

Proses Kreatif Pembuatan Video Musik Tentang Bahaya Merokok yang Ditujukan untuk Generasi Z

Cindy Winardi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
winardi.cindy@gmail.com

Jesslyn Hartono

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
jesslyn.xiu@gmail.com

Cecilia Dewi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ceil010215@gmail.com

Albert Gunawan

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,
Universitas Pelita Harapan
ag020899@gmail.com

ABSTRAK

Menurut data dari BBC tahun 2017 mencatat bahwa sebanyak 48 juta penduduk di Indonesia masuk dalam perokok aktif, sehingga pola merokok sudah menjadi suatu kebiasaan dalam masyarakat Indonesia. Menurut data dari Global Youth Tobacco (2014) sebesar 45% perokok di Indonesia merupakan kalangan muda berumur 13 - 19 tahun. Hal ini adalah efek dari perkembangan zaman, dimana golongan pemuda yang tadinya tidak menormalisasi kegiatan merokok. Gloria Fransisca Katharina dalam Astaga, Jumlah Perokok Anak dan Remaja Meningkat (2020) lifestyle.bisnis.com mengatakan banyak anak yang menjadi terpapar dikarenakan mengikuti 'tren' yang ada. Sehingga menjadikan rokok sebagai suatu hal yang sangat biasa.

Keaktifan mereka dalam merokok membuat mereka tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan terhadap kesehatan dalam diri mereka dan dalam lingkungan sekitar. Akibat dari itu juga, salah satu komunitas yang bernama Suara Tanpa Rokok bergerak untuk menyadarkan masyarakat akan akibat asap rokok.

Penelitian ini mencoba bekerja sama dengan komunitas yang ada untuk memberikan kesadaran kepada generasi Z akan bahaya merokok, dengan cara membuat video musik secara *online* yang berisi narasi tentang seorang pemuda yang mendapat ajakan dari berbagai belahan kota di Indonesia untuk berhenti merokok. Lirik dari musik yang akan dinyanyikan oleh masyarakat, seperti para anak muda, ibu-ibu

yang berisi tentang ajakan, peringatan mengenai kerugian rokok dan bahaya rokok terhadap diri kita serta orang-orang di lingkungan sekitar kita. Vital Strategis juga ikut berperan sebagai institusi penggagas kampanye kesehatan ini. Penelitian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* dan *Design Thinking*, aktivitas ini akan dilakukan bersama - sama dengan komunitas yang ada. Project ini dilakukan untuk meraih masyarakat dari generasi Z agar sadar akan dampak negatif dari rokok untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Kata Kunci: Anti Rokok, Generasi Z, Video Musik, Kampanye Sosial.

PENDAHULUAN

Pengertian Rokok berdasarkan Gagan dalam dinkes.bantenprov (2017), Rokok adalah sebuah lintingan atau gulungan dari tembakau yang digulung/ dibungkus dengan sebuah kertas, daun, atau kulit jagung, sebesar kelingking dengan panjang 8-10 cm, dalam perkembangannya saat ini rokok dijual dalam kemasan berbentuk kotak supaya mudah masuk ke dalam saku, dan rokok juga hadir dengan berbagai varian rasa yang dapat menarik pemakainya. Sejak beberapa tahun terakhir, bungkus-bungkus tersebut juga umumnya disertai pesan kesehatan yang memperingatkan perokok akan bahaya kesehatan yang dapat ditimbulkan dari merokok, misalnya kanker paru-paru atau serangan jantung, meskipun pada kenyataannya pesan tersebut sering diabaikan. Santoso, Agung Budi, *tribunnews.com* (2014) menulis bahwa menurut para ahli, satu batang rokok itu mengandung sekitar 4000 jenis zat yang berbahaya untuk tubuh. Satu diantara 4000 jenis zat tersebut adalah zat nikotin yang dapat menyebabkan kecanduan. Zat nikotin adalah zat yang bisa menembus darah di dalam otak yang dapat menyebabkan otak menjadi terangsang untuk mengeluarkan suatu hormon nikmat di dalam tubuh (Sardjito, Humas. 2019). Banyak penyakit yang tidak menutup kemungkinan dan bisa saja terjadi jika merokok yaitu kerusakan otak, penyakit mulut dan tenggorokan, penyakit paru-paru, penyakit lambung, penuaan dini, masalah pada organ reproduksi dan gangguan psikologis (Gagan, 2017). Selain itu, merokok juga dapat merugikan orang-orang yang ada di sekitar kita. Asap rokok bagi lingkungan merupakan sumber utama polusi udara dalam ruangan, asap ini membawa sebagian besar gas beracun dan merugikan pada orang yang tidak ikut merokok (Adrien, Kevin. *Alodokter.com*, 2021).

Di beberapa negara maju, kebiasaan merokok dapat berkurang tetapi di negara berkembang justru meningkat. Hal ini sesuai observasi WHO yang berkaitan dengan intelektualitas suatu masyarakat yang pada hakekatnya mendasari pengetahuan tentang risiko merokok bagi kesehatan (Lararenjana, Edelweis, 2020). Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya merupakan perokok terbesar, yang persentasenya 39,9% dan termasuk dalam peringkat ketujuh (Sirait, Anna Maria, Pradono, Yulianti dan Toruan, Ida L, 2021). Ketua badan khusus pengendalian tembakau Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat (IAKMI), dr Widyastuti Soerojo, MSC, mengatakan bahwa selama satu dekade, jumlah perokok pemula meningkat sampai 240 persen yang terdiri dari SD, SMP 10-14 tahun dan usia 15 - 19 tahun (2020) dan menurut data dari *Global Youth Tobacco* sebesar 45%

perokok di Indonesia merupakan kalangan muda berumur 13 - 19 tahun (Dwianto, Achmad Reyhan, detikHEALTH, 2020). Dari kedua data diatas dapat disimpulkan bahwa perokok aktif di Indonesia adalah para anak muda.

Meningkatkan jumlah perokok aktif dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti iklan, tempat penjualan dan efek dari perkembangan zaman. Iklan merupakan salah satu sarana pemasaran yang paling banyak digunakan oleh industri rokok karena iklan dapat menjangkau masyarakat secara luas dan bebas ditayangkan di media apapun termasuk internet (WHO, 2020). Menurut Anggota Komisi XI DPR, Amir Uskara, rokok merupakan industri produk legal yang dilindungi oleh Undang-Undang maka dari itu, iklan mengenai rokok tidak masalah jika ditayangkan di internet maupun di media lain (Lukitaningsih, Ambar, Media.neliti, 2013). Namun dampak yang diberikan iklan terhadap kalangan muda sangat besar, yang dimana membuat kalangan muda merasa bahwa merokok adalah hal yang biasa dan sesuatu yang baik. Akses pembelian rokok juga meningkatkan perokok remaja di Indonesia. Hal ini dapat terbukti dengan survei yang telah dilakukan Yayasan Lentera Anak di 3 kota besar mengenai penjualan rokok kepada anak-anak. Terdapat 90% toko tidak melarang anak-anak untuk membeli rokok (liputan6.com, 2021). Perkembangan juga ikut turut mempengaruhi peningkatan perokok pemuda di Indonesia, yang dimana golongan pemuda yang tadinya tidak menormalisasi kegiatan merokok menjadi terpapar akan penggunaannya dikarenakan mengikuti 'trend' yang ada. Sehingga menjadikan rokok sebagai suatu hal yang sangat biasa.

Untuk membuat para anak muda sadar akan bahayanya asap rokok bagi dirinya dan lingkungannya, maka peneliti berencana untuk membuat musik video. Dari musik video yang bersifat interaktif ini, campaign adalah salah satu hal yang dapat menyebarluaskan musik video yang telah dibuat. Sebagai 'challenge', ajakan bagi para penikmat konten sosial media untuk ikut menyanyikan lagu tersebut lalu video yang sudah dibuat oleh para penonton akan dikompilasi oleh tim konten komunitas untuk diupload (setelah lagu rilis). Hal ini dapat membantu mempopulerkan musik video melalui platform seperti Tiktok dan Instagram dengan menggunakan hastag yang bersifat ajakan.

METODOLOGI

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah *Participatory Action Thinking* dan *Design Thinking*. *Participatory Action Thinking* adalah sebuah metode penelitian yang melibatkan secara aktif semua pihak yang berhubungan dalam meneliti tindakan yang sedang berlangsung dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik (Sibyani, Hidayatus, 2013). Untuk mengambil informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian masalah dalam komunitas Suara Tanpa Rokok, peneliti menggunakan *In-depth interview*. *In-depth interview* ini akan dilakukan bersama dengan anggota dari komunitas Suara Tanpa Rokok yaitu Yosef Rabidanata dan Fani Lesnussa. Melalui *in-depth interview* ini, peneliti mendapatkan informasi bahwa masih banyaknya masyarakat Indonesia yang tidak percaya akan fakta bahaya dari rokok yang disebarkan oleh komunitas Suara Tanpa Rokok dalam akun sosial media mereka, padahal data yang disebarkan

oleh komunitas yang bersangkutan adalah data yang valid. Masyarakat Indonesia juga masih takut untuk menegur para perokok di tempat umum maupun dalam kawasan dilarang merokok. Sehingga komunitas Suara Tanpa Rokok berharap agar masyarakat menjadi lebih berani untuk langsung menegur para perokok yang merokok di kawasan dilarang merokok dan lebih peduli terhadap dirinya dan juga sekitar.

Metode *design thinking* adalah sebuah metode untuk menyelesaikan sebuah masalah secara kreatif dan praktif dengan fokus utamanya kepada pengguna (NKD, Feradhita, 2021). Dalam *design thinking*, terdapat 5 tahapan yang harus dilakukan yakni *discovery*, *interpretation*, *ideation*, *experiment*, dan *evolution*. (Suprobo, Priyo, 2012). Metode ini digunakan untuk membuat ide dalam menyelesaikan masalah yang dialami oleh komunitas berdasarkan informasi yang didapat melalui metode *In-depth interview*. Melalui metode ini, peneliti dan komunitas Suara Tanpa Rokok akan merancang sebuah musik video yang menyinggung tentang bahaya rokok terhadap dirinya dan sekitarnya.

PEMBAHASAN

1. Participatory Action Thinking

In-depth interview telah dilakukan bersama Yosef Rabidanata dan Fani Lesnussa. Kedua orang tersebut merupakan perwakilan dari komunitas Suara Tanpa Rokok.

Yosef Rabidanata adalah pemegang akun sosial media komunitas Suara Tanpa Rokok pada tahun ini. Melalui interview yang telah dilakukan bersama dengan beliau, peneliti mendapatkan informasi bahwa komunitas Suara Tanpa Rokok adalah sebuah komunitas yang bergerak untuk mengurangi perokok di Indonesia, karena masih maraknya iklan-iklan rokok di Indonesia yang disebarluaskan secara bebas. Beliau juga berkata bahwa komunitas yang bersangkutan ini telah berhasil bekerja sama dengan Gubernur Ambon untuk membuat kawasan tanpa rokok. Beliau juga mengatakan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak berani untuk menegur para perokok di tempat umum, karena itu juga komunitas ini menyediakan platform untuk masyarakat yang hendak bersuara untuk mengurangi perokok di Indonesia melalui website.

Fani Lesnussa yang menangani akun sosial media dari komunitas Suara Tanpa Rokok. Melalui interview yang dilakukan dengan beliau, peneliti mendapatkan informasi bahwa masih banyak perokok aktif yang tidak membenarkan bahaya merokok yang diupload oleh komunitas yang bersangkutan bahkan sampai ada yang menyebarkan hoaks-hoaks mengenai merokok tidak menimbulkan apapun dalam komentar sosial media mereka. Namun mereka tidak putus asa untuk selalu mengajak masyarakat menjauh dari rokok dengan cara memperlihatkan cara mengurangi kebiasaan merokok dan menampilkan cerita dari sang perokok aktif yang sudah berhenti. Komunitas ini juga sebagai tempat bercerita bagi

para perokok aktif yang dengan volunter bercerita mengenai pengalaman hidupnya.

2. *Design Thinking*

a. *Discovery*

Dalam tahap ini, peneliti melakukan wawancara dengan anggota komunitas Suara Tanpa Rokok yang bernama Yosef Rabidanata dan Fani Lesnussa untuk mendapatkan informasi mengenai komunitas dan permasalahan yang dialami oleh para komunitas. Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang oleh peneliti untuk mendapatkan informasi:

Yosef Rabidanata

- Peran kakak di komunitas sebagai apa ?
- Bagaimana awal mula terbentuknya komunitas ini ? Siapakah tokoh dan latar belakang tokoh yang mempelopori terbentuknya gerakan suara tanpa rokok?
- Bagaimana perkembangan komunitas dari lingkup kecil hingga sekarang memiliki banyak pengikut dari berbagai belahan pulau Indonesia?
- Mengapa isu yang diangkat komunitas memiliki nilai urgent untuk dapat menjamah keadaan masyarakat saat ini? (dalam konteks, padahal merokok itu suatu hal yang sudah menjadi hal umum dalam masyarakat)
- Apakah kendala yang ditemukan dalam mengajak masyarakat sekitar untuk mengikuti gerakan ini?
- Bagaimana stigma/minat masyarakat mengenai adanya komunitas ini?

Fina Lesnussa

- Apakah impact yang dilakukan oleh Suara Tanpa Rokok dirasa sudah sesuai dengan ekspektasi dari penggerak komunitas pada saat ini?
- Apakah ada perokok aktif yang memberikan komentar negatif di sosial media ?
- Bagaimana komunitas ini membantu masyarakat untuk berani bersuara ?
- Apa harapan kakak untuk masyarakat non perokok terhadap perokok ?

b. *Interpretation*

Dalam tahap ini, peneliti membuat beberapa tema untuk menjadi landasan semua aktifitas dalam menyelesaikan permasalahan di tahap berikutnya. Tema pertama adalah bagaimana kita bisa memotivasi perokok aktif untuk berhenti ?, namun tema ini menjadi tantangan karena perokok aktif sulit untuk berhenti merokok, masih

banyak perokok aktif banyak yang tidak percaya dengan konsekuensi merokok karena orang tersebut masih sehat walaupun ia sudah lama menjadi perokok aktif dan yang terakhir adalah maraknya iklan dan penjual rokok yang dapat diakses dengan mudah. Tema yang kedua adalah bagaimana kita bisa membuat para perokok peduli terhadap dirinya dan lingkungan sekitar ?, namun tema ini menjadi tantangan karena masih banyak para perokok yang merokok di sembarang tempat tanpa memperdulikan lingkungan sekitarnya dan juga tidak adanya aturan yang ketat untuk para perokok yang merokok di kawasan tanpa rokok. Untuk tema yang ketiga adalah bagaimana kita bisa mengedukasi masyarakat tentang dampak negatif rokok ?, namun tantangan yang dihadapi adalah masih banyak orang yang tidak peduli terhadap dampak dari rokok. Dari ketiga tema ini, peneliti memilih tema kedua yaitu bagaimana kita bisa membuat para perokok peduli terhadap dirinya dan lingkungan sekitar ?, karena melalui informasi yang telah didapatkan peneliti menggunakan *Participatory Action Thinking*, dapat disimpulkan bahwa komunitas mengalami permasalahan dalam mengajak masyarakat untuk berhenti merokok dan peduli terhadap sekitar. Oleh karena itu, peneliti ingin mencari ide untuk menyelesaikan tersebut dengan menjawab pertanyaan “bagaimana kita bisa membuat para perokok peduli terhadap dirinya dan lingkungan sekitar ?”.

c. *Ideation dan Experiment*

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh komunitas, peneliti berencana untuk membuat musik video karena musik merupakan salah satu media yang mampu mengambil perasaan orang saat sedih, bahagia, gugup dan lain sebagainya. Musik juga banyak digunakan sebagai media dan edukasi, maka dari itu para peneliti memilih untuk membuat musik video.

Genre dari musik video yang dibuat adalah genre pop dengan berisi ajakan untuk berhenti merokok dan lebih peduli terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar. Musik video ini akan dinyanyikan oleh masyarakat dari berbagai kalangan, seperti anak muda, ibu-ibu dan lain sebagainya dengan bahasa berbagai daerah, tempat mereka tinggal. Musik Video ini juga akan diiringi dengan instrumen gitar, drum dan piano. Musik video ini akan dilakukan secara *offline* dan *online*. Secara *offline*, peneliti akan menyunting aktor yang sedang menonton sebuah iklan, sedangkan untuk *online* para penyanyi merekam sendirinya sendiri di rumah pada saat bernyanyi. Musik Video dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



Secara *storytelling*, musik video ini bercerita tentang Seorang pria di kosannya sedang menonton iklan di Youtube dari seorang pria yang berbicara mengenai bahaya merokok. Lalu, dia menertawakan iklan tersebut dan berkata iklan tersebut bohong. Ia mengambil rokok dari atas mejanya. Ketika ia akan mengambil rokok, sebuah tangan terjulur dari dalam komputer (dari orang yang ada di iklan tersebut), mengambil rokoknya dan menampar pipinya. “Ngeyel sekali kamu! Sudah dibilang rokok itu bahaya..” (mengoceh mengenai bahaya rokok). Kemudian dalam laptop, sebuah tab baru muncul di browsernya, kali ini menunjukkan sekelompok/seorang individu yang menyanyi dengan lirik yang berisi bahaya-bahaya merokok serta ajakan untuk mengurangi konsumsinya. Pria yang berada di kosan membalas nyanyian dari penyanyi tersebut dengan lirik yang pro terhadap rokok. Lagu dilanjutkan dengan adanya video di dalam laptop yang secara bergantian, sehingga di layar muncul masyarakat Indonesia dari berbagai suku dan kalangan (serta kegiatan; contoh: polisi sedang mengatur lalu lintas di Jakarta, seorang ibu sedang memasak untuk anaknya di Papua, dan lain sebagainya) yang turut menyambung lagu tersebut dengan lirik yang terkait dengan bahaya rokok bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.

a. *Evolution*

Dalam musik video ini diperlukan sebuah video *tabacco victim* karena menurut komunitas Suara Tanpa Rokok, video yang menampilkan *tabacco victim* lebih berpengaruh bagi perokok agar mereka berhenti merokok. Dari masukkan ini, maka peneliti akan memasukkan sebuah video mengenai *tabacco victim* dalam musik video.

SIMPULAN

Melalui musik video ini, peneliti berharap masyarakat tersadar bahwa bahaya dari asap rokok terhadap lingkungan sekitar mereka. Dengan adanya musik video ini

juga, para perokok juga sadar dan berhenti merokok karena bahayanya rokok terhadap kesehatan mereka sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- (2014). *45 Persen Remaja Indonesia Usia 13-19 Perokok*. Liputan6. Retrieved 5 April, 2021, from <https://www.liputan6.com/health/read/2142904/45-persen-remaja-indonesia-usia-13-19-perokok>
- Lawi, Gloria Fransisca Katharina. (2020). *Astaga, Jumlah Perokok Anak dan Remaja Meningkat*. lifestyle.bisnis.com. Retrieved 5 April, 2021, from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20200603/106/1247944/astaga-jumlah-perokok-anak-dan-remaja-meningkat>
- Gagan. (2017). *PENGERTIAN MEROKOK DAN AKIBATNYA*. dinkes.bantenprov. Retrieved 5 April, 2021, from <https://dinkes.bantenprov.go.id/read/berita/488/PENGERTIAN-MEROKOK-DAN-AKIBATNYA.html>
- Santoso, Agung Budi. (2014). *Dalam Sebatang Rokok Terkandung 4.000 Zat Kimia Berbahaya, Membunuh 46 Orang Tiap Jam*. tribunnews.com. Retrieved 5 April, 2021, from <https://www.tribunnews.com/kesehatan/2014/12/08/dalam-sebatang-rokok-terkandung-4000-zat-kimia-berbahaya-membunuh-46-orang-tiap-jam>
- Sardjito, Humas. (2019). *Bahaya Merokok*. RSUP. Retrieved from 15 April, 2021, from <https://sardjito.co.id/2019/10/30/bahaya-merokok/>
- Adrien, Kevin. (2021). *Segudang Bahaya Merokok bagi Kesehatan Tubuh*. alodokter.com. Retrieved 15 April, 2021, from <https://www.alodokter.com/segudang-bahaya-merokok-terhadap-tubuh>
- Lararenjana, Edelweis. (2020). *6 Bahaya Asap Rokok bagi Kesehatan, Dapat Picu Asma dan Tuberkulosis*. merdeka.com. Retrieved from 15 April, 2021, from <https://www.merdeka.com/jatim/6-bahaya-asap-rokok-bagi-kesehatan-dapat-picu-asma-dan-tuberkulosis-klm.html>
- Sirait, Anna Maria, Pradono, Yulianti dan Toruan, Ida L. *PERILAKU MEROKOK DI INDONESIA*. Media Teliti. Retrieved 5 April, 2021, from <https://media.neliti.com/media/publications/66759-ID-perilaku-merokok-di-indonesia.pdf>
- Anggraeni, Rina. (2020). *16 Negara dengan Jumlah Perokok Terbanyak di Dunia, Ada Indonesia!*. Economy.okezone. Retrieved 5 April, 2021, from <https://economy.okezone.com/read/2020/12/13/320/2326819/16-negara-dengan-jumlah-perokok-terbanyak-di-dunia-ada-indonesia?page=3>
- Dwianto, Achmad Reyhan. (2020). *Dalam 10 Tahun, Jumlah Perokok Pemula di Indonesia Naik 240 Persen*. detikHEALTH. Retrieved 5 April, 2021, from <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4896540/dalam-10-tahun-jumlah-perokok-pemula-di-indonesia-naik-240-persen>
- (2020). *Pernyataan: Hari Tanpa Tembakau Sedunia 2020*. who.int. Retrieved from 5 April, 2021, from <https://www.who.int/indonesia/news/detail/30-05-2020-pernyataan-hari-tanpa-tembakau-sedunia-2020>
- Lukitaningsih, Ambar. (2013). *IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*. Media.neliti. Retrieved 5 April, 2021, from <https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif>

- sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf
- (2019). *Iklan Rokok di Internet Sudah Sesuai Aturan*. Liputan6. Retrieved from 15 April, 2021, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3999425/iklan-rokok-di-internet-sudah-sesuai-aturan>
- Sibyani, Hidayatus. (2013). *PENDAMPINGAN PEREMPUAN DALAM MELEPASKAN KETERBELENGGUAN PADA RENTENIR : UPAYA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN KEPUTRAN PANJUNAN II KELURAHAN EMBONG KALI ASIN KECAMATAN GENTENG SURABAYA*. UIN Sunan Ampel Surabaya. Retrieved from 15 April, 2021, from <http://digilib.uinsby.ac.id/10805/5/bab%202.pdf>
- NKD, Feradhita. (2021). *Pengertian Design Thinking dan 5 Tahapan di Dalamnya*. Logique. Retrieved from 15 April, 2021, from <https://www.logique.co.id/blog/2021/01/07/pengertian-design-thinking/#:~:text=Design%20thinking%20adalah%20metode%20atau,efektif%20untuk%20memenuhi%20kebutuhan%20tersebut>
- Suprobo, Priyo. (2012). *Penerapan Design Thinking dalam Inovasi Pembelajaran Desain dan Arsitektur*. Retrieved from 15 April, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/262561679_Penerapan_Design_Thinking_dalam_Inovasi_Pembelajaran_Desain_dan_Arsitektur