

**Studi Paparan Iklan, Promosi, dan Sponsor Rokok
Pada Anak dan Remaja Usia dibawah 18 tahun di Indonesia**

*“Media TV, Acara Musik dan Pembagian Sampel Rokok Gratis
adalah Tiga Kegiatan Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok yang
Paling Mempengaruhi Status Perokok Anak dan Remaja di Indonesia”*

Jakarta, 28 September 2018 — TCSC IAKMI hari ini melakukan diseminasi hasil penelitian mengenai “Paparan Iklan, Promosi, dan Sponsor Rokok Pada Anak dan Remaja Usia dibawah 18 tahun di Indonesia”. “Trend merokok pada anak dan remaja laki-laki dan perempuan yang terus mengalami peningkatan, menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini (Oktober - Desember 2017) di 16 Kota/ Kabupaten dengan total responden 1098 anak dan remaja usia di bawah 18 tahun,” jelas dr. Sumarjati Arjoso, SKM, MPH, Ketua TCSC-IAKMI. Lebih lanjut dr. Sumaryati menjelaskan, penelitian ini melibatkan enumerator dari 14 Universitas dan 1 Organisasi Masyarakat Sipil, bertujuan mengetahui: tingkat keterpaparan iklan, promosi, dan sponsor rokok; hubungan antara paparan iklan rokok dengan status merokok; hubungan antara paparan promosi dan sponsor rokok dengan status merokok pada anak dan remaja usia di bawah 18 tahun di Indonesia.

Hasil studi ini menemukan bahwa, secara umum, remaja paling banyak terpapar iklan rokok dari media TV (85%). Hal ini menunjukkan bahwa media TV merupakan media iklan yang paling sering dilihat oleh anak dan remaja. Selain itu paparan iklan rokok di internet jauh lebih besar pada kelompok usia remaja (45,7%) dibandingkan dengan kelompok usia dewasa (38%). Secara umum, paparan promosi dan sponsor rokok terhadap anak dan remaja usia dibawah 18 tahun sama dengan paparan pada dewasa, yaitu paling banyak terpapar dari toko yang menjual rokok.

Dr. Hendriyani, S.Sos, M.Si dari Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) mengatakan, “Penelitian mengenai pengaruh paparan dan dampak paparan iklan, promosi dan sponsor rokok pada anak dan remaja sangat penting. Selama ini industri rokok sangat agresif merekrut anak dan remaja menjadi perokok baru dan menjadikan mereka pelanggan tetap jangka panjang melalui kegiatan iklan, promosi dan sponsor rokok. Untuk itu semua kegiatan iklan, promosi dan sponsor rokok harus dilarang total!”

Dari 10 media iklan rokok, ada 5 media yang memiliki pengaruh signifikan terhadap anak dan remaja usia dibawah 18 tahun untuk menjadi perokok yaitu, TV, radio, billboard, poster dan internet. Anak dan remaja usia dibawah 18 tahun yang terpapar iklan rokok di TV memiliki peluang 2,24 kali lebih besar untuk menjadi perokok dibandingkan dengan anak

dan remaja yang tidak terpapar iklan rokok di TV. Sedangkan pada media Radio, Billboard, Poster dan Internet, kecenderungannya berkisar 1,5 kali lebih besar.

Sebanyak 8 dari 9 media iklan rokok mempunyai hubungan dengan status merokok pada anak dan remaja di bawah usia 18 tahun. Toko yang menjual rokok paling tinggi paparannya, hal ini karena toko yang menjual rokok merupakan hal yang umum di kalangan masyarakat. Anak dan remaja usia dibawah 18 tahun yang melihat pembagian sampel rokok gratis memiliki peluang 2,8 kali lebih besar untuk menjadi perokok dibandingkan dengan anak dan remaja yang tidak melihat pembagian sampel rokok gratis. Pada kegiatan promosi dan sponsor lain angkanya bervariasi sebagai berikut, promosi di acara musik (2,45), kupon/ voucher rokok (2,07), diskon harga rokok (2,05), hadiah gratis (1,99), surat (1,93), logo rokok pada merchandise (1,74), acara olahraga (1,49).

“Media TV, acara musik, dan pembagian sampel rokok gratis adalah tiga kegiatan iklan, promosi, dan sponsor yang paling berhubungan dengan status perokok pada anak dan remaja. Untuk itu iklan, promosi dan sponsor rokok harus dilarang total jika kita mau menciptakan generasi berkualitas tanpa asap rokok,” papar dr. Sumarjati Arjoso, SKM. DPR harus segera mengesahkan kebijakan yang tegas tentang larangan total iklan, promosi dan sponsor rokok seperti tercantum dalam RUU Penyiaran, yang sampai saat ini masih menggantung dalam pembahasan, himbaunya lebih lanjut.

-selesai -

Kontak: Kiki Soewarso
0818 820084
kikisoewarso@yahoo.com

Tentang TCSC IAKMI

Tobacco Control Support Center (TCSC) merupakan badan khusus pengendalian tembakau di bawah struktur Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI). Didirikan tahun 2007. Visinya adalah: “Generasi Indonesia yang Sehat Tanpa Tembakau” Misi: Mendorong perlindungan hukum terhadap dampak konsumsi tembakau khususnya bagi kelompok rentan; Mengembangkan jaringan pengendalian dampak tembakau yang efektif yang bersifat non hirarkhis; Meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya adiksi nikotin dan dampak merugikan dari penggunaan tembakau serta pajanan asap rokok orang lain; termasuk hak untuk mendapatkan perlindungan hukum 100% kawasan tanpa asap rokok.

Tentang YPMA

Yayasan Pengembangan Media Anak adalah sebuah LSM yang memiliki kegiatan utama pada persoalan anak dan media, khususnya Literasi Media. Berdiri tahun 2004. Misinya adalah: Melindungi anak dari dampak negatif media; Mengupayakan adanya peraturan perundangan yang memperhatikan kepentingan terbaik anak, Memproduksi informasi kritis tentang isi media untuk anak; Menyebarkan kemampuan cerdas bermedia dan menciptakan generasi yang Kritis! membaca media.