

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri rokok adalah salah satu industri terbesar didunia, ini disebabkan karena setiap hari jumlah orang yang mengkomsumsinya begitu banyak. Hal ini menjadikan industri rokok semakin berkembang. Banyak perusahaan rokok yang mengeluarkan jenis rokok baru agar semakin diminati dan menganggarkan dana yang besar. Produk rokok di Amerika merupakan salah satu diantara produk yang paling sering diiklankan dan dipromosikan. Pada tahun 1994, sebuah perusahaan rokok diestimasi menghabiskan sekitar \$ 5 juta dolar lebih \$ 13 juta dolar per hari hanya untuk mengiklankan dan mempromosikan produk rokok.<sup>1</sup>

Di Amerika rokok juga tetap menjadi penyebab utama kematian paling utama bagi masyarakatnya, menyebabkan 400.000 kematian setiap tahun dan menghasilkan lebih dari \$ 50 miliar hanya untuk biaya kesehatan setiap tahun.

Berdasarkan keterangan diatas sudah bisa dibayangkan berapa besar pengaruh rokok merambah disemua lapisan masyarakat, kaya atau miskin, tua atau muda, mulai dari orang dewasa hingga generasi muda dan pelajar.

Padahal didalam bisnis rokok yang sebenarnya rokok diciptakan hanya untuk kalangan dewasa yang memilih untuk merokok. Tetapi didalam realitas sesungguhnya rokok tidak hanya digemari oleh kalangan dewasa tetapi juga oleh kalangan remaja bahkan anak-anak. Yang lebih memprihatinkan para remaja ini dapat secara cepat menjadi tergantung kepada rokok, dan mereka akan semakin menyukai rokok disebabkan karena beberapa sebab dibawah ini :

1. Orang tua mereka merokok.
2. Mereka mempunyai saudara yang merokok.
3. Orang tua mereka tidak memperingatkan mereka akan rokok.
4. Teman yang merokok.

Lingkungan sebenarnya sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk merokok, faktor-faktor yang menyebabkan remaja untuk merokok lebih dipengaruhi oleh anggapan apabila mereka merokok :

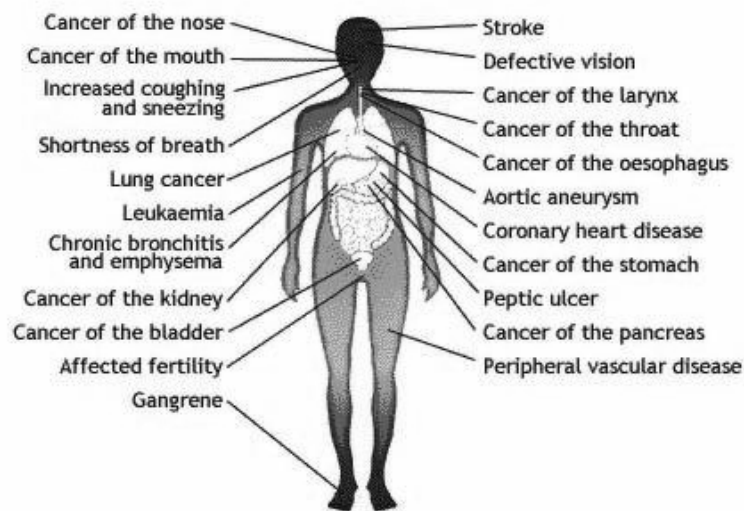
---

<sup>1</sup> Federal Trade Commission Report to Congress, Pursuant to The Federal Cigarette Labelling and Advertising Act. Issued 1996.

1. Mereka akan terlihat dewasa.
2. Menunjukkan bahwa mereka lebih independen.
3. Mereka akan cepat bersosialisasi.
4. Menyesuaikan diri dengan teman-teman perokoknya.
5. Meningkatkan rasa percaya diri mereka.

PBB peduli dengan masalah ini karena mereka menyadari bahwa merokok menyebabkan dampak yang buruk bagi kesehatan terlebih bila dikonsumsi sejak dini. Dampak negatif dari merokok antara lain terkena serangan jantung dan kanker, gangguan pernafasan, Sindrom kematian bayi dini (*Sudden Infant Death Syndrom-SIDS*) juga mengakibatkan masalah lingkungan yang serius seperti polusi udara. <sup>2</sup>

Berikut akan dijelaskan bagan dari dampak rokok terhadap setiap anggota tubuh manusia :

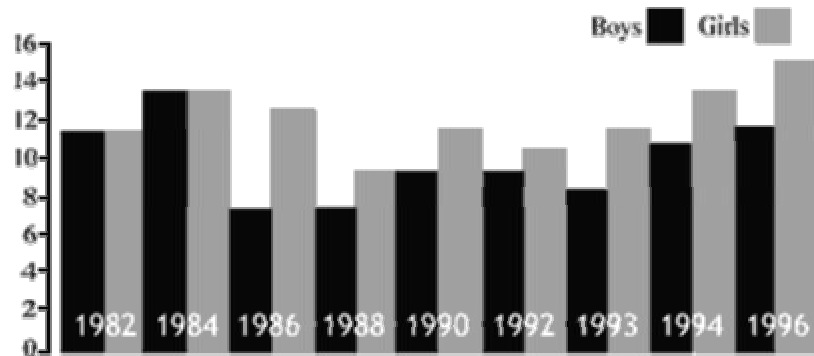


<sup>2</sup> WHO International. International Consultation On Enviromental On Tobacco Smoke (ETS) and Child Health. Switzerland, Geneva: 11 – 14 January 1999.

Hal inilah yang membuat PBB lewat badan kesehatan internasionalnya (WHO) risau dan mengangkat masalah serius ini menjadi sesuatu yang harus dicegah, sebab WHO melalui proyeknya yang diberi nama TFI (*Tobacco Free Initiative*) menemukan bahwa permasalahan rokok menyebabkan 4 juta orang meninggal setiap tahun, 4 dari 10 perokok meninggal dunia karena ketagihan mereka pada rokok, satu dekade mendatang rokok akan membunuh 500 juta orang, jumlah tersebut berarti 9 % dari populasi orang didunia dan itu berarti 1 dari 10 orang yang hidup didunia saat ini akan meninggal karena rokok. Data ini juga menyebutkan jumlah tersebut termasuk kalangan dewasa serta remaja.<sup>3</sup>

Sebanyak 80 % dari perokok dewasa mulai merokok sebelum umur 18. Setiap hari, hampir 3000 remaja dibawah umur 18 menjadi perokok aktif. Setiap tahun, merokok membunuh lebih banyak orang daripada AIDS, alcohol, kecanduan obat-obatan, kecelakaan mobil, pembunuhan, bunuh diri, atau kebakaran.

Berikut ini adalah *chart* (table) tentang kecendrungan remaja untuk merokok :



Beberapa fakta lain dari penelitian mengenai ketergantungan remaja pada rokok dapat diketahui bahwa :

1. Lebih dari 5 juta remaja dibawah usia 18 tahun akan mempercepat kematian mereka akibat penyakit yang disebabkan oleh rokok.<sup>4</sup>
2. Perokok berusia 18 tahun akan mempunyai paru-paru yang sama dengan perokok berusia 50 tahun.
3. Pada tahun 1991 remaja perokok mengkonsumsi rata-rata 28.3 juta rokok tiap hari (berarti 516 juta pak tiap tahun). Selama periode yang sama ini,

<sup>3</sup>.WHO International. (online). Tobacco Free Initiative. <http://www.tobacco.who.in>

<sup>4</sup> Centers for Disease Control and Prevention. Projected Smoking-Related Deaths Among Youth-United States. *Morbidity and Mortality weekly report* 1996, Vol 45, pp. 971-974.

diestimasi 225 juta pak rokok dijual secara ilegal ke remaja-remaja dibawah usia 18 tahun tersebut.<sup>5</sup>

4. Masalah merokok pada usia dini biasanya merupakan peringatan untuk berbagai masalah yang akan terjadi pada masa mendatang. Remaja yang merokok, akan 3 kali lebih besar kemungkinan mengkonsumsi minuman beralkohol, 8 kali kemungkinan mengkonsumsi marijuana, 22 kali kemungkinan mengkonsumsi kokain daripada remaja yang tidak merokok. Merokok juga seringkali dikaitkan dengan serangkaian tingkah laku resiko tinggi, termasuk perkuliahian dan melakukan seks bebas.<sup>6</sup>

Tindakan preventif WHO untuk mengatasi masalah global ini lebih difokuskan di negara-negara berkembang dengan kampanye anti rokok yang membidik kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa, karena WHO menyadari bahwa kebiasaan merokok bisa dicegah dengan cara menanamkan pola hidup sehat anti rokok. Dan pola hidup itulah yang harus diketahui lalu diterapkan sejak dini. Kampanye yang dilakukan WHO ini mempunyai tujuan antara lain memberikan bantuan teknis dan strategi terpadu yang dibutuhkan secara positif untuk mengatasi dampak negatif tembakau (rokok) dan memberi semangat serta mendukung generasi muda untuk menjalani secara aktif hidup sehat bebas rokok.

Indonesia juga termasuk didalam proyek WHO , lewat perwakilannya di Indonesia, WHO akan secara aktif bekerjasama dengan pemerintah, institusi, media, serta individu-individu yang mempunyai pengaruh kuat dalam mempengaruhi generasi muda lewat prestasi yang telah mereka capai, serta menyertakan juga generasi muda untuk menunjukkan bahwa bersama-sama mereka dapat melakukan sesuatu didalam masalah kesehatan yang penting ini.

Tindakan-tindakan yang secara aktif dilakukan oleh WHO Indonesia antara lain ialah memilih individu-individu berprestasi untuk dijadikan duta-duta WHO didalam menyuarakan kepentingan anti rokok ini. Individu-individu ini antara lain

---

<sup>5</sup> *American Journal of Public Health* 1994 , Vol.84, No.2, pp. 300-302.

<sup>6</sup> Centers for Disease Control and Prevention. Preventing Tobacco Use Among Young People : A Report Of The Surgeon General. Atlanta: US.Department of Health and Human Services, 1994, pp. 34-38.

**Angelique Widjaya** (juara tenis), **Taufik Hidayat** (juara bulutangkis) serta model bertaraf dunia **Tracy Trinita**. Mereka akan berkampanye menyerukan anti rokok disekolah-sekolah dan diberbagai event yang intinya menyebutkan satu pesan penting bahwa mereka bisa berprestasi tanpa merokok, mereka bisa berprestasi karena mempunyai tubuh yang sehat.

Tindakan lain yang juga tidak kalah penting sebagai penunjang kampanye anti rokok WHO ini adalah menciptakan sebuah sarana kampanye yang secara langsung dan efektif dapat menginformasikan pesan yang ingin disampaikan oleh WHO tersebut kepada masyarakat. Sarana-sarana tersebut dapat berupa *print media* (cetak) seperti brosur/katalog, poster, stiker, dll. Media-media tersebut memang merupakan media-media yang digunakan apabila akan berkampanye di masyarakat pada umumnya

Sarana yang dianggap penting didalam suatu kampanye adalah poster dimana diharapkan perancangan ini akan menghasilkan media poster yang bukan hanya sebuah poster yang berisi pesan - pesan positif anti rokok tetapi juga menjadikannya sebuah poster yang mempunyai dampak yang mendalam bagi orang yang melihat poster tersebut dan bisa membuatnya menghentikan kebiasaan merokok atau mencegah seseorang yang belum dan ingin merokok

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana poster eksperimental yang akan dihasilkan beserta paduan medianya akan mampu mendukung kampanye secara keseluruhan terlebih melalui kemampuan poster tersebut dalam menyampaikan pesan anti rokok ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

*Bagi Umum/Masyarakat* dari perancangan ini adalah untuk menyampaikan dan memberikan gambaran mengenai pesan dan hal positif anti rokok kepada khalayak umum dan menyampaikan juga gambaran dan hal negatif berkaitan dengan kebiasaan merokok.

*Bagi Mahasiswa* dari perancangan ini adalah untuk memperkaya dunia komunikasi visual dengan suatu gaya desain eksperimental yang tidak lazim digunakan didalam poster iklan layanan masyarakat. Disisi lain penggunaan gaya desain ini secara tidak langsung juga memperkenalkan kepada masyarakat suatu gaya desain yang sebelumnya hanya dipergunakan untuk kepentingan lain bukannya untuk suatu kampanye layanan masyarakat.

*Bagi Institusi/WHO Indonesia* dari perancangan ini ialah sebagai salah satu sarana WHO menyerukan kampanye anti rokok kepada masyarakat Indonesia untuk menciptakan satu sistim manajemen yang bebas dari tembakau (rokok). Serta membantu WHO untuk menyampaikan pesan tersebut secara efektif kepada khalayak masyarakat sasaran dari tujuan kampanye anti rokok ini.

## **1.4 Metode Perancangan**

### **1.4.1 . Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipilih ialah observasi dari karya-karya poster eksperimental lainnya yang pernah dibuat (oleh **David Carson, Scott Clum, Andy Warhol**, dll), buku-buku yang beraliran kontemporer eksperimental (*Raygun-Culture, The End Of Print, Alternative Pick, Nippon Pop, The Graphic DesignOf David Carson*, dll), serta dari situs-situs di internet mengenai rokok ([www.tobacco.who.int](http://www.tobacco.who.int) ; [www.antirokok.or.id](http://www.antirokok.or.id) ; [www.infact.org/youth/html](http://www.infact.org/youth/html). dll

### **1.4.2 Metode Analisis**

Dengan data yang sudah dikumpulkan dapat dianalisis kelebihan dan kekurangan poster kampanye anti rokok WHO yang akan dibuat. Kelebihan dan kekurangan dari poster ini dapat diketahui melalui analisis SWOT, yang meliputi :

#### *Strengths*

Merupakan sesuatu yang baru dan dianggap mampu untuk menarik perhatian masyarakat untuk melihatnya, selain itu poster kampanye anti rokok WHO Indonesia ini bergaya eksperimental dimana saat ini gaya tersebut sangat sedikit dan jarang sekali dipergunakan untuk sebuah kampanye yang bersifat layanan masyarakat

### Weakness

Merupakan poster layanan masyarakat dengan gaya yang masih tidak lazim dan belum banyak digunakan oleh suatu lembaga non komersil (dalam hal ini WHO) untuk kepentingan masyarakat umum, sehingga dikhawatirkan poster ini nantinya tidak bisa berfungsi sebagai komunikator yang baik.

### Opportunities

Semakin gencar dan sering masyarakat melihat poster bergaya eksperimental maka akan semakin mudah diterima nantinya, diharapkan poster ini memberikan dampak psikologis yang cukup mendalam. Sebab mereka jarang melihat poster dengan gaya semacam ini dan hal ini secara langsung akan berdampak positif bagi kampanye anti rokok WHO sebab masyarakat akan selalu ingat akan pesan-pesan yang disampaikan WHO melalui media poster tersebut.

### Threats

Masih banyak masyarakat yang menganggap gaya desain eksperimental itu sama dengan sesuatu hal (lukisan) abstrak yang sulit dicerna maknanya. Padahal kedua hal tersebut adalah dua hal yang berbeda apabila diterapkan dengan benar. Gaya desain eksperimental disini dipergunakan untuk mendukung penyampaian pesan dari kampanye anti rokok WHO sehingga mempunyai pesan yang harus bisa dipahami oleh *Target Audience*-nya.

### 1.4.3 Metode Konsep Desain

Gaya yang dipakai adalah gaya eksperimental desain dan lebih ke gaya desain Amerika seperti *RAYGUN*-nya **David Carson**. *RAYGUN* merupakan sebuah majalah mengenai musik dan gaya hidup yang terkenal pada awal tahun 90-an. Majalah ini terkenal sebab menampilkan *layout* yang berbeda dari kebanyakan majalah lain, majalah ini diterbitkan oleh **David Carson** yang juga bertugas sebagai *art director* dari majalah ini. *RAYGUN* mendobrak semua batasan yang mungkin ada dalam sebuah majalah. Penggunaan jenis huruf yang tidak lazim, tidak jelas serta bertumpuk dan juga peletakan dan penggunaan gambar gambar yang sangat membangkitkan emosi pembacanya. Kebanyakan pembaca *RAYGUN* adalah kaum muda yang saat itu sangat suka dengan hal-hal yang berbau anti kemapanan serta mewakili semangat jiwa muda mereka. Oleh sebab itulah gaya ini dipilih didalam perancangan ini sebab gaya ini mewakili semangat generasi muda saat ini yang sangat berkiblat ke generasi MTV. Gaya eksperimental ini akan cocok apabila digunakan sebagai gaya desain untuk suatu kepentingan untuk generasi muda. Dan tidak lupa poster-poster dan *media mix* dalam kampanye layanan masyarakat ini nantinya akan mempunyai satu ciri khas eksperimental .