin akan kebenaran peringatan bergambar itu dan membuat semakin tidak ingin merokok. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa gambar yang menampilkan penyakit dipersepsikan oleh responden sebagai tema peringatan kesehatan yang paling efektif (15). Tidak hanya itu, penelitian lain juga menemukan bahwa peringatan berbentuk grafis dapat menurunkan kemungkinan seseorang untuk menjadi perokok (16).

Sebagian besar orang pada kelompok perokok meyakini kebenaran gambar dan memiliki niat untuk berhenti merokok. Perilaku yang ditemukan adalah mengurangi konsumsi rokok, mencoba berhenti merokok dan tetap merokok. *Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh intensi atau niat yang merupakan kombinasi sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku (17). Anggapan bahwa merokok adalah hal yang biasa, serta kebebasan merokok dan tidak ada larangan

merokok menimbulkan perilaku tetap merokok pada masyarakat.

Transtheoretical model menjelaskan 5 tahapan perubahan perilaku individu yaitu *precontemplation*, yang mana individu belum merasa ada masalah dan belum ada niat untuk berubah. Kemudian *contemplation* atau tahap dimana individu mulai berpikir dan mempertimbangkan baik atau buruk. *Active change* adalah memutuskan untuk berubah dan mempraktikkan, lalu *maintenance* untuk menjaga perubahan perilaku, dan terakhir yaitu *relapse* atau kembali pada perilaku lama (18).

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku yang terjadi adalah mencoba berhenti merokok. Individu menyadari adanya masalah kesehatan, kemudian memiliki niat yang kuat untuk berhenti merokok. Tindakan awal yang dilakukan adalah mengurangi hingga nantinya berhenti merokok. Hal yang dilakukan untuk menjaga perilaku tidak merokok tersebut adalah dengan membeli permen. Namun hal ini juga tidak berlangsung lama, sehingga yang dilakukan individu adalah kembali pada perilaku semula yaitu kembali merokok. Perilaku tersebut dikarenakan pengaruh dari nikotin yang membuat perokok merasa nyaman ketika menghisap rokok.

Perokok mengetahui bahaya kesehatan, namun kecanduan nikotin membuat mereka sulit untuk berhenti merokok (19). Peringatan bergambar efektif dalam mencegah inisiasi merokok, terlebih lagi jika ditambah dengan peningkatan harga rokok yang menurut mereka akan mampu untuk menekan konsumsi rokok.

SIMPULAN

Persepsi masyarakat desa Sambirejo meliputi aspek pengetahuan tentang gambar, perasaan melihat gambar (jijik, ngeri, takut, miris dan biasa saja), serta tanggapan mengenai peringatan bergambar yang memengaruhi keyakinan masyarakat tersebut akan kebenaran dari gambar yang terdapat pada kemasan rokok. Keyakinan masyarakat (yakin, ragu-ragu & tidak yakin) terhadap gambar menentukan koping yang dilakukan oleh masyarakat. Ada koping yang muncul pada masyarakat seperti menyobek gambar, memilih gambar, mengambil rokok tanpa melihat gambar, memindahkan rokok ke wadah lain, dan membuang kemasan rokok. Sementara itu, ditemukan juga tidak ada upaya atau koping terhadap peringatan bergambar.

Masa adaptasi peringatan bergambar dalam jangka waktu beberapa minggu atau 1 – 2 bulan akan

mengubah perasaan dan koping masyarakat. Perilaku merokok yang muncul setelah ada peringatan bergambar, pada non perokok menjadi semakin tidak ingin merokok, sedangkan pada perokok munculnya niat untuk mencoba berhenti merokok, namun sebagian besar perokok tetap berperilaku merokok. Pemerintah selaku *decission maker* perlu menambahkan lebih banyak gambar lain yang lebih variatif dan dilakukan perubahan dalam jangka waktu yang berkala.

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini mengeksplorasi koping masyarakat terhadap peringatan bergambar pada kemasan rokok. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan disain penelitian *grounded theory*. Penelitian dilakukan di Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah (DKT). Informan penelitian terdiri dari perokok dan non perokok yang diambil secara purposif dengan teknik *maximum variation*. **Hasil:** Penelitian ini menghasilkan persepsi, keyakinan, koping, masa adaptasi, dan perilaku merokok setelah adanya peringatan bergambar dalam kemasan rokok. Persepsi masyarakat terdiri dari pengetahuan, perasaan (jijik, ngeri, takut, miris dan biasa saja), dan tanggapan mengenai peringatan bergambar pada kemasan rokok. Keyakinan meliputi yakin, ragu-ragu dan tidak yakin. Keyakinan tersebut dipengaruhi oleh persepsi dan dapat menentukan koping. Koping yang muncul yaitu adanya usaha untuk menghindari peringatan bergambar pada kemasan rokok. Perasaan dan koping yang dilakukan dipengaruhi oleh lamanya paparan terhadap peringatan bergambar (masa adaptasi). Peringatan bergambar membuat non-perokok semakin tidak ingin merokok dan memunculkan niat perokok untuk mencoba berhenti merokok. **Simpulan:** Koping dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan serta masa adaptasi peringatan bergambar; Masa adaptasi mengubah perasaan dan koping sebelumnya terhadap peringatan bergambar; dan peringatan bergambar pada kemasan rokok membuat non-perokok semakin tidak ingin merokok.

Kata kunci: rokok, peringatan bergambar, koping

PUSTAKA

1. WHO. Tobacco Use By Youth: A Surveillance Report from The Global Youth Tobacco Survey Project.

- Bulletin of The World Health Organization; 2000.
2. Anies. Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku Dan Lingkungan. Jakarta: Elex Media Komputindo; 2006.
 3. GATS. Global Adult Tobacco Survey : Indonesia Report 2011 [Internet]. 2011. Available from: www.who.int
 4. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Departemen Kesehatan RI. Riset Kesehatan Dasar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2007. Jakarta; 2008.
 5. Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau. Indonesia; 2013.
 6. Hoek J, Gendall P, Louviere J. Rationalisation as delusion : pictorial health warnings and tobacco industry arguments. *J Consum Mark*. 2013;28(7):476 – 483.
 7. Bandura A. *Self Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company; 1997.
 8. Pepper JK, Cameron LD, Reiter PL, McRee A-L, Brewer NT. Non-smoking male adolescents' reactions to cigarette warnings. *PLoS One* [Internet]. 2013 Jan [cited 2015 Nov 25];8(8):e65533. Available from: <http://www.pubmedcentral.nih.gov>
 9. Zaidi SM a, Bikak AL, Shaheryar A, Imam SH, Khan J a. Perceptions of anti- smoking messages amongst high school students in Pakistan. *BMC Public Health* [Internet]. 2011 Jan [cited 2015 Nov 25];11:117. Available from: <http://www.pubmedcentral.nih.gov>
 10. Qin Y, Wu M, Pan X, Xiang Q, Huang J, Gu Z, et al. Reactions of Chinese adults to warning labels on cigarette packages: a survey in Jiangsu Province. *BMC Public Health* [Internet]. 2011 Jan [cited 2015 Nov 25];11:133. Available from: <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=3053246&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>
 11. Deasy C, Coughlan B, Pironom J, Jourdan D, Mannix-McNamara P. Psychological distress and coping amongst higher education students: a mixed method enquiry. *PLoS One* [Internet]. 2014 Jan [cited 2016 Jan 3];9(12):e115193. Available from: <http://www.pubmedcentral.nih.gov>
 12. Marks LI. Perceived Effectiveness of Problem Focused and Emotion Focused Coping: The Role of Appraisal of Event Controllability and Personality Traits. The University of Tennessee; 1999.
 13. Maynard OM, Attwood A, O'Brien L, Brooks S, Hedge C, Leonards U, et al. Avoidance of cigarette pack health warnings among regular cigarette smokers. *Drug Alcohol Depend* [Internet]. Elsevier Ireland Ltd; 2014 Mar [cited 2015 Nov 8];136:1704. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov>
 14. Hitchman SC, Driezen P, Logel C, Hammond D, Fong GT. Changes in effectiveness of cigarette health warnings over time in Canada and the United States, 2002-2011. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2014 May [cited 2015 Oct 29];16(5):53643. Available from : <http://www.pubmedcentral.nih.gov>
 15. Hammond D, Thrasher J, Reid JL, Driezen P, Boudreau C, Santilla EA. Perceived effectiveness of pictorial health warnings among Mexican youth and adults : a population-level intervention with potential to reduce tobacco- related inequities. *Cancer Causes Control*. 2012;23:57–67
 16. Azagba S, Sharaf MF. The effect of graphic cigarette warning labels on smoking behavior: evidence from the Canadian experience. *Nicotine Tob Res* [Internet]. 2013 Mar [cited 2015 Nov 24];15(3):708–17. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22990228>
 17. Glanz K, Rimer BK, Viswanath K. *Health Behavior and Health Education Theory, Research, and Practice*. Fifth Edit. USA: Jossey-Bass; 2008.
 18. Davies M, Macdowall W. *HEALTH PROMOTION THEORY Understanding Public Health*. New York: Open University Press; 2006.
 19. Reiter PL, Broder-Oldach B, Wewers ME, Klein EG, Paskett ED, Katz ML. Appalachian residents' perspectives on new U.S. cigarette warning labels. *J Community Health* [Internet]. 2012 Dec [cited 2015 Nov 24];37(6):1269–78. Available from: <http://www.pubmedcentral.nih.gov>