

**PERILAKU KONSUMSI ROKOK PADA ANAK-ANAK  
JALANAN DI KOTA MALANG**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun Oleh:**

**Akhmad Haikal  
0710210102**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2014**

**LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL**

Artikel Jurnal dengan judul :

**PERILAKU KONSUMSI ROKOK PADA ANAK-ANAK JALANAN DI  
KOTA MALANG**

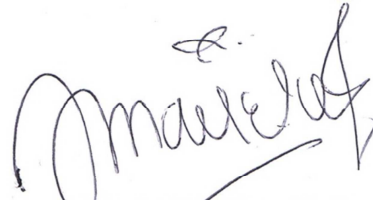
Yang disusun oleh :

Nama : Akhmad Haikal  
NIM : 0710210102  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 9 September 2014.

Malang, 9 September 2014

Dosen Pembimbing,



**Putu Mahardika Adi Saputra, SE., M.Si., MA., Ph.D.**

**NIP. 19760910 200212 1 003**

## **Perilaku Konsumsi Rokok Pada Anak-anak Jalanan di Kota Malang**

**Akhmad Haikal**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: akhmad.haikal@yahoo.com

### **ABSTRAK**

*Manusia adalah makhluk hidup sosial yang membutuhkan dikarenakan memiliki sensitifitas terhadap kecenderungan-kecenderungan sosial di dalam setiap lingkungannya. Lingkungan yang baru akan merubah motifasi, persepsi dan sikap manusia. Penyesuaian yang dilakukan melalui tahap pembelajaran memaksa manusia secara tidak sadar untuk menambah maupun merubah kebutuhannya. Terdapat sebuah pola-pola kecenderungan sosial yang membuat psikologis manusia berubah. Pola kecenderungan sosial tersebut muncul oleh adanya rasa sulit yang ada pada dinamika kehidupan sosialnya. Rasa sulit itu berwujud dalam sebuah bentuk permasalahan. Permasalahan tersebutlah yang secara tidak sadar telah memaksa manusia untuk beradaptasi terhadap perihal yang baru pada kebutuhannya. Psikologi adalah jembatan manusia untuk memecahkan permasalahan yang muncul dari alam bawah sadar menuju alam sadar dikarenakan penyesuaian terhadap lingkungan yang baru untuk menemukan serta mendapatkan kebutuhan yang baru. Permasalahan yang dialami oleh manusia selalu berawal dari timbulnya bayangan-bayangan kebutuhan yang baru, yang hanya muncul di benak pikirannya saja. Untuk mewujudkan bayangan kebutuhan tersebut menjadi nyata, yaitu dalam wujud perilaku, dibutuhkan jembatan untuk menentukan sebuah keputusan. Jembatan itu adalah psikologi manusia yang berhubungan dengan motifasi, persepsi, pembelajaran dan sikap. Psikologi manusia adalah yang menjembatani antara kebutuhan tidak nyata dengan kebutuhan nyata. Perilaku manusia disini berperan sebagai pondasi dari proses terbentuknya jembatan itu. Cara untuk menyeberangi jembatan tersebut adalah dengan menentukan keputusan-keputusan dalam setiap langkah yang diambil menuju kepada kebutuhan nyata. Persekutuan antara anak-anak jalanan kota Malang dengan barang konsumsi berupa rokok diawali dengan proses penangkapan persepsi yang didapat dari lingkungan menuju jembatan psikologi alam bawah sadar mereka hingga mencapai pada keputusan untuk melakukan penambahan kebutuhan yang baru. Proses penangkapan persepsi tersebut dipicu oleh adanya motifasi terselubung yang memiliki dampak traumatik pada pelaku konsumsi. Motifasi tersebut bisa diartikan sebagai alat untuk memicu pelaku konsumsi*

untuk mencari dan menemukan sebuah permasalahan yang baru, yang nantinya diharapkan dapat menjadi jawaban dari permasalahan yang sebelumnya. Umumnya mereka mencari permasalahan tersebut pada lingkungan yang baru.

*Kata kunci: Motifasi, persepsi, pembelajaran dan sikap.*

---

## A. PENDAHULUAN

Pada hakikatnya dalam setiap pengambilan keputusan terhadap permasalahan-permasalahan, manusia selalu dihadapkan pada dua sudut pandang, yaitu sudut pandang kognitif (logika/rasio) dan sudut pandang afektif (perasaan/emosi). Dalam teorinya, ilmu ekonomi selalu mengasumsikan bahwa manusia dalam kaitannya dengan konsumsi selalu bersifat rasional. Karena itu perilaku kognitif tersebut harus dapat dipahami menurut logika yang umum. Menurut Sudarsono (1995), setiap konsumen dianggap mempunyai tujuan yang ideal yaitu dayaguna maksimum. Asumsi tersebut dikembangkan dari konsep bahwa manusia pada hakikatnya adalah *homoeconomicus*. Oleh karena itu dipandang perlu untuk mengajukan asumsi bahwa konsumen mampu mengukur dayaguna maksimumnya masing-masing.

Beberapa ahli berpendapat, pembelian konsumen selalu diawali oleh perasaan. Perubahan kondisi pasar seperti dijelaskan diatas menimbulkan kecenderungan baru dalam pertimbangan pra pembelian, konsumen lebih menekankan pada aspek-aspek afektif dan hedonis. Akibatnya yang sering terjadi, konsumen melakukan pembelian bukan karena kebutuhan namun karena emosi.

Kebiasaan merokok di Indonesia diperkirakan mulai banyak dikenal pada awal abad ke-19 yang lalu. Kebiasaan merokok ini telah menjadi tambahan kebutuhan pada bidang konsumsi di era tersebut (Aditama, 1992). Kebiasaan mengkonsumsi rokok di Indonesia tidak hanya dilakukan oleh orang dewasa saja. Komnas Perlindungan Anak (Komnas PA) mencatat setiap tahunnya jumlah anak yang mengkonsumsi rokok meningkat rata-rata sebesar 28%. Dalam catatan Komnas PA pada 2009, perokok dengan usia 10-14 tahun didapatkan data sebanyak 1,4 juta anak. Sedangkan dibawah umur 10 tahun terdapat 460 ribu anak. Secara keseluruhan angka konsumsi rokok di Indonesia adalah 89 juta perokok, data tersebut didapatkan pada tahun 2010. Survei Ekonomi Nasional Badan Pusat Statistika (BPS) menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah perokok yang mulai merokok pada usia dibawah 19 tahun, yaitu terdiri dari 69% pada tahun 2001, menjadi 78% pada tahun 2004. Survei ini juga menunjukkan *trend* usia inisiasi merokok menjadi semakin dini, yaitu usia 5-9 tahun. Anak-anak yang mulai merokok pada usia 5-9 tahun mengalami peningkatan yang paling signifikan, yaitu dari 0,4% pada tahun 2001 menjadi 1,8% pada tahun 2004.

Fenomena diatas menunjukkan betapa banyaknya anak yang masih mengkonsumsi rokok. Kerasnya kehidupan jalanan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERILAKU KONSUMSI ROKOK PADA ANAK-ANAK JALANAN DI KOTA MALANG”**.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Ilmu ekonomi adalah bagian dari ilmu sosial. Ilmu ekonomi ini dapat diartikan sebagai suatu ilmu sosial yang khusus menjelaskan tentang ekonomi. Hal ini tidak lepas dengan manusia sebagai anggota masyarakat sosial. Ilmu ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang membicarakan tentang bagaimana usaha manusia untuk mencapai kemakmuran (Sudarso, 1992).

### **Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi (Sumarwan, 2003). Menurut Setiadi (2008) perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

The American Marketing Association (Setiadi, 2008) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (American Marketing Association).

Dari definisi tersebut diatas terdapat 3 (tiga) ide penting, yaitu:

- 1) Perilaku konsumen adalah dinamis;
- 2) Hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar; serta
- 3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Empat faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: kebudayaan, sosial, pribadi dan faktor psikologi (Kotler, 2000).

a. Faktor Budaya

Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah faktor yang berhubungan dengan interaksi konsumen dengan sesama. Faktor ini meliputi:

- 1) Kelompok acuan, misalnya teman, keluarga dan rekan kerja;
- 2) Keluarga, misal dominasi suami, dominasi istri, dominasi suami-istri, dan dominasi anak-anak; dan
- 3) Peran dan status sosial, misalnya seorang wanita dirumah berperan sebagai ibu rumah tangga yang baik dan dikampus sebagai dosen yang bijaksana.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah segala karakteristik yang melekat pada diri konsumen. Karakteristik pribadi seorang konsumen antara lain umur dan siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologis adalah faktor yang berasal dari proses intern individu dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor ini terdiri dari: motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap.

### **Perilaku Merokok**

Salah satu temuan tentang remaja perokok adalah bahwa anak-anak muda yang berasal dari rumah tangga yang tidak bahagia, dimana orang tua tidak begitu memperhatikan anak-anaknya dan memberikan hukuman fisik yang keras lebih mudah untuk menjadi perokok dibanding anak-anak muda yang berasal dari lingkungan rumah tangga yang bahagia (Baer & Corado dalam Atkinson, Pengantar psikologi, 1999:294).

### **Perilaku Merokok Karena Pengaruh Orangtua**

Salah satu temuan tentang remaja perokok adalah bahwa anak-anak muda yang berasal dari rumah tangga yang tidak bahagia, dimana orang tua tidak begitu memperhatikan anak-anaknya dan memberikan hukuman fisik yang keras lebih mudah untuk menjadi perokok dibanding anak-anak muda yang berasal dari lingkungan rumah tangga yang bahagia (Baer & Corado dalam Atkinson, Pengantar psikologi, 1999:294). Remaja yang berasal dari keluarga konservatif yang menekankan nilai-nilai sosial dan agama dengan baik dengan tujuan jangka panjang lebih sulit untuk terlibat dengan rokok/tembakau/obat-obatan dibandingkan dengan keluarga yang permisif dengan penekanan pada falsafah "kerjakan urusanmu sendiri-sendiri", dan yang paling kuat pengaruhnya adalah bila orang tua sendiri menjadi figur contoh yaitu sebagai perokok berat, maka anak-anaknya akan mungkin sekali untuk mencontohnya. Perilaku merokok lebih banyak di dapati pada mereka yang tinggal dengan satu orang tua (*single parent*). Remaja akan lebih cepat berperilaku sebagai perokok bila ibu mereka merokok dari pada ayah yang merokok, hal ini lebih terlihat pada remaja putri (Al Bachri, Buletin RSKO, tahun IX, 1991).

### **Perilaku Merokok Karena Pengaruh Teman**

Berbagai fakta mengungkapkan bahwa semakin banyak remaja merokok maka semakin besar kemungkinan teman-temannya adalah perokok juga dan demikian sebaliknya. Dari fakta tersebut ada dua kemungkinan yang terjadi, pertama remaja tadi terpengaruh oleh teman-temannya atau

bahkan teman-teman remaja tersebut dipengaruhi oleh diri remaja tersebut yang akhirnya mereka semua menjadi perokok. Diantara remaja perokok terdapat 87% mempunyai sekurang-kurangnya satu atau lebih sahabat yang perokok begitu pula dengan remaja non perokok (Al Bachri, 1991)

### **Perilaku Merokok Karena Kepribadian**

Orang mencoba untuk merokok karena alasan ingin tahu atau ingin melepaskan diri dari rasa sakit fisik atau jiwa, membebaskan diri dari kebosanan. Namun satu sifat kepribadian yang bersifat prediktif pada pengguna obat-obatan (termasuk rokok) ialah konformitas sosial. Orang yang memiliki skor tinggi pada berbagai tes konformitas sosial lebih mudah menjadi pengguna dibandingkan dengan mereka yang memiliki skor yang rendah (Atkinson, 1999).

### **Perilaku Merokok Karena Iklan**

Melihat iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau *glamour*, membuat remaja seringkali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti yang ada dalam iklan tersebut. (Mari Juniarti, Buletin RSKO, tahun IX, 1991).

### **Anak Jalanan**

Menurut Soedijar (1989), anak jalanan adalah anak-anak usia 7-15 tahun yang bekerja di jalan raya dan tempat umum lainnya yang dapat mengganggu ketentraman dan keselamatan orang lain serta membahayakan keselamatan dirinya.

Arum R. Kusumanegara dan kawan-kawan (1994) mendefinisikan anak jalanan sebagai anak yang berusia dibawah 18 tahun yang melakukan aktifitas (baik secara teratur maupun tidak) di jalanan di tempat-tempat umum, tinggal dengan orang tua maupun tidak.

Departemen Sosial Republik Indonesia mengartikan anak jalanan sebagai anak yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mencari nafkah, berkeliaran di jalanan atau di tempat-tempat umum. Selanjutnya Depsos R.I. membedakan anak jalanan dalam tiga kategori, yaitu;

1. anak yang hidup atau tinggal di jalanan, sudah putus sekolah dan tidak ada hubungan dengan keluarga (*children of the street*),
2. anak yang bekerja di jalanan, sudah putus sekolah dan berhubungan tidak teratur dengan keluarga, yaitu pulang ke rumah secara periodik (*children on the street*), dan
3. anak yang rentan menjadi anak jalanan, masih sekolah maupun sudah putus sekolah, dan masih berhubungan teratur (tinggal) dengan orangtuanya (*vulnerable to be street children*).

Heru Prasadja (2000) dalam tulisannya Anak Jalanan dan Kekerasan, mendefinisikan anak jalanan sebagai anak yang berusia dibawah 18 tahun yang sebagian besar waktunya dipergunakan untuk menjalankan berbagai aktifitas di jalanan atau di tempat-tempat umum lainnya. Aktifitas anak jalan bukan hanya yang bertujuan mencari uang atau mencari nafkah, tetapi juga aktifitas lain seperti bermain, istirahat, tidur ataupun belajar.

## **C. METODE PENELITIAN**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984 dalam Hendrarso, 2007:166).

### **Ruang Lingkup dan Fokus Penelitian**

Dengan memperhatikan kondisi nyata di lapangan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah memahami perilaku konsumsi dari anak-anak jalanan di Kota Malang terhadap rokok. Perilaku konsumsi tersebut yang dimaksud adalah perilaku anak jalanan dilihat dari aspek psikologi, ekonomi, dan sosiologi. Pemahaman terhadap perilaku tersebutlah yang dijadikan dasar untuk menganalisis permasalahan yang telah diungkapkan.

Dalam penelitian ini anak jalanan yang dimaksud adalah anak jalanan berusia diatas umur 10 (sepuluh) tahun dan dibawah umur 16 (enam belas) tahun yang sebagian besar waktunya dipergunakan untuk menjalankan berbagai aktifitas di jalanan dan di tempat-tempat umum di kota Malang. Aktifitas anak jalanan yang dimaksud adalah kegiatan *ngamen*, meminta-minta di simpang-simpang jalan atau di warung-warung, melakukan pekerjaan tertentu agar diberi upah

oleh orang yang mau mempekerjakannya serta kegiatan lainnya yang tidak hanya bertujuan mencari uang atau mencari nafkah seperti bermain, istirahat, tidur ataupun belajar.

#### **Penentuan Informan dan Responden**

Dengan fokus penelitian interaksi antar individu yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak, maka informan yang dituju untuk proses pelaksanaan pengambilan data penelitian ini adalah anak-anak jalanan Kota Malang yang sedang melakukan persekutuan dengan barang konsumsi berupa rokok, untuk selanjutnya diharapkan peneliti mampu mengungkapkan pemahaman pada apa yang dipikirkan mereka, lingkungan mereka dan yang akan dan telah dilakukan oleh anak-anak jalanan tersebut.

#### **Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis**

Secara spesifik data yang diambil adalah data emik (tampak dalam diri manusia, persepsi, mindset, sikap dan kepercayaan). Data emik tersebut dimaksudkan untuk mendalami proses dan pengalaman dan juga untuk memahami persepsi serta konteks dari keadaan dari pihak yang diteliti. Oleh karena itu, pengambilan data dilakukan dengan cara yang fleksibel, yaitu dengan proses tanya-jawab (wawancara) yang tidak terstruktur dan observasi terhadap kenyataan-kenyataan yang dilihat dan didengar oleh peneliti di lapangan. Cara itu digunakan agar informasi yang diinginkan dapat diperoleh.

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai proses pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada subyek yang diteliti. Bila jawaban dari subyek yang diteliti setelah dianalisis ternyata belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai pada data tertentu yang dianggap kredibel (Bungin, 2010).

### **D. PEMBAHASAN**

Psikologi adalah jembatan manusia untuk memecahkan permasalahan yang muncul dari alam bawah sadar menuju alam sadar dikarenakan penyesuaian terhadap lingkungan yang baru untuk menemukan serta mendapatkan kebutuhan yang baru. Permasalahan yang dialami oleh manusia selalu berawal dari timbulnya bayangan-bayangan kebutuhan yang baru, yang hanya muncul di benak pikirannya saja. Untuk mewujudkan bayangan kebutuhan tersebut menjadi nyata, yaitu dalam wujud perilaku, dibutuhkan jembatan untuk menentukan sebuah keputusan. Jembatan itu adalah psikologi manusia yang berhubungan dengan motifasi, persepsi, pembelajaran dan sikap. Psikologi manusia yang menjembatani antara kebutuhan tidak nyata dengan kebutuhan nyata. Perilaku manusia disini berperan sebagai pondasi dari proses terbentuknya jembatan itu. Cara untuk menyeberangi jembatan tersebut adalah dengan menentukan keputusan-keputusan dalam setiap langkah yang diambil menuju kepada kebutuhan nyata.

Peneliti menggunakan analogi 'Hutan Terpencil', analogi ini muncul pada saat dilakukannya kegiatan pengamatan dan wawancara di lapangan. Analogi tersebut berkaitan dengan sebuah jembatan psikologis manusia yang menghubungkan antara kebutuhan tidak nyata dengan kebutuhan nyata, hubungan tersebut telah menjadi penyebab utama munculnya perilaku untuk mengkonsumsi rokok pada anak-anak jalanan di kota Malang.

#### **Analogi Hutan Terpencil**

Analogi yang akan digunakan adalah analogi tentang manusia yang tidak pernah hidup di dalam sebuah hutan terpencil sama sekali lalu ia dipaksa oleh kondisi lingkungannya untuk harus melewati permasalahan kehidupan di dalam hutan itu, karena bila tidak, maka ia akan mati dalam kerinduannya terhadap kota tempat tinggalnya. Di awal cerita, manusia tersebut hanyalah berniat untuk lari dari masalah yang begitu rumit yang sedang dialaminya di kantor tempat ia bekerja di kotanya. Manusia itu memutuskan untuk melarikan diri ke hutan. Informasi yang menyebar di kota menyebutkan bahwa hutan adalah tempat yang sesuai untuk manusia yang sedang membutuhkan kebebasan berpikir dan bertindak, kebutuhan itu dapat tercapai karena hutan tersebut tidak berpenghuni. Sesampainya di hutan, manusia tersebut benar-benar mengalami nikmatnya kebebasan, namun yang muncul bukan hanya kebebasan dalam berpikir ataupun bertindak sesuai dengan informasi di kotanya, yang terjadi adalah manusia itu menikmati kebebasan diluar batasan bayangannya, yang membuatnya dapat berteriak sekencang-kencangnya, tertawa terbahak-bahak bahkan terkadang menangis tersedu-sedu tanpa alasan yang mendasar. Manusia tersebut tak sadar

bahwa alam bawah sadarnya sedang melakukan perbandingan situasi, yaitu perbandingan antara situasi informasi yang didapatkan dari para penduduk kota dengan situasi keadaan nyata yang sedang dialami oleh manusia tersebut di hutan.

Hasil perbandingan situasi tersebut mencapai pada titik puncaknya, ada beberapa situasi kondisi yang tidak sesuai dengan situasi informasi yang didapatkan, yaitu fakta tentang kebebasan yang didapat ternyata tak terbatas dan berujung pada kerinduan akan kampung halaman serta fakta bahwa hutan tersebut ternyata berpenghuni. Hutan itu memang terpencil dan jauh dari keramaian, tapi bukan berarti hutan tersebut tidak dihuni oleh seseorang, penghuni hutan ternyata adalah manusia-manusia yang memutuskan untuk pergi ke hutan dikarenakan motifasi yang hampir sama dengannya. Fakta dari situasi itu membuat sang manusia berhenti melakukan kegiatan dan terdiam sejenak. Ia mulai merasakan adanya ancaman terhadap kecenderungan sosial yang dimilikinya. Lalu secara spontan si manusia tersebut menyapa gerombolan manusia yang telah mengejutkannya tadi, dari sapaan itulah manusia itu menyadari untuk harus melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap kecenderungan sosial yang baru. Kecenderungan itu menghasilkan sebuah kebutuhan baru yang berujung pada permasalahan yang baru. Permasalahan yang baru itu muncul dengan harapan dapat menjadi sebuah pemecahan permasalahan terhadap kebutuhannya yang baru, yaitu kebutuhan untuk dapat kembali menuju ke kampung halamannya di sebuah sudut kota tempat ia bekerja.

Nasib manusia yang terpaksa harus hidup di hutan terpencil itu sama dengan nasib anak-anak kecil (umur 12-16 tahun) yang terpaksa harus hidup di jalanan kota Malang. Pembahasan dalam penelitian ini mengambil dua obyek teliti yang berasal dari penentuan responden, mereka adalah Can dan Ran (bukan nama sebenarnya).

### **Anak Jalanan yang Merokok**

Analogi yang akan digunakan adalah analogi tentang manusia yang tidak pernah hidup di dalam sebuah hutan terpencil sama sekali lalu ia dipaksa oleh kondisi lingkungannya untuk harus melewati permasalahan kehidupan di dalam hutan itu, karena bila tidak, maka ia akan mati dalam kerinduannya terhadap kota tempat tinggalnya. Di awal cerita, Can hanyalah berniat untuk lari dari masalah yang begitu rumit yang sedang dialaminya di panti asuhan tempat ia tinggal. Can memutuskan untuk melarikan diri ke jalanan. Informasi yang menyebar di panti asuhan menyebutkan bahwa jalanan adalah tempat yang sesuai untuk anak-anak yang sedang membutuhkan kebebasan berperilaku dan bersikap, kebutuhan itu dapat tercapai karena jalanan tersebut tidak memiliki aturan yang baku. Sesampainya di jalanan, Can benar-benar mengalami nikmatnya kebebasan, namun yang muncul bukan hanya kebebasan dalam berperilaku ataupun bersikap sesuai dengan informasi di panti asuhannya, yang terjadi adalah Can menikmati kebebasan diluar batasan bayangannya, yang membuatnya dapat berteriak sekencang-kencangnya, tertawa terbahak-bahak bahkan terkadang menangis tersedu-sedu tanpa alasan yang mendasar. Can tak sadar bahwa alam bawah sadarnya sedang melakukan perbandingan situasi, yaitu perbandingan antara situasi informasi yang didapatkan dari panti asuhan dengan situasi keadaan nyata yang sedang dialami olehnya di jalanan.

Hasil perbandingan situasi tersebut mencapai pada titik puncaknya, ada beberapa situasi kondisi yang tidak sesuai dengan situasi informasi yang didapatkan, yaitu fakta tentang kebebasan yang didapat ternyata tak terbatas dan berujung pada kerinduan akan kampung halaman serta fakta bahwa jalanan tersebut memiliki beberapa aturan dan norma dikarenakan adanya kecenderungan sosial yang membentuk sebuah budaya di lingkungan jalanan. Jalanan itu memang memiliki aturan yang tidak baku, tapi bukan berarti tidak memiliki aturan sama sekali, aturan tersebut ternyata dibentuk oleh anak-anak yang memutuskan untuk pergi ke jalanan dikarenakan motifasi yang hampir sama dengannya. Fakta dari situasi itu membuat Can terkejut lalu berhenti melakukan kegiatan dan terdiam sejenak. Ia mulai merasakan adanya ancaman terhadap kecenderungan sosial yang dimilikinya. Can menyadari untuk harus melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap kecenderungan sosial yang baru. Kecenderungan itu menghasilkan sebuah kebutuhan baru yang berujung pada permasalahan yang baru. Permasalahan yang baru itu muncul dengan harapan dapat menjadi sebuah pemecahan permasalahan terhadap kebutuhannya yang baru, yaitu kebutuhan untuk dapat kembali menuju ke kampung halamannya di panti asuhan tempat ia dibesarkan.

Persepsi yang tampak dikarenakan adanya motifasi yang memicu Can untuk memahami pengetahuan tentang pola konsumsi terhadap dua pilihan kebutuhan yang baru telah memperkuat keputusannya untuk menentukan suatu sikap. Can memutuskan untuk mengkonsumsi rokok diwaktu ia berumur 12 (duabelas) tahun.



### **Anak Jalanan yang Tidak Merokok**

Analogi yang akan digunakan adalah analogi tentang manusia yang tidak pernah hidup di dalam sebuah hutan terpencil sama sekali lalu ia dipaksa oleh kondisi lingkungannya untuk harus melewati permasalahan kehidupan di dalam hutan itu, karena bila tidak, maka ia akan mati dalam kerinduannya terhadap kota tempat tinggalnya. Di awal cerita, Ran hanyalah berniat untuk lari dari masalah yang begitu rumit yang sedang dialaminya di rumah tempat ia dan ayahnya tinggal. Ran memutuskan untuk melarikan diri ke jalanan. Informasi yang menyebar di rumah tempat ia dan ayahnya tinggal menyebutkan bahwa jalanan adalah tempat yang sesuai untuk anak-anak yang sedang membutuhkan kebebasan berperilaku dan bersikap, kebutuhan itu dapat tercapai karena jalanan tersebut tidak memiliki aturan yang baku. Sesampainya di jalanan, Ran benar-benar mengalami nikmatnya kebebasan, namun yang muncul bukan hanya kebebasan dalam berperilaku ataupun bersikap sesuai dengan informasi di rumahnya, yang terjadi adalah Ran menikmati kebebasan diluar batasan bayangannya, yang membuatnya dapat berteriak sekecang-kecangnya, tertawa terbahak-bahak bahkan terkadang menangis tersedu-sedu tanpa alasan yang mendasar. Ran tak sadar bahwa alam bawah sadarnya sedang melakukan perbandingan situasi, yaitu perbandingan antara situasi informasi yang didapatkan dari rumah tempat ia dan ayahnya tinggal dengan situasi keadaan nyata yang sedang dialami olehnya di jalanan.

Hasil perbandingan situasi tersebut mencapai pada titik puncaknya, ada beberapa situasi kondisi yang tidak sesuai dengan situasi informasi yang didapatkan, yaitu fakta tentang kebebasan yang didapat ternyata tak terbatas dan berujung pada kerinduan akan kampung halaman serta fakta bahwa jalanan tersebut memiliki beberapa aturan dan norma dikarenakan adanya kecenderungan sosial yang membentuk sebuah budaya di lingkungan jalanan. Jalanan itu memang memiliki aturan yang tidak baku, tapi bukan berarti tidak memiliki aturan sama sekali, aturan tersebut ternyata dibentuk oleh anak-anak yang memutuskan untuk pergi ke jalanan dikarenakan motifasi yang hampir sama dengannya. Fakta dari situasi itu membuat Ran terkejut lalu berhenti melakukan kegiatan dan terdiam sejenak. Ia mulai merasakan adanya ancaman terhadap kecenderungan sosial yang dimilikinya. Ran menyadari untuk harus melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap kecenderungan sosial yang baru. Kecenderungan itu menghasilkan sebuah kebutuhan baru yang berujung pada permasalahan yang baru. Permasalahan yang baru itu muncul dengan harapan dapat menjadi sebuah pemecahan permasalahan terhadap kebutuhannya yang baru, yaitu kebutuhan untuk dapat kembali menuju ke kampung halamannya di rumah tempat ia dan ayahnya tinggal.

Persepsi yang tampak dikarenakan adanya motifasi yang memicu Ran untuk memahami pengetahuan tentang pola konsumsi terhadap dua pilihan kebutuhan yang baru telah memperkuat keputusannya untuk menentukan suatu sikap. Ran memutuskan untuk tidak mengkonsumsi rokok diwaktu ia berumur 11 (sebelas) tahun.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Keputusan Can untuk merokok ataupun keputusan Ran untuk tidak merokok adalah sebuah bentuk perilaku konsumsi rokok pada anak-anak jalanan di kota Malang. Dari proses penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi tersebut muncul disebabkan karena adanya paksaan dari kecenderungan sosial lingkungan jalanan yang memaksa anak-anak itu untuk melakukan beberapa penyesuaian terhadap kehadiran kebutuhan baru yang masih bersifat fiktif. Kebutuhan fiktif tersebut selanjutnya diproses dengan beberapa cara yang dihubungkan dengan jembatan psikologis yang dimiliki oleh masing-masing anak. Jembatan tersebut menghubungkan perjalanan penentuan keputusan untuk memahami persepsi yang timbul dari kebutuhan fiktif untuk dapat menuju kepada kebutuhan nyata. Persepsi ini timbul di awal pengenalan pilihan kebutuhan oleh pemicu yang disebut sebagai motifasi. Dalam prosesnya, anak-anak jalanan telah mengalami situasi pembelajaran terhadap pengenalan kebutuhan dengan menggunakan pencarian, pengumpulan dan pengelolaan informasi. Ujung dari hasil pembelajaran tersebut menguatkan Ran dan Can untuk dapat mengambil sikap berupa perilaku konsumsi.

### **Saran**

Pembahasan dalam penelitian ini memiliki tingkat kompleksitas masalah yang tinggi. Anak-anak jalanan yang telah diamati dan diwawancarai memberikan gambaran tentang kehidupan jalanan yang rumit. Keputusan yang menimbulkan sebuah perilaku konsumsi terhadap barang

konsumsi berupa rokok disebabkan oleh kerumitan kehidupan yang selalu dihadapi mereka di jalanan. Aspek sebab dan akibat selalu berkesinambungan, sebab menimbulkan akibat yang berujung pada sebab dan terus-menerus seperti itu. Persepsi yang ditangkap oleh anak-anak jalanan tersebut memberikan gambaran yang abstrak ke dalam benak mereka, itu membuat mereka mendapatkan banyak pilihan. Pilihan-pilihan itu masih terlalu dini untuk disajikan kepada mereka, itu membuat mereka bimbang. Pola pembelajaran terhadap pengetahuan yang dimiliki telah membatasi anak-anak jalanan tersebut untuk dapat memahami persepsi terhadap ragam pilihan yang tampak.

Kurangnya perhatian pemerintah terhadap aspek pendidikan serta aspek kemanusiaan khususnya dalam perihal anak-anak jalanan ini masih dirasa kurang optimal. Pemberdayaan anak-anak di bidang pendidikan menjadi tidak efektif jika hanya dilakukan oleh lembaga-lembaga informal saja, lembaga informal yang dimaksud adalah LSM dan LEM. Anak-anak tersebut masih tidak menyadari alasan serta sebab dari perilaku konsumsi mereka terhadap rokok, ini muncul dikarenakan kurangnya pemahaman serta pendidikan untuk memahami terlebih dahulu perilaku sebelum mengkonsumsi sesuatu. Peneliti menyarankan pemerintah untuk lebih mengoptimalkan perhatian terhadap pendidikan dan kemanusiaan pada anak-anak jalanan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Tjandra Yoga. 1992. Rokok dan Kesehatan. Jakarta: UI Press
- Agustian, Muniarti dan Heru Prasadja. 2000. Anak Jalanan dan Kekerasan. Jakarta: PKPM-UAJ.
- Amen Budiman, Onghokham.1987. Rokok Kretek: Lintasan Sejarah dan Artinya Bagi Pembangunan Bangsa dan Negara. Kudus: Djarum Press.
- Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson, Edward E. Smith dan Darly J. Bem. 2005. Pengantar Psikologi (Edisi Kesebelas Jilid Satu). Batam: Interaksara.
- Bouman, P.J. 1971. Ilmu Masyarakat Umum. Jakarta: P.T. Pembangunan.
- Bungin, Burhan. 2010. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1990. Perilaku Konsumen (Edisi Keenam Jilid Satu). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1990. Perilaku Konsumen (Edisi Keenam Jilid Dua). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek & Psikologi Konsumen (Implikasi Pada Strategi Pemasaran). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hawkins, Del (et.al.). 1994. *Consumer Behaviour (implication For Marketing Strategy)*. Australia: Richard D. Irwin Inc.
- Hawkins, Del I, David L. Mothersbaugh dan Roger J. Best. 2010. *Consumer Behaviour (Building Marketing Strategy)*. New York: McGraw-Hill/ Irwin, Inc.
- Kotler, Philip, 2000. Marketing Management, The Millenium 1st Edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Meliono, Irmayanti dkk. 2007. MPKT Modul 1 .Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI.
- Mullen, Brian and Craig Johnson. 1990. *The Psikology of Consumer Behaviour*. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates, Inc.

- Rianse, Usman dan Abdi. 2008. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi). Bandung: Alfabeta.
- Rose, Dark. 2011. Aku Anak Broken Home. Malang: UB Press.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. Perilaku konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Soediyono. 1981. Ekonomi Mikro: Perilaku Harga Pasar dan Konsumen. Yogyakarta: Liberty.
- Sudarsono. 1995. Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: LP3ES.
- Sumarwan, Ujang dan Krisnawati, Lolita. 2003. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2003. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.