

Mendambakan Generasi Tanpa Rokok

Oleh Arifah Suryaningsih

Kita patut berlega hati bahwa mulai 24 Juni lalu, pemerintah mulai menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang penggantian peringatan tertulis di reklame dan bungkus rokok dengan peringatan dalam bentuk gambar. Peringatan tersebut berupa berbagai macam gambar kanker pada 40 persen penampang bungkus rokok. Ada lima gambar yang sudah dipilih untuk ditampilkan di bungkus rokok, yakni gambar kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru, merokok membunuhmu, dan merokok dekat dengan anak berbahaya. Dengan dipangkangnya gambar-gambar penyakit yang mengerikan akibat merokok, paling tidak hal tersebut akan meminimalisasi calon-calon perokok yang berasal dari kaum muda, atau bahkan anak-anak.

Semua ahli kesehatan termasuk Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah lama menyimpulkan bahwa secara kesehatan, rokok banyak menimbulkan dampak negatif, lebih-lebih bagi anak dan masa depannya. Rokok mengandung 4.000 zat kimia dengan 200 jenis di antaranya bersifat karsinogenik (dapat menyebabkan kanker), di mana bahan racun ini didapatkan pada asap utama maupun asap samping, misalnya, karbon monoksida, benzena, dan amoniak. Kemudian, berdasarkan laporan WHO pada 1999, sekitar 250 juta anak

di dunia akan meninggal karena tembakau bila konsumsinya tidak dihentikan. Sedangkan di Indonesia, menurut data Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), ada 21 juta anak merokok per tahunnya dan jumlah tersebut terus meningkat.

Sementara hasil survey Kementerian Kesehatan yang dipublikasikan oleh BPS dalam *Profil Kesehatan Ibu dan Anak 2012*, persentase anak-anak merokok usia 15-17 tahun adalah 16,39 persen. Data tersebut juga menyebutkan anak usia 15-17 tahun, yang tiap hari merokok, sebagian besar (57,77 persen) mulai merokok pada usia 13-15 tahun (SMP). Sedang yang mulai merokok di usia 16-17 tahun (SMA) 25,24 persen. Jika dicermati, anak merokok usia 15-17 tahun ini relatif kecil dibandingkan dengan yang tidak merokok, namun peningkatan perlahan anak perokok, membawa kecemasan tersendiri.

Sementara aturan tentang larangan merokok selama ini dinilai masih jauh panggang dari api. Pengawasan terhadap industri rokok dengan iklannya yang menggurita maupun perokok yang menghisap rokok dengan scenaknya di Kawasan Tanpa Rokok (KTR) pun terlihat demikian bebasnya, sehingga memberikan dampak yang lebih buruk kepada orang-orang yang berada di seki-

turnya. Contoh buruk itu sedemikian sering dan jamak terjadi di area-area publik. Sehingga, upaya untuk mendinginkan generasi tanpa rokok seakan menjadi sulit terealisasi.

Gempuran iklan dengan aksi-aksi yang memancing adrenalin serta jargon-jargonnya yang berjiwa muda, provokatif serta kreatif mampu memberikan kontribusi bagi datangnya para perokok pemula. Belum lagi, pembagian rokok secara gratis pada event-event tertentu, secara terang-terangan hal tersebut memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk memperoleh pengalaman baru merokok dengan begitu mudahnya. Agresivitas industri rokok dalam memasarkan produk adiksinya melalui iklan, promosi dan sponsor di semua media dan tempat ini tidak dapat dipungkiri mampu memberikan keuntungan yang besar dan menggiurkan.

Dengan demikian, political will yang telah diambil pemerintah untuk benar-benar melindungi anak-anak dari adiksi rokok ini patut diapresiasi. Karena, fenomena merokok pada anak tidak cukup hanya ditangani secara sektoral, tapi harus lintas sektor, yang melibatkan seluruh peran aktif masyarakat serta dukungan pemerintah. Peperangan terhadap rokok harus terus dikobarkan, jangan biarkan anak-anak kita sendirian dalam

menghadapinya. Karena, dalam perspektif psikologi individu, ABG adalah anak-anak yang berada pada masa transisi dari status anak-anak menuju ke orang dewasa. Masa-masa ini selalu menjadi fokus pengamatan yang membutuhkan pengawasan ketat.

Karena usia ini adalah periode yang kritis dan bersifat labil. Di mana, kondisi lama belum sepenuhnya ditinggalkan, di sisi lain, kondisi yang baru belum juga dipahami atau bahkan dirasakan lebih nyaman daripada kondisi masa anak-anak. Seperti disebutkan dalam teori perkembangan kognitif Piaget. Di usia ini, mereka berada pada tahap operasional formal, merupakan periode terakhir yang mulai dialami anak dalam usia sebelas tahun (saat pubertas) dan terus berlanjut sampai dewasa.

Artinya, mereka masih sangat memerlukan pendampingan, memerlukan figur dan sosok yang dapat mereka contoh dan juga sangat memerlukan arahan dalam menemukan jati diri dalam dunianya yang masih abunya tersebut. Seperti diungkapkan dalam teori perkembangan usia tersebut, dilihat dari faktor biologis, tahapan ini muncul saat pubertas (saat terjadi berbagai perubahan besar lainnya), menandai masuknya ke dunia dewasa secara fisiologis,

kognitif, penalaran moral, perkembangan psikoseksual, dan perkembangan sosial.

Kehadiran rokok dalam kemasan yang 'mengerikan' setidaknya akan membeberikan gambaran yang buruk kepada para calon perokok atau perokok pemula. Bahwa, apa yang terlihat dalam bungkus rokok tersebut, meminjam istilah perkompustasian merupakan WYSIWYG (*What You See Is What You Get*). (Apa yang Anda Lihat adalah Apa yang Anda Dapatkan). Berbagai penyakit mematikan seperti di gambar akan menunggu masa depannya.

Pemerintah perlu terus didesak untuk konsisten berkampanye anti rokok dengan lebih memperketat lagi aturan mengenai iklan-iklannya, termasuk merawat ketegasannya dalam pemuatan peringatan kesehatan bergambar di bungkus rokok sebagai amanat UU. Kebijakan ini seharusnya tidak perlu lagi memikirkan lagi besarnya keuntungan finansial yang dapat diperoleh dari industri rokok. Kekuatan ekonomi yang bersumber dari rokok harus dikalahkan oleh kekuatan kesehatan rakyat dengan tidak memberikan kompromi lagi kepada industri rokok yang membandel. Ingat, masa depan anak bangsa harus sedini mungkin diselamatkan dari bahaya rokok. Semoga. ***

Penulis adalah pendidik,
alumnus Manajemen
Kepengawasan Pendidikan
MM UGM.