

# HUBUNGAN PAPARAN IKLAN ROKOK DENGAN SIKAP DAN PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA LAKI-LAKI DI SMP NEGERI 2 GAMPING

Fitriana Ramadhani<sup>1</sup>, Suwarno<sup>2</sup>, Yuni Very Anto<sup>3</sup>

## INTISARI

**Latar Belakang:** Merokok adalah perilaku yang sangat mudah dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Pada saat ini rokok bukan saja dikonsumsi oleh orang dewasa akan tetapi remaja bahkan anak – anak. Mereka mulai mengenal rokok dan mencoba rokok akibat pengaruh iklan rokok di televisi dan media massa.

**Tujuan Penelitian:** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara paparan iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping.

**Metode Penelitian:** Penelitian ini merupakan jenis penelitian analitik observasional dengan rancangan *cross sectional*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 130 responden dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner,. Analisis data diolah menggunakan *SPSS for windows* dengan uji signifikan  $p < 0.05$ .

**Hasil Penelitian:** Hasil penelitian menunjukkan 87 responden (66,9%) terpapar iklan rokok dalam kategori rendah, 125 responden (96,2%) memiliki sikap yang positif, 77 responden (59,2%) merupakan perokok ringan. Hasil analisis hubungan paparan iklan rokok dengan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping didapatkan nilai signifikan sebesar 0.001 dengan nilai koefisien kontingensi sebesar 0.274 (lemah), analisis hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping didapatkan nilai signifikan sebesar 0.005 dengan nilai koefisien kontingensi sebesar 0.276 (lemah), dan analisis hubungan sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping didapatkan nilai signifikan sebesar 0.167.

**Kesimpulan:** Kategori rendah terpapar iklan rokok, sikap positif, dan perilaku merokok ringan memiliki jumlah lebih besar dibanding yang lain, terdapat hubungan antara paparan iklan rokok dengan sikap merokok dan memiliki tingkat keeratan hubungan kategori lemah, terdapat hubungan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok dan memiliki tingkat keeratan hubungan lemah, dan tidak terdapat hubungan antara sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping.

**Kata kunci:** Iklan Rokok, Sikap, Perilaku Merokok

<sup>1</sup>Mahasiswa PSIK STIKES Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

<sup>2</sup>Dosen STIKES Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

<sup>3</sup>Kepala Ruang NICU RSUD Wates.

# THE RELATIONSHIP OF CIGARETTE ADVERTISING WITH ATTITUDE AND SMOKING BEHAVIOR ON MALE ADOLESCANT IN JUNIOR HIGH SCHOLL 2 GAMPING

Fitriana Ramadhani<sup>1</sup>, Suwarno<sup>2</sup>, Yuni Very Anto<sup>3</sup>

## ABSTRACT

**Background:** Smoking is a behavior which can easily to find in many places. At the moment, smoking is not only consumed by adults, but also adolescents and even the children. They have started to recognize and treat smoking cigarettes based on the influence of cigarettes the advertising that appear on television and the media.

**Objective:** This study was conducted to determine the correlation of cigarette advertising on attitudes and smoking behavior among male adolescents at SMP Negeri 2 Gamping.

**Methods:** Type of this research is analytical observasional research with cross sectional design. The samples used were 130 respondents using proportionate stratified random sampling. Data were collected using a questionnaire. Analysis of the data was processed using SPSS for windows with a significant test  $p < 0.05$ .

**Results:** The results showed 87 respondents (66,9%) are exposed to cigarette advertising in the low category, 125 respondents (96,2%) have a positive attitude, 77 respondents (59,2%) are light smokers. Analysis of the relationship between exposure to cigarette ads with smoking attitude on male adolescent in Junior High School 2 Gamping obtained significant values of 0.001 with coefficient contingency value of 0.274 (weak category), Analysis of the relationship between exposure to cigarette ads with smoking behavior on male adolescent in Junior High School 2 Gamping obtained significant values of 0.005 with coefficient contingency value of 0.276 (weak category), and Analysis of the relationship between smoking attitude with smoking behavior on male adolescent in Junior High School 2 Gamping obtained significant values of 0.167.

**Conclusion:** From the results of the research there was low category are exposed to cigarette advertising, positive attitude, and behavior of light smokers had a greater amount than the others, there was relationship beetwen cigarette advertising with smoking attitude has a degree of closeness of the relationship is weak category, there was relationship beetwen cigarette advertising with smoking behavior has a degree of closeness of the relationship is weak category, and the was no relationship beetwen smoking attitudes and smoking behavior on male adolescent in Junior High School 2 Gamping

**Keywords:** Cigarette advertising, attitude, Smoking behavior.

<sup>1</sup>Nursing Science Student of PSIK STIKES Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

<sup>2</sup>Lecture of STIKES Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

<sup>3</sup>Ward Head of NICU RSUD Wates.