

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP Negeri 2 Gamping yang terletak di Desa Trihanggo, Kecamatan Gamping. Sekolah ini merupakan salah satu Sekolah Negeri favorit yang berada di wilayah kabupaten Sleman karena telah mendapat akreditasi A dari pemerintah. SMP Negeri 2 Gamping mempunyai lahan yang cukup luas yaitu sekitar 10000 m² dengan jumlah murid sebanyak 606 siswa yang terdiri dari kelas VII sebanyak 196 murid (90 siswa dan 106 siswi), kelas VIII sebanyak 205 murid (103 siswa dan 102 siswi), dan kelas IX sebanyak 205 murid (94 siswa dan 111 siswi). Berdasarkan wawancara dengan Kepala Sekolah SMP Negeri 2 Gamping, pada tahun 2016 sekolah ini memiliki pengajar sebanyak 34 orang, yaitu 30 orang pengajar tetap dan 4 pengajar tidak tetap.

Sarana dan prasarana yang dimiliki SMP Negeri 2 Gamping, yaitu ruang administrasi yang terdiri dari beberapa ruang, meliputi ruang kepala sekolah, ruang staff, ruang guru, ruang tata usaha, ruang bimbingan dan konseling (BK), koperasi peserta didik, kantin, kamar mandi dan WC, yang kedua yaitu ruang pengajaran, laboratorium, dan ruang penunjang lainnya, meliputi ruang kelas VII, terdiri dari 6 ruang kelas, ruang kelas VIII terdiri dari 6 kelas, ruang kelas IX terdiri dari 6 kelas, laboratorium IPA, laboratorium komputer, laboratorium elektro. Ruang penunjang terdiri dari AULA, UKS, ruang keterampilan ekstrakurikuler, tempat ibadah (masjid), ruang olahraga, ruang gedung, dan tempat parkir.

SMP Negeri 2 Gamping memiliki visi “prima dalam prestasi berlandaskan iman dan taqwa”, dan untuk mewujudkan visi tersebut, SMP Negeri 2 Gamping membuat beberapa misi, antara lain dengan cara melaksanakan pembelajaran yang aktif, inovatif, kreatif, efektif, dan menyenangkan (PAIKEM), untuk menciptakan lulusan yang cerdas, kompetitif, dan berakhlak mulia, serta lulusan yang berkualitas dalam beribadah, berakhlak mulia dan

bertingkah laku baik di dalam keluarga dan masyarakat, mewujudkan lulusan yang berkualitas dalam bersikap dan berperilaku sesuai norma agama dan budaya bangsa Indonesia, mengembangkan budaya kompetitif bagi peningkatan prestasi peserta didik, mengutamakan kerja sama dalam menyelesaikan tugas kependidikan dan keguruan, melestarikan dan mengembangkan bidang olahraga, seni, dan budaya.

Berdasarkan buku bimbingan konseling SMP Negeri 2 Gamping memiliki beberapa peraturan yang berkaitan dengan kedisiplinan, antara lain apabila siswa melanggar tata tertib, salah satunya adalah membawa atau merokok dilingkungan sekolah dikenakan sanksi 10 poin dan diharuskan mengisi lembar persetujuan untuk tidak mengulangi perbuatannya, yang ditandatangani oleh Kepala Sekolah, Guru BK, dan Wali murid. Apabila siswa mengulangi perbuatannya, maka akan dikenakan sanksi berupa skorsing selama satu minggu.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 130 siswa laki-laki di kelas VII, dan kelas VIII SMP Negeri 2 Gamping. Responden dalam penelitian ini berusia antara 12-14 tahun, dan sebagian besar siswa laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping yang dijadikan sebagai responden berasal dari wilayah penduduk setempat yaitu dari Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman.

2. Karakteristik responden

a. Usia remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diuraikan karakteristik responden berdasarkan usia remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Usia remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Kategori	Frekuensi	Prosentase
12 Tahun	22	16.9
13 Tahun	41	31.5
14 Tahun	67	51.5
Total	130	100.0

Sumber : data primer (2016).

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, sebagian besar responden termasuk dalam kategori umur 14 tahun sebanyak 67 responden (51,5%).

b. Kelas remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diuraikan karakteristik responden berdasarkan kelas pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Kelas pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Kelas 7	61	46.9
Kelas 8	69	53.1
Total	130	100.0

Sumber : data primer (2016).

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan kelas pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, sebagian besar responden termasuk dalam kategori kelas 8 sebanyak 69 responden (53,1%).

3. Analisis Hasil Penelitian

Telah dilakukan penelitian mengenai hubungan paparan iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping pada bulan Juni 2016 dan dilakukan pada 130 siswa laki-laki yang masuk kriteria inklusi penelitian. Adapun pembahasan yang dimaksud meliputi: karakteristik responden, pengujian variabel korelasi dengan menggunakan uji koefisien kontingensi yang sebelumnya dilakukan uji statistik *chi square*, dan pembahasan.

a. Analisis Univariat

Hasil analisis univariat bertujuan untuk mendiskripsikan karakteristik dari subjek penelitian sehingga kumpulan data tersebut berubah menjadi informasi yang berguna.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan paparan iklan rokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan paparan iklan rokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	43	33.1
Rendah	87	66.9
Total	130	100

Sumber : data primer (2016).

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa paparan iklan rokok dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 2 kategori yaitu tinggi dan rendah. Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 130 responden yang diteliti, semua responden pernah terpapar iklan rokok, sebagian besar responden termasuk dalam kategori rendah terpapar iklan rokok sebanyak 87 responden (66,9%).

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Positif	125	96.2
Negatif	5	3.8
Total	130	100

Sumber : data primer (2016).

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, sebagian besar responden memiliki sikap yang positif yaitu sebanyak 125 responden (96,2%).

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Merokok	51	39.2
Ringan	77	59.2
Sedang	2	1.5
Total	130	100.0

Sumber : data primer (2016).

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, sebagian besar responden termasuk kategori ringan sebanyak 77 responden (59,2%).

b. Uji Bivariat

Analisis bivariat bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, hasil uji koefisien kontingensi dicari berdasarkan angka *chi square* dengan tingkat kepercayaan 95%, dapat diketahui pada tabel 4 berikut ini:

- 1) Hubungan paparan iklan rokok dengan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Tabel 9. Hubungan paparan iklan rokok dengan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Paparan iklan	Sikap				Total		<i>P</i>	<i>R</i>
	Positif		Negative					
	F	%	F	%	F	%		
Tinggi	38	29,2	5	3,8	43	33,1	0,001	0,274
Rendah	87	66,9	0	0,0	87	66,9		
Total	125	96,2	5	3,8	130	100		

Sumber: Data Primer (2016).

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa siswa yang terpapar iklan rokok dengan kategori rendah mempunyai sikap yang positif sebanyak 87 orang (66,9%), lebih besar dari pada siswa yang terpapar iklan rokok kategori tinggi dengan sikap positif. Sedangkan siswa yang terpapar iklan rokok dengan kategori tinggi mempunyai sikap negatif sebanyak 5 orang (3,8%). Hal ini berarti sebagian besar siswa yang terpapar iklan rokok dominan mempunyai sikap yang positif.

Hasil uji statistik *chi square* menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, dengan nilai $p=0,001$ dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,274. Nilai kontingensi 0,274 bermakna tingkat keeratan hubungan antara paparan iklan rokok

dengan sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping adalah lemah karena berada di rentang kategori 0,200 – 0,399.

- 2) Hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Tabel 10. Hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Paparan iklan	Perilaku Merokok						Total		P	r
	Tidak		Ringan		Sedang					
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Tinggi	9	6,9	34	26,2	0	0,0	43	33,1	0,005	0,276
Rendah	42	32,3	43	33,1	2	1,5	87	66,9		
Total	51	39,2	77	59,2	2	1,5	130	100		

Sumber: Data Primer (2016).

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa siswa yang terpapar iklan rokok kategori rendah dengan perilaku merokok ringan sebanyak 43 orang (33,1%), lebih besar dari pada siswa yang terpapar iklan rokok kategori rendah dengan perilaku siswa yang tidak merokok yaitu 42 orang (32,3%) dan siswa yang mempunyai perilaku merokok sedang sebanyak 2 orang (1,5%). Sedangkan siswa yang terpapar iklan rokok tinggi dan mempunyai perilaku merokok ringan sebanyak 34 orang (26,2%). Hal ini berarti mayoritas siswa yang terpapar iklan rokok dominan mempunyai perilaku merokok ringan.

Hasil uji statistik *chi square* menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, dengan nilai $p=0,005$ dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,276 (kategori lemah), karena berada di rentang kategori 0,200 – 0,399.

- 3) Hubungan sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Tabel 11. Hubungan sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Sikap	Perilaku Merokok						Total		P	r
	Tidak		Ringan		Sedang					
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Positif	51	39,2	72	55,4	2	1,5	125	96,2		
Negatif	0	0,0	5	3,8	0	0,0	5	3,8	0,167	0,164
Total	51	39,2	77	59,2	2	1,5	130	100		

Sumber: Data Primer (2016).

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa siswa yang memiliki sikap positif dengan perilaku merokok ringan sebanyak 72 orang (55,4%), lebih besar daripada siswa yang mempunyai sikap positif dengan siswa yang mempunyai perilaku tidak merokok sebanyak 51 orang (39,2%) dan siswa yang mempunyai perilaku merokok sedang sebanyak 2 orang (1,5%). Sedangkan siswa yang mempunyai sikap negatif dan mempunyai perilaku merokok ringan sebanyak 5 orang (3,8%). Hal ini menunjukkan bahwa tidak selamanya siswa yang memiliki sikap positif terhadap rokok juga memiliki perilaku tidak merokok. Ada beberapa faktor percentus terjadinya perilaku merokok antara lain faktor orang tua dan teman. Hasil uji statistik *chi square* yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping, dengan nilai $p=0,167$.

B. Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Responden sebagian besar berusia 14 tahun sebanyak 67 responden (51.5%). Dalam masa ini masih dalam tahap pencarian jati diri khususnya laki-laki dimana pengaruh dari lingkungan sekitar bisa mempengaruhi pola

pikir mereka yang dalam hal ini tidak peduli dengan bahaya yang dapat ditimbulkan dari perilaku merokok.

Insidensi perokok pada pria lebih tinggi daripada yang ditemukan pada wanita. Perilaku merokok berhubungan dengan adanya teman yang merokok. Jenis kelamin dan kecenderungan untuk merokok merupakan determinan yang penting dari perilaku merokok. Program pencegahan merokok yang efektif harus diambil untuk mengatasi pengaruh paparan iklan rokok pada remaja (Ginting & Tariana, 2012).

2. Paparan iklan rokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Karakteristik responden sebagian besar termasuk kategori rendah terpapar iklan rokok sebanyak 87 responden (66,9%), dan 43 responden (33,1%) termasuk kategori tinggi terpapar iklan rokok.

Banyaknya responden yang termasuk kedalam kategori rendah terpapar iklan rokok dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah tidak semua responden terpapar media iklan yang dicantumkan pada kuesioner, responden juga tidak selalu (setiap hari) melihat atau mendengar iklan rokok seperti di majalah remaja, papan iklan, televisi, radio, koran, internet, dan sales rokok. Faktor lainnya dapat disebabkan oleh jam tayang iklan rokok di televisi yang dibatasi hanya dari pukul 21.30 hingga pukul 05.00 waktu setempat.

Iklan rokok saat ini semakin banyak terlihat di tempat-tempat umum. Iklan dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, yaitu berupa aktivitas mengonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan (Kholid, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Hamka beserta Komnas Anak pada tahun 2007 memperlihatkan bahwa sebanyak 99,7 % anak melihat iklan rokok di televisi, dimana 68 % mengatakan memiliki kesan positif terhadap iklan rokok tersebut & 50 % mengatakan menjadi lebih percaya diri seperti di iklan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMP Negeri 2 Gamping, peneliti menemukan bahwa responden dominan terpapar iklan rokok melalui media televisi karena iklan rokok banyak ditayangkan pada saat acara pertandingan sepakbola, dimana acara tersebut diminati oleh responden. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarianna (2011), dimana iklan rokok berupa *video/visual*, *audio*, *talent*, *grafics*, dan *packing* berpengaruh terhadap pengetahuan dan keinginan siswa untuk merokok dan yang paling dominan memengaruhi adalah iklan dalam bentuk *video/visual*. Dalam penelitian Benson & Hedges dalam (Monyeki, 2013) iklan rokok berusaha memberikan kesan yang positif seperti merokok membuat hidup lebih santai, terlihat keren dan bahkan terlihat lebih kaya.

Juniarti dalam Tarwoto, dkk (2011) mengungkapkan bahwa melihat iklan di media massa dan media elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamour, membuat remaja seringkali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti yang ada di iklan tersebut. Iklan, promosi, ataupun sponsor merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para produsen rokok untuk mempermudah produsen rokok dalam mempengaruhi remaja dan anak-anak. Pengaruh iklan sangat mempengaruhi dalam kehidupan remaja.

Hasil ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trifena (2011) mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan rokok melalui media massa cetak terhadap tindakan merokok pada remaja, hal ini disebabkan karena media cetak membutuhkan upaya dari pihak pembaca agar iklan yang disajikan mampu memberikan efek. Jika audiensi tidak mampu memberikan efek maka iklan yang disajikan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi audiensi sehingga hal itu pun tidak atau kurang berpengaruh pada tindakan. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Sudaryanto (2010) menyatakan bahwa paparan iklan rokok tidak berpengaruh terhadap keinginan remaja untuk merokok, melainkan dipengaruhi oleh faktor orang tua atau pola asuh orang tua dan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar terutama teman bermain.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Simarmata (2012) menyatakan bahwa walaupun rokok sudah banyak diketahui bahayanya dan menimbulkan banyak penyakit namun masih ada siswa yang tetap merokok. Salah satu alasannya karena didalam rokok menimbulkan kecanduan bagi para penghisapnya sehingga apabila mereka tidak merokok maka mereka akan merasakan gangguan seperti gelisah, berkeringat dingin dan sakit perut.

3. Sikap merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Karakteristik responden sebagian besar masuk dalam kategori positif sebanyak 125 responden (96,2%), yang berarti responden tidak setuju dengan perilaku merokok.

Sikap merokok bersifat positif, yaitu siswa yang memiliki sikap atau yang memiliki persepsi merokok merupakan kegiatan yang merugikan baik dari segi kesehatan, keuangan dan waktu. Hal ini bisa terjadi karena sikap merokok dipengaruhi oleh banyak faktor seperti faktor keluarga, faktor lingkungan, tempat tinggal dan pergaulan dan tersedianya rokok di lingkungan sekitar. Terkadang remaja yang menjadi perokok pemula tersebut akibat melihat masyarakat lingkungan mereka, karena remaja belum mengerti benar mengenai bahaya yang disebabkan oleh rokok ataupun penyakit yang dapat timbul karena rokok.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trihandini dan Wismanto (2010), menunjukkan bahwa sikap remaja yang merokok dipengaruhi oleh persepsinya terhadap gaya hidup yang modern, hal ini dipersepsi dari teman-teman sekelompoknya dan iklan rokok yang menggambarkan kehidupan anak muda yang gaul, asyik serta punya prinsip. Menurut Park (2011) setiap remaja memiliki sistem nilai dan sikap yang berbeda terhadap perilaku lingkungan sekitar, dan pemahaman pribadi (terhadap studi dan masyarakat), seperti pada anak-anak yang antisosial, memberontak, terisolasi dari sekolah dan masyarakat, atau yang memiliki hubungan keluarga kurang harmonis dan memiliki ketidaksukaan dalam akademik sangat mungkin untuk mulai merokok.

4. Perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Karakteristik responden sebagian besar masuk dalam kategori ringan yaitu sebanyak 77 responden (59,2%).

Menurut Tarwoto (2011) biasanya perokok menghisap rokok bukan karena mengendalikan perasaan, namun karena sudah menjadi kebiasaan rutin. Perilaku merokok sudah bersifat otomatis, seringkali tanpa dipikirkan dan tanpa disadari sehingga orang berpersepsi merokok tidak membuang-buang waktu.

Siswa yang sering melihat iklan rokok tidak begitu tertarik untuk mengikuti atau teringat untuk merokok, mungkin saja disebabkan karena isi iklan rokok yang kurang menarik seperti tidak menampilkan wujud rokok, orang yang sedang merokok dan material pembuat rokok atau sebaliknya dengan seringnya melihat iklan rokok yang ada peringatan bahaya merokok atau gambar akibat dari merokok.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasanah dan Sulastri (2012) yang menunjukkan ada hubungan dukungan iklan rokok dengan perilaku merokok remaja. Selain itu hasil penelitian Dewanta (2013), juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara terpapar iklan dengan pengambilan keputusan merokok di kalangan mahasiswi perokok dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,776 maka hubungannya dinyatakan positif dan sangat signifikan.

5. Hubungan paparan iklan rokok dengan sikap pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Berdasarkan hasil analisa diperoleh nilai signifikan 0,001 yang berarti ada hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan sikap, dan memiliki kekuatan hubungan lemah karena 0,274 berada pada rentang 0,200-0,399. Hasil ini didukung dalam penelitian Ariani (2011) dengan hasil bahwa pengaruh iklan terhadap sikap remaja tentang merokok berpengaruh sangat lemah akan tetapi memiliki kontribusi kepada pembentukan sikap awal remaja terhadap merokok, dimana apabila remaja lebih sering terpapar oleh iklan rokok maka remaja akan mulai tertarik untuk mulai membeli dan

memulai untuk merokok yang pada akhirnya akan menilai bahwa sikap merokok itu adalah hal yang positif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2010) faktor yang mempengaruhi sikap tentang merokok meliputi faktor kepribadian, pengaruh teman dan orang tua. Menurut Notoatmojo (2010), faktor lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia baik secara langsung maupun tidak langsung dan akan mempengaruhi perubahan sikap seseorang, karena sikap dipengaruhi oleh komponen afektif dan kognitif, komponen afektif selalu berhubungan dengan komponen kognitif. Sikap dapat berubah-ubah karena sikap dapat dipelajari. Sikap tidak dapat berdiri sendiri, akan tetapi senantiasa berhubungan terhadap suatu objek yang dapat dipelajari dan sikap dapat berkaitan dengan satu objek.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2010) bahwa lingkungan sosial dan paparan iklan rokok memiliki pengaruh pada sikap awal remaja terhadap merokok, menerangkan bahwa tingkat pengaruh paparan iklan rokok memiliki kontribusi kepada pembentukan sikap awal remaja terhadap merokok, sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara paparan iklan dengan sikap awal remaja terhadap merokok.

Hasil signifikan juga terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Djapri (2011), menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan sikap remaja merokok. Bahwa semakin meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk merokok, khususnya remaja tidak terlepas dari pengaruh tayangan iklan di media massa. Tidak jarang hal-hal yang positif diselipkan dan disalahgunakan untuk menanamkan persepsi tentang merokok yang sebenarnya menjerumuskan. Mereka berupaya untuk memasukkan kedalam persepsi masyarakat bahwa *it's okay* untuk merokok, misalnya memakai ilustrasi solidaritas dan keakraban teman.

Perubahan sikap remaja untuk menjadi perokok terbagi dalam beberapa fase. Pada fase awal remaja menerima iklan rokok, namun mereka belum

mempunyai inisiasi untuk mulai merokok (Elizabeth, *et al*, 2007). Tiga fase awal ketika remaja ingin merokok yaitu penggunaan awal dari tembakau, terus menggunakan dan akhirnya ketergantungan (Curry, *et al*, 2010).

6. Hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping

Berdasarkan hasil analisa diperoleh nilai signifikan 0,005 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok, dan memiliki kekuatan hubungan lemah karena 0,276 berada pada rentang 0,200-0,399.

Remaja sekarang sudah banyak yang mulai merokok, karena pada masa inilah anak mulai terpengaruh dan mulai mencoba-coba untuk merokok (Notoatmodjo, 2013). Banyak faktor yang mendorong dan mempengaruhi remaja untuk merokok, salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terhadap suatu produk dan iklan memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi, membujuk, atau untuk mengingatkan masyarakat terhadap produk rokok (Agung, 2010).

Dengan melihat iklan yang ada di televisi dan media massa, remaja mulai mengenal dan mencoba untuk merokok, karena gencarnya iklan rokok yang beredar di masyarakat, ditambah dengan adanya image yang dibentuk oleh iklan rokok sehingga terlihat seakan orang yang merokok adalah orang yang sukses dan tangguh yang dapat melalui rintangan apapun (Wawan & Dewi, 2010).

Hasil penelitian Chotidjah, (2012) menunjukkan bahwa sebagian besar responden (93,63%) menyatakan bahwa mereka telah melihat iklan di pelayanan kesehatan masyarakat tentang pengaruh perilaku merokok dan televisi sebagai media informasi yang paling banyak diakses oleh mereka. Penelitian Martini dan Sulistyowati (2005) menemukan 87% remaja terpapar iklan rokok di televisi, 75% terpapar melalui *billboards*, 42% melalui radio, dan 32% melalui surat kabar.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Kustanti (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dukungan iklan rokok dengan

perilaku merokok pada siswa. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dukungan iklan rokok sangat mempengaruhi perilaku merokok pada siswa. Seperti halnya hasil penelitian ini bahwa siswa yang terpapar iklan rokok kategori tinggi mempengaruhi perilaku merokok ringan 1-10 batang/hari.

Dalam penelitian Kustanti (2014) juga menyebutkan bahwa faktor lingkungan sangat mempengaruhi seseorang untuk merokok. Faktor lingkungan merupakan faktor penting yang pertama kali memperkenalkan remaja terhadap perilaku merokok, terutama perilaku merokok yang ada di lingkungan keluarga.

7. Hubungan sikap dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMP Negeri 2 Gamping.

Berdasarkan hasil analisa diperoleh nilai signifikan 0,167 yang berarti lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara sikap dengan perilaku merokok. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi *et al.* (2013) dengan hasil uji statistik menunjukkan tidak terdapat hubungan yang bermakna antara sikap dengan kebiasaan merokok ($p=1,00$). Dengan hasil penelitian yang didapatkan proporsi siswa yang merokok lebih tinggi dengan sikap positif daripada sikap negatif (32,6% : 28,6%).

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maseda *et al.* (2013) dengan hasil uji statistik *chi square* diperoleh nilai ($p=0,00$) atau $p<0,05$. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap tentang bahaya merokok dengan perilaku merokok yang berarti hipotesis (H_a) diterima. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kebiasaan merokok.

Menurut Berry dalam Oktavia (2010) mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku merokok, yaitu faktor orang tua, teman sebaya, kepribadian dan media informasi yang mengiklankan rokok. Surafino dalam Aula (2010) menyebutkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku merokok selain faktor lingkungan yaitu faktor genetik

dan faktor psikologis demi relaksasi atau ketenangan serta mengurangi kecemasan maupun ketegangan. Perubahan psikososial pada masa remaja juga memungkinkan menjadi faktor lain perilaku merokok yang tidak dipengaruhi oleh teman sebaya seperti bersifat ingin tahu yang tinggi (Sejati, 2008).

Menurut Berry dalam Oktavia (2010), teman sebaya mempunyai peran yang sangat berpengaruh bagi remaja, karena remaja lebih sering menghabiskan waktunya bersama teman-teman sebaya mereka. Di antara remaja yang memiliki kebiasaan merokok, 87% diantaranya mempunyai sekurang-kurangnya satu sahabat yang memiliki kebiasaan merokok begitu pula dengan remaja non perokok. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti, pada item pernyataan kuesioner sikap yang telah dibagikan menunjukkan bahwa faktor orang tua dan teman sebaya responden sebagian besar mempengaruhi untuk merokok.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Instrumen penelitian yang digunakan adalah bentuk kuesioner, baik untuk paparan iklan, sikap, dan perilaku merokok pada remaja. Bentuk kuesioner belum memberikan informasi yang lengkap tentang paparan iklan, sikap, dan perilaku merokok remaja pada responden karena kemungkinan ada unsur subjektif dalam menjawab pertanyaan. Sebenarnya informasi yang lengkap harus ditunjang dengan pengumpulan data yang lebih cermat yaitu dengan teknik wawancara dan observasi langsung dengan responden.
2. Ada beberapa variabel pengganggu yang tidak dapat dikendalikan oleh peneliti yaitu orang tua, lingkungan atau pergaulan sehingga timbul bias sangat mungkin terjadi dan mempengaruhi hasil penelitian.