



PENGARUH MEDIA CETAK DAN AUDIO VISUAL TERHADAP HIPNOTERAPI ROKOK PADA IBU RUMAH TANGGA DENGAN ANGGOTA KELUARGA PEROKOK AKTIF DI WILAYAH SEMPLAK PILAR TAHUN 2019

Andreanda Nasution¹, Dimas Adeputra²

¹Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Ibn Khaldun Bogor
andre.anda8861@gmail.com

²Konsentrasi Promosi Kesehatan, Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Ibn Khaldun Bogor
dimasadeputra1398@gmail.com

Abstrak

Hipnoterapi merupakan salah satu terapi yang dapat digunakan untuk menurunkan perilaku merokok dengan cara memberikan impuls kepada subjek dengan tujuan melemahkan keinginan untuk merokok. Media pembelajaran adalah sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun pandang-dengar termasuk teknologi perangkat keras (National Education Association, 1969). Media yang dipakai saat melakukan penyuluhan hipnoterapi adalah berupa media cetak dan media audio visual, media cetak yang dipakai berupa poster dan media audio visual berupa video dan iklan kesehatan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan Quasi Eksperiment dengan pretest and posttest with non control group design, suatu desain penelitian yang bertujuan menguji hubungan sebab akibat (Polit & Beck, 2006). Penelitian ini dilakukan di Semplak Pilar Rt. 01 Rw. 03 Kelurahan Semplak Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor pada tanggal 23 Januari 2019, menggunakan purposive sampling dengan 14 responden ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok aktif serta menggunakan analisis data uji t. Dari 14 responden terlihat bahwa rata-rata media yang sangat disukai ibu rumah tangga terhadap pengaruh berhenti merokok melalui pelatihan hipnoterapi rokok adalah media cetak poster sebesar 0,00 dan rata-rata media yang disukai ibu rumah tangga terhadap media audio visual berhenti merokok melalui video dan iklan hipnoterapi rokok adalah 0,86. Hasil perhitungan nilai t adalah 8,832 dengan p-value 0,001. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan menyimpulkan bahwa secara statistik ada perbedaan rata-rata media informasi yang diberikan sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan hipnoterapi rokok bahwa media audio visual berupa video dan iklan lebih mudah dipahami daripada media cetak poster.

Kata kunci : *Hipnoterapi rokok, Media, Ibu rumah tangga*

Pendahuluan

Merokok merupakan keadaan saat pengguna akan mengalami dorongan atau keinginan yang kuat untuk mengulangi perilaku tersebut. Ketergantungan akan rokok justru membuat perokok semakin mengabaikan dampak negative yang mengancam kesehatan perokok, hal ini dapat disebabkan oleh lingkungan, pola pikir, kondisi fisik tak menentu, dan emosional yang tidak stabil. Dari semua aspek tersebut, dapat dikatakan bahwa merokok hanyalah merupakan suatu pengalihan agar pengguna

merasa berada pada kondisi yang lebih nyaman dari sebelumnya. Perokok telah menganggap rokok adalah solusi terbaik tanpa memikirkan cara lain yang tidak memberi banyak ancaman negative bagi kesehatan mereka.

Laporan WHO menunjukkan bahwa hampir 6 juta kematian per tahun disebabkan oleh tembakau. Angka ini diperkirakan akan meningkat menjadi lebih dari 8 juta kematian di tahun 2030 (*Global Youth Tobacco Survey, 2014*). Merokok merupakan bentuk utama

penggunaan tembakau. Secara global, terjadi peningkatan konsumsi rokok terutama di negara berkembang. Diperkirakan saat ini jumlah perokok di seluruh dunia mencapai 1,3 milyar orang (*Tobacco Control Support Center, 2015*).

Indonesia merupakan negara dengan konsumsi rokok terbesar di dunia, yaitu pada urutan ketiga setelah China dan India (sehatnegeriku.kemkes.go.id.) Berdasarkan data dari *Tobacco atlas* tahun 2012, jumlah batang rokok yang dikonsumsi di Indonesia cenderung meningkat dari 182 milyar batang pada tahun 2001 menjadi 260,8 milyar batang pada tahun 2009 (*Tobacco Control Support Centre, 2012*). Prevalensi merokok tertinggi di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat (32,7%). Sedangkan prevalensi merokok terendah adalah Provinsi Papua (21,9%).

Berdasarkan data Dinas Kesehatan (Dinkes) Kota Bogor, sebanyak 446,325 orang atau 44,5% dari jumlah penduduk kota Bogor adalah perokok. 32% adalah orang yang merokok setiap hari, 5,6% yang merokok tidak rutin, dan sebanyak 6,9% merupakan mantan perokok.

Perilaku merokok

Perilaku merokok adalah aktivitas seseorang yang merupakan respons orang tersebut terhadap rangsangan dari luar yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk merokok dan dapat diamati secara langsung. Munculnya perilaku dari organisme dipengaruhi oleh faktor stimulus yang diterima, baik stimulus internal maupun stimulus eksternal. Seperti halnya perilaku lain, perilaku merokok muncul karena adanya faktor internal (faktor biologis dan faktor psikologis, seperti perilaku merokok dilakukan untuk mengurangi stress) dan faktor eksternal (faktor lingkungan sosial, seperti terpengaruh oleh teman sebaya), perilaku merokok tersebut terdapat dalam Teori *S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon)* dimana orang yang merokok mendapatkan rangsangan yang ditimbulkan dari dalam diri sendiri setelah melihat iklan maupun melihat lingkungan sekitar dan terjadinya respon untuk merokok tersebut. Dalam respon dibedakan menjadi dua jenis, yaitu : Respon yang tidak disengaja atau terjadi secara alamiah karena adanya stimulus/rangsangan dari lingkungan luar dan Operan respon atau instrumental respon, yaitu

respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. (Skinner, 1938)

Menurut Ogawa (dalam Triyanti, 2006) dahulu perilaku merokok disebut sebagai suatu kebiasaan atau ketagihan, tetapi dewasa ini merokok disebut sebagai *tobacco dependency* sendiri dapat di definisikan sebagai perilaku penggunaan tembakau yang menetap, biasanya lebih dari setengah bungkus rokok perhari, dengan adanya tambahan di stress yang disebabkan oleh kebutuhan akan tembakau secara berulang-ulang. Perilaku merokok dapat juga di definisikan sebagai aktivitas subjek yang berhubungan dengan merokoknya, yang diukur melalui intensitas merokok, waktu merokok, dan fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari (Komalasari & Helmi, 2000).

Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak atau audiens (Dalam Buku Pengantar Komunikasi. Cangara, 2006). Sedangkan menurut *Association of Education and Communication Technology (AECT)* media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi. Sedangkan media pembelajaran adalah sarana fisik untuk menyampaikan isi/materi pembelajaran seperti; buku, film, video sebagainya (Briggs, 1997). Sedangkan menurut Schramm (1997), media pembelajaran adalah teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran. Ditinjau dari bentuknya, terdapat berbagai jenis media pembelajaran, diantaranya: 1. Media Visual: grafik, diagram, chart, bagan, poster, kartun, komik, dll. 2. Media Auditif: radio, tape recorder, laboratorium bahasa dan sejenisnya. 3. *Projected still media*: slide, overhead proyektor (OHP), *in focus* dan sejenisnya. 4. *Projected motion media*: film, televisi, video (VCD, DVD, VTR), komputer dan sejenisnya. Sedangkan menurut Anderson (1976) mengelompokkan media pembelajaran sebagai berikut

No	Golongan	Contoh
1.	Audio	Kaset audio, siaran radio, CD, telepon
2.	Cetak	Buku pelajaran, modul, brosur, koran, poster, dll.
3.	Audio-cetak	Kaset audio dilengkapi bahan tertulis
4.	Proyeksi audio visual	Overhead transparansi (OHT)
5.	Proyeksi audio visual	Film bingkai (slide) bersuara
6.	Visual gerak	Film bisu, animasi
7.	Audio visual Gerak	Film gerak bersuara, video/VCD, televisi
8.	Objek fisik	Benda nyata, model, spesimen
9.	Manusia dan lingkungan	Penyaji, pustakawan, laboran
10.	Komputer	CAI, CBI

Hipnoterapi

Hipnoterapi adalah salah satu cabang ilmu psikologi yang mempelajari pemanfaatan sugesti untuk mengatasi masalah psikologis yang meliputi pikiran, perasaan dan perilaku (Setiawan 2009). Menurut Batbual (2010), Hipnoterapi adalah salah satu jenis hipnosis sebagai sarana penyembuhan gangguan psikologis maupun fisik (Psikomatis). Selain itu, hipnoterapi juga dikatakan sebagai suatu teknik terapi pikiran menggunakan hipnosis. Menurut Wong dan Andri (2009), hipnosis dapat diartikan sebagai suatu kondisi relaks, fokus atau konsentrasi. Dengan demikian, hipnoterapi sangat efektif digunakan dalam penanganan gangguan-gangguan yang bersifat psikologis untuk

mengubah mekanisme pikiran manusia dalam menginterpretasikan pengalaman hidupnya. Hipnoterapi merupakan suatu aplikasi modern dalam teknik kuno yang mengaplikasikan *trance-hypnosis*. Penerapan hipnoterapi akan membimbing klien untuk memasuki kondisi *trance* (relaksasi pikiran) agar dapat dengan mudah menerima sugesti yang diberikan oleh hipnoterapis. Dalam kondisi *trance*, pikiran bawah sadar klien akan diberikan sugesti positif guna melakukan penyembuhan gangguan psikologis atau dapat pula digunakan untuk mengubah pikiran, perilaku, dan perasaan agar menjadi lebih baik (As'adi, 2011). maupun ketergantungan akan zat-zat adiktif rokok itu sendiri.

Hipotesis

Ada pengaruh media komunikasi terhadap informasi kepada ibu rumah tangga yang mempunyai keluarga perokok melalui pelatihan hipnoterapi rokok di Semplak Pilar

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan *Quasi Eksperiment dengan pretest and posttest with non control group design*, suatu desain penelitian yang bertujuan menguji hubungan sebab akibat (Polit & Beck, 2006). Penelitian ini dilakukan di Semplak Pilar Rt. 01 Rw. 03 Kelurahan Semplak Kecamatan Bogor Barat, kota Bogor pada tanggal 23 Januari 2019

Hasil dan Pembahasan

Perbedaan rata-rata *Pre-test* dan *Post-test* pengaruh media terhadap informasi dalam pelatihan hipnoterapi rokok

Pelatihan Hipnoterapi Rokok	Mean	SD	p-Value
<i>Pre-test</i>	0,00	0,000	0,001
<i>Post-test</i>	0,86	0,363	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pengaruh media komunikasi terhadap Informasi hipnoterapi rokok dapat mempengaruhi untuk berhenti merokok sebesar 0,86, yaitu dari 0,00 (sebelum pelatihan hipnoterapi rokok) menjadi berubah naik 0,86 (sesudah pelatihan hipnoterapi rokok). Hasil uji T diperoleh p value=0,001 artinya secara statistic ada perbedaan yang signifikan pengaruh media terhadap informasi hipnoterapi kepada ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok aktif terhadap berhenti merokok melalui hipnoterapi rokok.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh media informasi kepada ibu rumah tangga yang memiliki keluarga perokok aktif melalui pelatihan hipnoterapi

Rt. 01 Rw. 03 Kelurahan Semplak Kecamatan Bogor Barat, kota Bogor pada tanggal 23 Januari 2019.

Populasi penelitian adalah ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok aktif. Pengambilan sampel menggunakan teknik simple propovise sampling. Berdasarkan teknik sampling yang digunakan di peroleh 14 responden. Data akan dianalisis akan dilakukan menggunakan uji t Test dependent.

rokok. Perubahan yang dimaksudkan adalah mengarah pada perilaku yang lebih baik. aspek kontrol stimulus dan peran rokok sebagai reinforcer untuk mendapatkan rasa nikmat dan relaks. Kenikmatan dan rasa relaks merokok didapatkan ketika merokok dilakukan sesudah makan, sebagai penyerta minum kopi atau minum minuman beralkohol. Perilaku yang dapat mengurangi rasa tidak nyaman seperti kecemasan, ketegangan, kebosanan dan kelelahan (Lichstein, 1982).

Menurut American Psychologi Asosiation (APA) kondisi hipnosis pada umumnya terkait dengan pengenalan sebuah prosedur selama subjek tersebut disugesti untuk mengalami suatu pengalaman imajinatif. Induksi hipnosis merupakan sugesti inisial yang luas menggunakan imajinasi seseorang dan mungkin mengandung perincian lebih lanjut pada introduksinya. Sebuah prosedur hipnosis biasanya digunakan untuk memberikan dukungan dan mengevaluasi respon sugesti. Ketika menggunakan hipnosis, seseorang (subjek) dipimpin oleh orang lain (hypnotist) untuk memberikan respon terhadap sugesti untuk berubah pada pengalaman subjektifnya, perubahan persepsi, sensasi, emosi, pikiran atau tingkah laku. Orang tersebut dapat juga mempelajari hipnosis diri sendiri (self

hypnosis) yang merupakan tindakan untuk mengatur prosedur hipnosis atas kemauan orang tersebut. Jika subjek berespon terhadap sugesti hipnotis, umumnya menandakan

bahwa hipnosis telah berhasil dilakukan. Banyak pihak meyakini bahwa respon hipnosis dan pengalaman merupakan karakteristik keadaan hipnosis.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh media informasi terhadap pelatihan hipnoterapi rokok kepada ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok aktif. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t test diperoleh nilai p-value 0.001 lebih kecil dari alpa 0,05 yang berarti ada pengaruh media informasi terhadap pelatihan hipnoterapi rokok kepada ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok

aktif. Rata-rata pengaruh media informasi terhadap ibu rumah tangga untuk mempengaruhi yang memiliki keluarga perokok aktif melalui hipnoterapi rokok *pre-test* 0,000 dengan standard deviasi 0,000. Terdapat perubahan lebih baik setelah dilakukan pelatihan hipnoterapi kepada ibu rumah tangga yang memiliki anggota keluarga perokok aktif dengan rata-rata 0,86 dengan standard deviasi 0,363.

Referensi

Sunaryo, 2004, Psikologi Untuk Perawat, Jakarta: EGC

Asnawir dan M. Basyirudin Usman, (2002). *Media Pembelajaran*, Jakarta: Ciputat Press

Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Kementerian Kesehatan RI. 2018. *Infodatin Situasi Umum Konsumsi Tembakau di Indonesia* : Kementerian Kesehatan RI Pusat Data dan Informasi

Kementerian Kesehatan RI. 2015. *Infodatin Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia* : Kementerian Kesehatan RI Pusat Data dan Informasi

Radar Bogor. 2017. *446 Ribu Warga Bogor Perokok*

Santoso Y.A. 2015. *Perilaku Merokok* : Laporan Penelitian. Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang.