

**HUBUNGAN IKLAN ROKOK, UANG SAKU DAN TEMAN SEBAYA
TERHADAP PERILAKU MEROKOK PADA SISWA
SMA NEGERI 3 KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2015**



SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

**DIAN SUCIPTO
NPM.13030012P**

**PROGRAM STUDI ILMU KESEHATAN MASYARAKAT
STIKES AUFA ROYHAN
PADANGSIDIMPUAN
2015**

**HUBUNGAN IKLAN ROKOK, UANG SAKU DAN TEMAN SEBAYA
TERHADAP PERILAKU MEROKOK PADA SISWA
SMA NEGERI 3 KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2015**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat



SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

**DIAN SUCIPTO
NPM.13030012P**

**PROGRAM STUDI ILMU KESEHATAN MASYARAKAT
STIKES AUFA ROYHAN
PADANGSIDIMPUAN
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

**HUBUNGAN IKLAN ROKOK, UANG SAKU DAN TEMAN SEBAYA
TERHADAP PERILAKU MEROKOK PADA SISWA
SMA NEGERI 3 KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2015**

Oleh :

**DIAN SUCIPTO
NIM. 13030012P**

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 03 September 2015 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ismail Fahmi, M. Kes

Rostina Afrida Pohan, SST, M.Si

Penguji I

Penguji II

Nurul Rahma Siregar, SKM, M. Kes

Yuli Arisyah, SKM

Padangsidimpuan, September 2015
Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat
Stikes Aufa Royhan Padangsidimpuan
Ketua Stikes

**Drs. H. Guntur Imsaruddin, M.Kes
NIDN. 0119025401**

CURRICULUM VITAE

Nama : Dian Sucipto
Tempat/tgl lahir : Sibolga, 15 Januari 1990
Agama : Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

1995 – 2001 : SD Negeri 155692 Hutabalang Kab. Tapanuli Tengah
2001 – 2004 : SMP Negeri 1 Badiri
2004 – 2007 : SMA Negeri 1 Pinangsori
2008 – 2011 : Akademi Keperawatan Nauli Husada Sibolga

ABSTRAK

Hubungan Iklan Rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA adalah melihat hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya dengan kegiatan atau aktivitas membakar rokok yang dilakukan siswa SMA, kemudian menghisapnya dan menghembuskannya keluar dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya.

Penelitian ini bersifat deskriptif, desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah cross-sectional dengan pendekatan dengan pendekatan korelasi untuk mengetahui hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa SMA. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa pria SMA Negeri 3 Padangsidempuan kelas X dan XI berjumlah 400 siswa, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 orang siswa. Data dikumpulkan dengan analisis univariat dan bivariat.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan siswa SMA dalam kategori baik 64 orang (83.1%) dan cukup 13 orang (16.9%). Sikap siswa terhadap perilaku merokok dalam kategori baik 10 orang (13.0%) dan dalam kategori cukup 67 orang (87.0%). Tindakan siswa SMA dalam penelitian ini memiliki tindakan dalam kategori baik sebanyak 10 orang (13.0%) dan dalam kategori cukup yaitu 67 responden (87.0%). Sedangkan untuk iklan rokok bahwa dalam kategorikan baik 14 orang (18.2%) dan cukup sebanyak 63 responden (81.8%). Uang saku yang berkaitan dengan perilaku merokok yaitu 13 siswa (16.9%) dalam kategori baik dan 64 siswa (83.1%) dalam kategori cukup dan kategori teman sebaya terhadap perilaku merokok yaitu 19 responden (24.7%) dalam kategori baik dan 58 responden (75.3%) dalam kategori cukup.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji chi square di peroleh nilai P value > 0,05 artinya tidak ada hubungan antara iklan rokok, uang saku dan teman sebaya dengan pengetahuan. hasil uji statistik chisquare diperoleh nilai $P=0.015 < 0,05$ artinya ada hubungan antara iklan rokok dengan sikap, hasil uji statistik chi square di peroleh nilai $P=0.002 < 0,05$ artinya ada hubungan antara iklan rokok dengan tindakan. Hasil uji statistik chisquare diperoleh nilai $P= 0.001 < 0,05$ artinya ada hubungan uang saku dengan sikap, hasil uji statistik chi square di peroleh nilai $P= 0.000 < 0,05$ artinya ada hubungan antara uang saku dengan tindakan. Hasil uji statistik chi square diperoleh nilai $P= 0.000 > 0,05$ artinya ada hubungan antara teman sebaya dengan sikap, hasil uji statistik chi square diperoleh nilai $P=0.000 < 0,05$ artinya ada hubungan teman sebaya dengan tindakan. Hasil uji stastistik $p=0.294 > 0,05$ artinya ada hubungan iklan rokok ,uang saku dan Teman sebaya terhadap tindakan responden dengan uji multivariat.

Kata Kunci : Iklan Rokok, Uang Saku, Teman Sebaya Perilaku Merokok.

ABSTRAK

Cigarette Ads correlation, allowances and peers on smoking behavior of high school students are looking at the relationship of cigarette advertising, pocket money and peers with cigarette burns activity or activities undertaken high school students, then suck and blow out and can cause smoke that can be exploited by the people around him.

This is a descriptive study, the design used in this study is cross-sectional approach to the correlation approach to determine the relationship of cigarette advertising, pocket money and peers on the smoking behavior of high school students. The population in this study were male students of SMAN 3 Padangsidimpuan class X and XI numbered 400 students, the sample in this study were 77 students. Data were analyzed using univariate and bivariate analysis.

The results of this study demonstrate knowledge of high school students in both categories 64 people (83.1%) and sufficient 13 (16.9%). Students' attitudes toward smoking behavior in both categories 10 persons (13.0%) and in the category of pretty 67 people (87.0%). Action of high school students in this study had action in both categories were 10 (13.0%) and in the category enough that 67 respondents (87.0%). As for tobacco advertising that in good categorize 14 people (18.2%) and pretty much as 63 respondents (81.8%). Allowance related to smoking behavior, namely 13 students (16.9%) in both categories and 64 students (83.1%) in the category of pretty and category peers on the smoking behavior of 19 respondents (24.7%) in both categories and 58 respondents (75.3%) in the category enough.

The results showed that the results of the chi square test P value obtained values > 0.05 means that there is no relationship between cigarette advertising, pocket money and peers with knowledge. chi-square statistical test results obtained value of $P = 0.015 < 0.05$ means that there is a relationship between cigarette advertising with attitude, chi-square test results obtained value of $P = 0.002 < 0.05$ means that there is a relationship between cigarette ad with action. Chi-square statistical test results obtained value of $P = 0.001 < 0.05$ means that there is a relationship allowance with attitude, chi square statistical test results obtained value of $P = 0.000 < 0.05$ means that there is a relationship between the allowance to the action. Chi-square test results obtained value of $P = 0.000 > 0.05$ means that there is a relationship between peers with attitude, chi-square test results obtained value of $P = 0.000 < 0.05$ means that there is a relationship of peers with action. The result of statistical test $p = 0.294 > 0.05$ means that there is a relationship of cigarette advertising, pocket money and peers to act respondents with multivariate testing.

Keywords: Cigarette Ads, Allowance, Peers, Smoking Behavior.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-NYA peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul “Hubungan Iklan Rokok, Uang saku dan Teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan Tahun 2015” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Kesehatan Masyarakat di Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat STIKES Aufa Royhan Padangsidempuan.

Dalam Proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. H. Guntur Imsaruddin, M.Kes, selaku Ketua STIKES Aufa Royhan Padangsidempuan.
2. Bapak Dr.Ismail Fahmi,M.Kes, selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Rostina Afrida, SST, M.Si selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Kepala Sekolah SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di instansi pendidikan yang bapak pimpin.
5. Seluruh Siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat STIKES Aufa Royhan Padangsidempuan.

Kritik dan saran yang bersifat membangun peneliti harapkan guna perbaikan di masa mendatang. Mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat bagi peningkatan kualitas pelayanan kesehatan masyarakat. Amin

Padangsidempuan, Agustus 2015
Peneliti,

Dian Sucipto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
IDENTITAS PENULIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1.Tujuan Umum.....	6
1.3.2.Tujuan Khusus.....	6
1.4.Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Iklan.....	6
2.1.1.Pengertian Iklan.....	8
2.1.2.Fungsi Periklanan.....	9
2.1.3.Strategi Iklan.....	10
2.1.4.Iklan Rokok Televisi.....	11
2.2.Uang Saku.....	12
2.2.1.Pengertian Uang.....	12
2.2.2.Peranan Pada Pengertian Uang.....	12
2.3.Teman Sebaya.....	13
2.4.Perilaku.....	16
2.4.1.Pengetahuan (Knowledge).....	18
2.4.2.Sikap (Attitude).....	20
2.4.3.Tindakan atau Praktek (Practice).....	21
2.4.4.Perilaku Merokok.....	25
2.4.5.Bahaya Merokok Bagi Kesehatan.....	30
2.6.Rokok.....	34
2.6.1.Pengertian Rokok.....	34
2.6.2.Jenis Rokok.....	34
2.6.3.Kandungan Rokok.....	35
2.7.Landasan Teori.....	37
2.8.Kerangka Konsep.....	38
2.9.Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Jenis Penelitian.....	40
3.2.Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.2.1.Lokasi.....	40
3.2.2.Waktu.....	40

3.3. Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1. Populasi.....	41
3.3.2. Sampel.....	41
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4.1. Data Primer.....	42
3.4.2. Data Sekunder.....	42
3.5. Instrumen Penelitian.....	42
3.6. Definisi Operasional.....	42
3.7. Aspek Pengukuran.....	43
3.8. Analisa Data.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	48
4.2. Karakteristik Responden.....	48
4.3. Perilaku Merokok.....	49
4.4. Iklan Rokok.....	60
4.5. Uang Saku.....	62
4.6. Teman Sebaya.....	64
4.7. Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok.....	66
4.8. Hubungan Uang Saku dengan Perilaku Merokok.....	69
4.9. Hubungan Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok.....	72
4.10. Hasil Analisa Multivariat.....	75

BAB V PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden.....	79
5.2. Perilaku Merokok.....	79
5.3. Iklan Rokok.....	80
5.4. Uang Saku.....	84
5.5. Teman Sebaya.....	87

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Master Tabel Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Asap rokok mengandung 4000 bahan kimia dan berhubungan dengan terjadinya 25 penyakit di tubuh manusia. Analisa mendalam tentang aspek sosio ekonomi dari bahaya merokok telah dilakukan, dimana dampak kesehatan di masyarakat terbukti lebih buruk. Karena itu, diperlukan kemampuan advokasi dan mobilisasi sosial serta komunikasi risiko dalam menjalankan kegiatan penanggulangan masalah merokok di Indonesia (Depkes RI, 2012).

Data *The Global Youth Tobacco Survey* (2006) di Indonesia 64.2% anak-anak sekolah yang disurvei melaporkan terpapar asap rokok selama mereka dirumah atau menjadi second hand smoke (SHS). Lebih dari 43 juta anak Indonesia tinggal dengan perokok dirumah. *Global Youth Tobacco Survey* (20013) melaporkan 89% anak-anak usia 13-15 tahun terpapar SHS di tempat-tempat umum. Anak-anak yang terpapar SHS mengalami penurunan pertumbuhan paru, mudah terinfeksi saluran pernafasan dan telinga, dan asma.

Riset Kesehatan Dasar 2013 Kementerian Kesehatan RI menyatakan perilaku merokok penduduk usia 15 tahun ke atas masih belum terjadi penurunan dari 2007-2013, bahkan cenderung mengalami peningkatan dari 34,2% pada 2007 menjadi 36,2% pada 2013. Selain itu, data riset tersebut juga menunjukkan bahwa pada 2013, sebanyak 64,9% warga yang masih menghisap rokok adalah berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebesar 2,1% adalah perempuan. Di samping itu, juga ditemukan bahwa 1,4% perokok masih berumur 10-14 tahun, dan sebanyak 9,9% perokok pada kelompok tidak bekerja.

Proporsi penduduk umur ≥ 15 tahun yang merokok dan mengunyah tembakau cenderung meningkat pada Riskesdas 2007 (34,2%), Riskesdas 2010 (34,7%) dan Riskesdas 2013 (36,3%). Proporsi tertinggi pada tahun 2013 adalah Nusa Tenggara Timur (55,6%). Dibandingkan dengan penelitian Global Adults Tobacco Survey (GATS) pada penduduk kelompok umur ≥ 15 tahun, proporsi perokok laki-laki 67,0 persen dan pada Riskesdas 2013 sebesar 64,9 persen, sedangkan pada perempuan menurut GATS 2,7 persen dan Riskesdas 2013 menemukan 2,1 persen.

Data hasil *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) 2011, persentase perokok aktif di Indonesia mencapai 67% (laki-laki) dan 2.7% (perempuan) dari jumlah penduduk, terjadi kenaikan 6 tahun sebelumnya perokok laki-laki sebesar 53 %. Data yang sama juga menyebutkan bahwa 85.4% orang dewasa terpapar asap rokok ditempat umum, di rumah (78.4%) dan di tempat bekerja (51.3%). Mereka yang merokok di rumah sama dengan mencelakakan kesehatan anak dan istri.

Menurut penelitian dari Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME), 2012 jumlah pria perokok di Indonesia meningkat dan menempati peringkat kedua di dunia dengan 57% di bawah Timor Leste 61%. Di bawah Indonesia ada Laos (51,3%), China (45,1%) Kamboja (42,1%). (www.depkes.go.id).

Sedangkan menurut Riskesdas 2013 prevalensi perokok menurut provinsi terdapat 67,8% perokok di Bali, 66,3 % di provinsi DI Yogyakarta dan 62,7% di Jawa Tengah. Untuk provinsi Sumatera Utara perokok yang merokok setiap hari berjumlah 29,7 persen. Untuk nasional prevalensi perokok laki laki sebesar 54,1 persen sedangkan perokok saat ini di Sumatera Utara menurut riskesdas 35,7 persen. Secara nasional, rata-rata jumlah batang rokok yang dihisap tiap hari oleh lebih dari separuh (52,3%) perokok adalah 1-10 batang (Riskesdas, 2013).

Perilaku merokok jelas bukan merupakan perilaku sehat. Rokok memiliki banyak dampak negatif bagi kesehatan. Namun perilaku seseorang tidak akan terlepas dari pengaruh lingkungannya. Lingkungan yang memengaruhi derajat kesehatan seseorang salah satunya adalah lingkungan sosial budaya. Masyarakat Indonesia terdiri atas banyak suku budaya yang mempunyai latar belakang beraneka ragam. Lingkungan budaya tersebut sangat memengaruhi tingkah laku manusia yang memiliki budaya tersebut, sehingga dengan keanekaragaman budaya menimbulkan variasi dalam perilaku manusia dalam segala hal, termasuk dalam perilaku kesehatan.

Situasi yang memprihatinkan adalah bahwa ada 85,4 persen perokok aktif merokok di dalam rumah bersama anggota keluarga dan 69 % rumah tangga tercatat memiliki minimal satu orang yang merokok. Selain itu 85 % perokok berusia 10 tahun ke atas merokok di dalam rumah bersama dengan anggota keluarganya. Hal ini dapat berakibat buruk terhadap kesehatan anggota keluarga lain khususnya anak-anak (Riskesdas 2013).

Penanggulangan masalah rokok di Indonesia memang sangat dilematis. Disatu sisi, industri rokok dianggap sebagai penghasil pajak paling besar dibanding sektor lain. Misalnya dapat memberikan kontribusi terhadap pemasukan keuangan negara berupa pembayaran cukai. Singkat kata, industri rokok adalah industri padat karya dan memberikan sumbangan yang cukup besar dalam perekonomian bangsa (Yanto, 2009).

Ratifikasi *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC), suatu hukum internasional dalam pengendalian tembakau, adalah faktor kunci perlindungan anak-anak dari bahaya tembakau, yang salah satunya mengatur iklan rokok. WHO mengklaim bahwa pelarangan segala bentuk iklan promosi, dan sponsor rokok terbukti bisa menurunkan tingkat konsumsi rokok hingga 16%. Sekalipun sejumlah pemerintah daerah dalam beberapa tahun

terakhir juga telah membuat sejumlah Perda yang mengatur tempat untuk merokok, namun pemerintah Indonesia yang bergabung dalam salah satu penyusun FCTC, yang telah disepakati secara aklamasi dalam sidang WHO 2003, menjadi satu-satunya negara di Asia Pasifik yang tidak menandatangani dan belum melakukan akses FTCT. Sehingga terkesan ironis ketika pemerintah sibuk menghimbau anak-anak muda untuk tidak merokok melalui tema Hari Tanpa Tembakau Sedunia 2008, “Anak Muda Tanpa Rokok/*Tobacco Free Youth* namun tidak mencoba menyediakan lingkungan yang kondusif bagi anak-anak yang kadang masih terlalu hijau untuk memilih. (Yanto, 2009).

Karakteristik remaja yang erat dengan keinginan adanya kebebasan, independensi, dan berontak dari norma-norma, dimanfaatkan para pelaku industri rokok dengan memunculkan slogan-slogan promosi yang mudah tertangkap mata dan telinga serta menantang. Slogan-slogan ini tidak hanya gencar dipublikasikan melalui berbagai iklan di media elektronik, cetak dan luar ruang, tetapi industri rokok pada saat ini sudah masuk pada tahap pemberi sponsor setiap *event* anak muda, seperti konser musik dan olah raga. Hampir setiap konser musik dan *event* olah raga di Indonesia di sponsori oleh industri rokok. Dalam *event* tersebut mereka bahkan membagikan rokok gratis atau mudah mendapatkannya dengan menukarkan potongan tiket masuk acara tersebut. Para remaja memang menjadi sasaran empuk bagi industri rokok.

Rosen dkk (1990) dalam Rochadi K (2004) mengatakan bahwa remaja dengan prestasi sekolah yang rendah atau kurang pendidikan dan hidup dalam kondisi dengan ketertekanan membuat remaja merokok. Hu dkk (1989) dalam Santoso SS (1993) menjelaskan latar belakang keluarga dan prestasi sekolah dapat menyebabkan seorang remaja merokok. Faktor-faktor seperti tekanan kelompok sebaya, orang tua, saudara kandung serta iklan rokok juga bisa menyebabkan remaja merokok. Banyaknya kegiatan- kegiatan remaja, seperti konser musik, pentas seni,

seminar remaja dan lain-lain yang di sponsori oleh rokok juga menjadi salah satu faktor penyebab remaja merokok. Dengan gencarnya iklan dan banyaknya kegiatan remaja yang disponsori oleh rokok, hal ini menyebabkan rasa ingin tahu remaja tentang rokok meningkat, sehingga trend merokok di kalangan remaja juga meningkat. Demikian halnya iklan rokok yang lainnya, disamping ada unsur humor yang digunakan untuk menarik perhatian remaja, juga terdapat makna pesan-pesan yang secara tersembunyi yaitu kritik sosial pada perilaku pelanggaran yang kadangkala juga dilakukan oleh para remaja.

Kebutuhan remaja untuk bersosialisasi dengan kelompok sebayanya bisa dimanfaatkan untuk proses sosialisasi yang normatif, sehingga remaja tidak terjerumus ke dalam pergaulan yang tidak sehat, tetapi sering sekali kegiatan bersosialisasi yang dilakukan para remaja dengan kelompok sebayanya malah akan berdampak pada kegiatan yang bersifat negatif, seperti merokok dan penyalahgunaan narkoba . Hubungan sosial dengan teman sebayanya dapat menimbulkan dampak positif atau negatif. Dampak negatif yang diperoleh remaja dalam hal ini pengaruh buruk jika seorang remaja dengan lingkungan teman sebayanya sudah merokok (Soetjiningsih, 2007).

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan, terdapat beberapa siswa SMA yang memiliki siswa yang berperilaku merokok. Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan peneliti diperoleh bahwa terdapat sekitar 9 siswa dari sekitar 15 siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan yang diamati merupakan perokok, selain itu siswa tersebut merokok di lingkungan sekolah.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, peneliti merumuskan permasalahan : bagaimana hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan Tahun 2015.

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan iklan rokok, uang saku dan teman terhadap perilaku merokok pada siswa Negeri 3 Kota Padangsidempuan Tahun 2015.

1.3.2. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengidentifikasi hubungan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengidentifikasi hubungan uang saku terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.
4. Untuk mengidentifikasi hubungan teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.
5. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku merokok.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Bagi Dinas Kesehatan

Sebagai bahan masukan kepada pihak terkait, seperti Dinas Kesehatan Propinsi dan Dinas Kesehatan Kota Padangsidempuan untuk menentukan dan merencanakan program baru dalam pendidikan kesehatan dan bahaya rokok.

b. Bagi Instansi SMA

Sebagai masukan kepada pihak SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan untuk memotivasi siswanya agar mengurangi kebiasaan merokok.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain berguna sebagai bahan masukan atau tambahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menyelesaikan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Iklan

2.1.1. Pengertian Iklan.

Dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dinyatakan bahwa: “Iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suatu media dan dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat” (Niken, 2007). Iklan diartikan sebagai berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang dijual, dipasang pada media massa seperti surat kabar, majalah atau ditempat-tempat umum. Sedangkan istilah periklanan merujuk kepada pemahaman keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian pesan.

Dalam pengertian iklan perlu diingat adanya kata-kata yang berkaitan dengan pesanan dan khalayak ramai. Iklan adalah suatu kegiatan yang menyampaikan berita, tetapi berita yang disampaikan atas pesanan pihak yang menginginkan agar produk atau jasa yang dijual dapat diterima dan dibeli oleh konsumen.

Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan kesuatu khalayak, target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, pengeksposan langsung, reklame luar ruang, atau kendaraan umum (Monle lee, 2007).

Alat dalam komunikasi periklanan selain bahasa, terdapat alat komunikasi lainnya yang sering dipergunakan yaitu gambar, warna, dan bunyi. Iklan menggunakan sistem tanda yang

terdiri atas lambang baik verbal maupun ikon. Pada dasarnya lambang yang digunakan dalam iklan terdiri dari dua jenis yaitu verbal dan non verbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, lambang non verbal adalah bentuk dan warna yang disajikan yang tidak secara meniru rupa atas bentuk realitas. Ikon adalah bentuk dan warna serupa atau mirip dengan keadaan sebenarnya, seperti gambar benda, orang atau binatang (Sobur, 2003).

2.1.2. Fungsi Periklanan

Secara umum, periklanan dihargai karena dikenal sebagai pelaksana beragam fungsi komunikasi yang penting bagi perusahaan bisnis dan organisasi yaitu:

1. Memberi informasi (*Informing*)

Periklanan membuat konsumen sadar (*aware*) akan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif. Karena merupakan suatu bentuk alat komunikasi yang efektif, berkemampuan menjangkau khalayak luas dengan biaya perkontak relatif rendah, periklanan memfasilitasi pengenalan (*introduction*) merek-merek baru meningkatkan jumlah permintaan terhadap merek-merek yang telah ada, dan meningkatkan puncak kesadaran dalam benak konsumen (*TOMA-top of mind awareness*) untuk merek-merek yang sudah ada dalam kategori produk yang matang.

2. Mempersuasi (*Persuading*)

Iklan yang efektif akan mampu mempersuasi (membujuk) pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan.

3. Mengingatkan (*Reminding*).

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Periklanan yang efektif juga meningkatkan minat konsumen terhadap merek yang sudah ada dan pembelian sebuah merek yang mungkin tidak akan dipilihnya. Periklanan, lebih jauh

didemonstrasikan untuk memengaruhi pengalihan merek (*brand swictching*) dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli suatu merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

4. Memberikan nilai tambah (*Adding value*)

Periklanan memberi nilai tambah pada merek dengan memengaruhi persepsi konsumen. Periklanan yang efektif menyebabkan merek dipandang sebagai lebih elegan, lebih gaya, lebih bergengsi dan lebih unggul dari tawaran pesaing (Terence, 2003).

2.1.3. Strategi Iklan

Strategi komunikasi adalah siasat, cara dan jembatan yang dipakai kreator iklan dalam mengkomunikasikan suatu pesan agar berbeda dari kompetitornya. Orang-orang kreatif harus mendapatkan gaya, nada, kata-kata, dan bentuk untuk melaksanakan pesan. Semua unsur ini harus dapat menyampaikan citra dan pesan yang terpadu. Karena hanya sedikit orang yang membaca beritanya, gambar dan kepala berita harus mengikhtisarkan usulan penjualan. Pesan apapun dapat disajikan dalam berbagai gaya pelaksanaan seperti potongan kehidupan, gaya hidup, fantasi, suasana atau citra, musik, simbol kepribadian, keahlian teknis, bukti ilmiah, atau bukti kesaksian (Kotler, 2001).

Penyampaian pesan juga harus memilih nada yang tepat untuk iklan tersebut. Harus diperoleh kata-kata yang mudah diingat dan menarik perhatian. Unsur bentuk seperti ukuran, warna dan ilustrasi iklan memberikan perbedaan baik terhadap pengaruh iklan dapat meningkatkan kemampuan menarik perhatiannya. Iklan ukuran besar menarik lebih banyak perhatian, walau tidak sebesar perbedaan biayanya. Ilustrasi empat warna dan bukannya hitam putih akan meningkatkan efektifitas dan biaya iklan.

Sejumlah periset mengenai iklan cetakan melaporkan bahwa gambar, kepala berita, dan berita penting, sesuai urutan tersebut. Pembaca pertama-tama memperhatikan gambar, dan gambar harus cukup menarik untuk menarik perhatian. Kemudian kepala berita harus efektif dalam mendorong orang tersebut untuk membaca beritanya. Berita itu sendiri harus disusun dengan baik. Bahkan setelah itu pun, suatu iklan yang betul-betul bagus akan diperhatikan oleh kurang dari 50% audiensnya, sekitar 30% dari audiensnya itu mungkin ingat maksud kepala beritanya, sekitar 25% mungkin ingat nama pengiklan, dan kurang dari 10% telah membaca.

2.1.4. Iklan Rokok di Televisi.

Media televisi dengan keunggulan daya jangkauannya yang luas, serta tampilan dalam bentuk *audio* dan *visual*, televisi menjadi media pilihan utama produsen rokok untuk mempromosikan produknya. Strategi komunikasi kreatif iklan rokok tersebut sebagian besar menggunakan kombinasi *slice or life*, *story line*, dan *close-up*. Strategi *slice or life* memanfaatkan penggalan dari kehidupan sehari-hari dalam bersosialisasi dengan masyarakat lain. Strategi *story line* dipakai untuk membuat semua khalayak, tertarik mengikuti alur cerita iklan, yang pada umumnya menarik, seperti penggalan film pendek. Strategi *close-up* dipakai dalam iklan rokok untuk menunjukkan kejelasan ekspresi pemeran iklan. Ketiga strategi komunikasi dalam penyampaian pesan tersebut saling mendukung dan menciptakan iklan yang menarik, kreatif, dan sesuai dengan khalayak sasarannya.

Adanya peraturan dalam menyampaikan pesan iklan rokok di televisi yaitu dilarang memvisualisasikan wujud dan bungkus rokok serta tidak boleh mengajak khalayak untuk merokok merupakan peraturan yang cukup berat. Ditambah aturan jam tayang iklan yang dimulai dari pukul 21.30 hingga pukul 05.00 waktu setempat cukup menyulitkan, muncul tantangan tersendiri bagi para kreator iklan untuk mencari suatu strategi komunikasi yang tepat.

2.2. Uang Saku

Pengertian uang saku untuk anak – anak berbeda dengan uang jajan. Uang saku adalah uang yang diberikan oleh orang tua dengan perencanaan uang tersebut digunakan seperti untuk transportasi atau tabungannya anak, sedangkan uang jajan adalah uang yang diberikan kepada anak untuk membeli jajanan berupa makanan dan minuman selama berada di luar rumah (Elly risma Musa, 2009).

2.2.1 Pengertian Uang.

Dalam pengertian uang di artikan sebagai alat tukar yang diterima secara umum. Komoditas – komoditas yang pernah di gunakan misalkan geraba, gandum, jagung, gading dan sebagainya merupakan yang disebabkan karena pada saat itu di terima secara umum dan dapat pula disebut sebagai uang apabila benda tersebut berperan sebagai alat tukar menukar serta perilaku secara umum.

2.2.2 Peranan pada pengertian uang

1. sebagai kelancaran untuk saling menukar. Dengan adanya uang transaksi dalam tukar menukar akan lebih mudah dilakukan apabila dibandingkan dalam kegiatan perdagangan secara barter.
2. sebagai pengukur nilai atau satuan hitungan. Untuk keuntungan selanjutnya dari penggunaan uang pada suatu masyarakat dapat bersumber dari kesanggupannya dalam melakukan tindakan sebagai satuan nilai. Maksud dari satuan nilai adalah ukuran yang bisa menentukan beberapa besarnya nilai berbagai jenis barang
3. sebagai pengukuran pembayaran yang di tunda. Transaksi – transaksi dalam perekonomian yang sudah berkembang banyak sekali dilakukan dengan pembayaran yang ditunda atau penjualan secara kredit.

4. Untuk menyimpan nilai. Dalam penggunaan uang bisa terjadi kemungkinan bahwa kekayaan seseorang dapat disimpan dalam bentuk uang apabila harga barang menjadi stabil maka untuk menyimpan kekayaan dalam bentuk uang akan bernilai untung dari sistem penyimpanan pada suatu bentuk barangnya.

2.3. Teman Sebaya

Teman sebaya adalah orang dengan tingkat umur dan kedewasaan yang kira-kira sama. Dalam pembentukan kelompok teman sebaya selain diperhatikan persamaan usia, para remaja juga memperhatikan persamaan-persamaan lainnya, seperti hobi, status sosial, ekonomi, latar belakang keluarga, persamaan sekolah, tempat tinggal, agama dan juga ras (Ghozaly, 2011).

Dalam perkembangan sosial remaja maka remaja mulai memisahkan diri dari orang tua dan mulai memperluas hubungan dengan teman sebaya. Pada umumnya remaja menjadi anggota kelompok usia sebaya (peer group) Kelompok sebaya menjadi begitu berarti dan sangat berpengaruh dalam kehidupan sosial remaja.

Kelompok sebaya juga merupakan wadah untuk belajar kecakapan-kecakapan sosial, karena melalui kelompok remaja dapat mengambil berbagai peran. Di dalam kelompok sebaya, remaja menjadi sangat bergantung kepada teman sebagai sumber kesenangannya dan keterikatannya dengan teman sebaya begitu kuat. Kecenderungan keterikatan (kohesi) dalam kelompok tersebut akan bertambah dengan meningkatnya frekuensi interaksi di antara anggota anggotanya (Soetjiningsih, 2004).

Horrocks dan Benimoff dalam Hurlock (2003) menjelaskan bahwa kelompok sebaya merupakan dunia nyata kawula muda, yang menyiapkan panggung dimana ia dapat menguji diri sendiri dan orang lain. Di dalam kelompok sebaya ia merumuskan dan memperbaiki konsep

dirinya, di sinilah ia dinilai oleh orang lain yang sejajar dengan dirinya dan yang tidak dapat memaksakan sanksi-sanksi dunia dewasa yang justru ingin dihindari.

Kelompok sebaya memberikan sebuah dunia tempat remaja melakukan sosialisasi dalam suasana dimana nilai-nilai yang berlaku bukanlah nilai-nilai yang ditetapkan oleh orang dewasa melainkan oleh teman-teman sebayanya. Jadi, dalam kelompok sebaya ini remaja memperoleh dukungan untuk memperjuangkan emansipasi dan di situ pula ia dapat menemukan dunia yang memungkinkannya bertindak sebagai pemimpin apabila ia mampu melakukannya.

Dalam kelompok sebaya (peer group), individu merasakan adanya kesamaan satu dengan yang lain, seperti di bidang usia, kebutuhan, dan tujuan yang dapat memperkuat kelompok itu. Dalam kelompok sebaya tidak dipentingkan adanya struktur organisasi, namun di antara anggota kelompok merasakan adanya tanggungjawab atas keberhasilan dan kegagalan kelompoknya. Dalam kelompok sebaya, individu merasa menemukan dirinya (pribadi) serta dapat mengembangkan rasa sosialnya sejalan dengan perkembangan kepribadiannya. Dalam teman sebaya pengaruh pola hubungan, konformitas, kepemimpinan kelompok, adaptasi sangat besar terhadap remaja (Santosa, 2009).

Menurut Santosa (2009), timbulnya latar belakang kelompok sebaya, adalah sebagai berikut :

1. Adanya perkembangan proses sosialisasi.

Pada usia remaja (usia anak SMP dan SMA), individu mengalami proses sosialisasi. Ketika sedang belajar mereka memperoleh kemandirian sosial untuk mempersiapkan diri menjadi orang dewasa. Dengan demikian, individu mencari kelompok yang sesuai dengan keinginannya bisa saling berinteraksi satu sama lain dan merasa diterima dalam kelompok.

2. Kebutuhan untuk menerima penghargaan.

Secara psikologis, individu butuh penghargaan dari orang lain agar mendapat kepuasan dari apa yang telah dicapainya. Oleh karena itu, individu bergabung dengan teman sebayanya yang mempunyai kebutuhan psikologis yang sama yaitu ingin dihargai. Dengan demikian, individu merasakan kebersamaan atau kekompakan dalam kelompok teman sebayanya.

3. Perlu perhatian dari orang lain.

Individu perlu perhatian dari orang lain terutama yang merasa senasib dengan dirinya. Hal ini dapat ditemui dalam kelompok sebayanya, ketika individu merasa sama dengan lainnya, mereka tidak merasakan adanya perbedaan status seperti jika mereka bergabung dengan dunia orang dewasa.

4. Ingin menemukan dunianya.

Di dalam kelompok sebaya ini dapat menemukan dunianya yang berbeda dengan dunia orang dewasa. Mereka mempunyai persamaan pembicaraan di segala bidang, misalnya tentang hobby dan hal-hal yang menarik lainnya bagi mereka pada masa remaja. Dalam kelompok teman sebaya terjadi interaksi yang saling memengaruhi meliputi pola hubungan, konformitas, kepemimpinan kelompok, dan adaptasi.

2.4. Perilaku

Menurut Green (1980), dalam mencapai kualitas hidup yang baik (*quality of life*) dapat dicapai melalui peningkatan derajat kesehatan, faktor perilaku dan gaya hidup (*behaviour and lifestyle*) serta lingkungan atau *environment*. Faktor paling besar pengaruhnya terhadap derajat kesehatan adalah faktor perilaku dan gaya hidup serta lingkungan, misalnya seorang penderita diare karena minum air yang tidak di masak (masalah perilaku) atau seorang yang tidak merokok

terkena kanker paru akibat berada lingkungan orang yang merokok (masalah lingkungan). Faktor perilaku dan gaya hidup adalah suatu faktor yang timbul karena adanya aksi dan reaksi seseorang atau organisme terhadap lingkungan nya. Faktor perilaku akan terjadi apabila ada rangsangan, sedangkan pola kebiasaan seseorang atau sekelompok orang yang dilakukan untuk mengikuti trend atau hanya meniru tokoh idolanya.

Ada 3 faktor penyebab mengapa seseorang melakukan perilaku tertentu, yaitu: (a). Faktor pemungkin (*predisposing factor*), adalah faktor pemicu terhadap perilaku yang memungkinkan suatu motivasi atau aspirasi terlaksana. Termasuk di dalamnya keterampilan petugas kesehatan, ketersediaan sumber daya dan komitmen pemerintah dan masyarakat terhadap masyarakat, (b). Faktor-faktor pemudah (*reinforcing factor*), adalah faktor pemicu yang menjadi dasar atau motivasi bagi perilaku, misalnya pengetahuan, sikap, keyakinan dan nilai yang dimiliki seseorang, dan (c). Faktor penguat (*enabling factor*), yang terwujud dalam sikap dan perilaku petugas kesehatan atau petugas lainnya yang dipercaya oleh masyarakat. Ketiga faktor ini dipengaruhi oleh faktor penyuluhan (*health education*) dan faktor kebijakan (*policy*), peraturan (*regulation*) serta organisasi (*organization*). Semua faktor-faktor tersebut merupakan ruang lingkup promosi kesehatan (Green, 1980).

Anggota masyarakat yang memiliki potensi besar untuk mengubah sistem nilai dan norma adalah mereka yang disebut dengan pemuka masyarakat atau tokoh masyarakat. Tokoh masyarakat ini terdiri atas dua kategori, yaitu tokoh masyarakat yang formal dan tokoh masyarakat yang informal. Tokoh masyarakat formal adalah orang yang memiliki posisi menentukan dalam sistem pemerintahan (disebut juga penentu kebijakan), seperti gubernur, bupati/walikota, anggota dewan perwakilan rakyat, dan lain-lain. Adapun tokoh masyarakat informal ada berbagai jenis, misalnya tokoh atau pemuka adat, tokoh atau pemuka agama, tokoh

politik, tokoh pertanian, dan lain-lain. Pemuka atau tokoh adalah seseorang yang memiliki kelebihan di antara kelompoknya. Ia akan menjadi panutan bagi kelompoknya atau bagi masyarakat karena ia merupakan figur yang menonjol. Di samping itu, ia dapat mengubah sistem nilai dan norma masyarakat secara bertahap, dengan terlebih dulu mengubah sistem nilai dan norma yang berlaku dalam kelompoknya (Depkes RI, 2006).

Perilaku merupakan keseluruhan (totalitas) pemahaman dan aktivitas seseorang yang merupakan hasil bersama antara faktor internal dan eksternal. Bloom (1908) membagi perilaku manusia itu ke dalam tiga domain, ranah atau kawasan yaitu kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), dan psikomotorik (*psychomotorik*). Teori Bloom ini dimodifikasi untuk pengukuran hasil pendidikan kesehatan yakni pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan praktik/tindakan (*practice*) (Notoatmodjo, 2007). Dalam perkembangannya, teori Bloom ini dimodifikasi untuk kepentingan pengukuran hasil pendidikan kesehatan, yakni :

2.4.1. Pengetahuan (*Knowledge*)

Pengetahuan adalah hasil ‘pengindraan’ manusia atau hasil ‘tahu’ seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya). Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*) (Notoatmodjo, 2013). Pengetahuan dicakup dalam enam tingkat yaitu :

1. Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan

yang telah diterima. Oleh sebab itu, 'tahu' ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah.

2. Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan atau menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui.

3. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan atau mengaplikasikan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi yang lain.

4. Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan atau memisahkan materi, mencari hubungan antara komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek.

5. Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis menunjuk pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau merangkum atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi yang ada.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian ini didasarkan pada suatu kriteria-kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

Pengukuran pengetahuan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi masyarakat tentang pemanfaatan atau penggunaan puskesmas dan konsep sehat sakit masyarakat atau pengertian masyarakat tentang penyakit.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan atau kesadaran terhadap kesehatan, dapat dikelompokkan menjadi :

1. Pengetahuan tentang sehat dan penyakit meliputi :

- 1) Penyebab penyakit
- 2) Gejala dan tanda-tanda penyakit
- 3) Bagaimana cara pengobatan, atau kemana mencari pengobatan
- 4) Bagaimana cara penularannya
- 5) Bagaimana cara pencegahannya

2. Pengetahuan tentang cara hidup sehat

- 1) Jenis-jenis makanan yang bergizi.
- 2) Manfaat makanan yang bergizi bagi kesehatan
- 3) Pentingnya olahraga bagi kesehatan
- 4) Penyakit-penyakit atau bahaya merokok, minum-minuman keras, dan sebagainya
- 5) Pentingnya istirahat cukup, rekreasi, dan lain sebagainya bagi kesehatan

3. Pengetahuan tentang kesehatan lingkungan

- 1) Manfaat air bersih
- 2) Cara-cara pembuangan limbah yang sehat, termasuk kotoran dan sampah
- 3) Manfaat pencahayaan dan penerangan rumah sehat
- 4) Akibat polusi bagi kesehatan

Menurut Green dalam Notoatmodjo (2007), pengetahuan merupakan salah satu faktor predisposisi yang mempengaruhi perilaku seseorang atau masyarakat terhadap kesehatan. Jika masyarakat tahu apa saja pelayanan puskesmas, maka kemungkinan masyarakat akan

menggunakan fasilitas kesehatan juga akan berubah seiring dengan pengetahuan seperti apa yang diketahuinya.

2.4.2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Jadi manifestasi dari sikap tidak dapat langsung dilihat, namun hanya dapat ditafsirkan. Dalam Notoatmodjo (2013) sikap mempunyai tiga komponen pokok yang bersama-sama membentuk sikap yang utuh (*total attitude*), yaitu :

1. Kepercayaan, ide, dan konsep terhadap suatu objek
2. Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek
3. Kecenderungan untuk bertindak

Sikap mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Sikap dibentuk dan diperoleh sepanjang perkembangan seseorang dalam hubungannya dengan objek tertentu
2. Sikap dapat berubah sesuai dengan keadaan dan syarat-syarat tertentu terhadap suatu kelompok.
3. Sikap dapat berupa suatu hal tertentu tetapi dapat juga kumpulan dari hal-hal tersebut
4. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dari segi-segi perasaan

2.4.3. Tindakan atau Praktek (*practice*)

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (*overt behavior*). Untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan antara lain adalah fasilitas. Disamping faktor fasilitas juga

diperlukan faktor dukungan (*support*) dari pihak lain (Notoatmodjo, 2013). Tindakan adalah realisasi dari pengetahuan dan sikap suatu perbuatan nyata.

Menurut Notoatmodjo (2013), tindakan memiliki 4 tingkatan yaitu :

1. Persepsi (*Perception*)

Persepsi adalah mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil.

2. Respon Terpimpin (*Guided Response*).

Respon terpimpin adalah dapat melakukan sesuatu dengan urutan yang benar dan sesuai.

3. Mekanisme (*Mechanism*)

Mekanisme adalah suatu kondisi dimana seseorang mampu melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis, atau sesuatu itu sudah merupakan kebiasaan.

4. Adopsi (*Adoption*)

Adopsi adalah suatu praktik atau tindakan yang sudah berkembang dengan baik, artinya tindakan itu sudah dimodifikasinya tanpa mengurangi kebenaran dari tindakan tersebut.

Pengukuran tindakan dapat dilakukan secara tidak langsung dan langsung. Secara langsung dengan wawancara terhadap kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan beberapa jam, hari, atau bulan yang lalu (*recall*). Pengukuran secara langsung dengan mengobservasi tindakan atau kegiatan responden (Notoatmodjo, 2007).

Sikap Menurut Notoatmodjo (2007), sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap juga merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak dan juga merupakan pelaksanaan motif tertentu.

Menurut Gerungan (2002), sikap merupakan pendapat maupun pandangan seseorang tentang suatu objek yang mendahului tindakannya. Sikap tidak mungkin terbentuk sebelum

mendapat informasi, melihat atau mengalami sendiri suatu objek. Manusia dilahirkan dengan sikap pandangan atau sikap perasaan tertentu, tetapi sikap terbentuk sepanjang perkembangan. Peranan sikap dalam kehidupan manusia sangat besar. Bila sudah terbentuk pada diri manusia, maka sikap itu akan turut menentukan cara tingkahlakunya terhadap objek-objek sikapnya. Adanya sikap akan menyebabkan manusia bertindak secara khas terhadap objeknya. Sikap dapat dibedakan menjadi :

a. Sikap Sosial

Suatu sikap sosial yang dinyatakan dalam kegiatan yang sama dan berulang-ulang terhadap objek sosial. Karena biasanya objek sosial itu dinyatakan tidak hanya oleh seseorang saja tetapi oleh orang lain yang sekelompok atau masyarakat.

b. Sikap Individu

Sikap individu dimiliki hanya oleh seseorang saja, dimana sikap individual berkenaan dengan objek yang bukan merupakan objek perhatian sosial. Sikap individu dibentuk karena sifat pribadi diri sendiri. Sikap dapat diartikan sebagai suatu bentuk kecenderungan untuk bertindak laku, dapat diartikan suatu bentuk respon evaluative yaitu suatu respon yang sudah dalam pertimbangan oleh individu yang bersangkutan.

Sikap mempunyai beberapa karakteristik yaitu :

1. Selalu ada objeknya.
2. Biasanya bersifat evaluative.
3. Relatif mantap.
4. Dapat dirubah.

Sikap adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap stimulus atau objek. Sikap secara nyata menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu. Sikap mempunyai 3 komponen pokok yaitu :

1. Kepercayaan (keyakinan), ide dan konsep terhadap suatu objek.
2. Kehidupan emosional atau evaluasi emosional terhadap suatu objek.
3. Kecenderungan untuk bertindak.

Ketiga komponen ini akan membentuk sikap yang utuh (Total Attitude), dalam penentuan, berfikir, keyakinan, dan emosi memegang peranan penting. Sikap adalah kecenderungan untuk merespon baik secara positif atau negatif terhadap orang lain, objek atau situasi. Sikap tidak sama dengan perilaku dan kadang-kadang sikap tersebut baru diketahui setelah seseorang itu berperilaku. Tetapi sikap selalu tercermin dari perilaku seseorang (Ahmadi, 2007). Menurut Ahmadi (2007), sikap dibedakan menjadi :

1. Sikap negatif yaitu : sikap yang menunjukkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma yang berlaku dimana individu itu berada.
2. Sikap positif yaitu : sikap yang menunjukkan menerima terhadap norma yang berlaku dimana individu itu berada.

Menurut Notoatmodjo (2007), sikap mempunyai beberapa tingkatan :

- 1) Menerima (receiving), diartikan bahwa orang atau subjek mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan.
- 2) Merespon (responding), member jawaban apabila ditolak, mengerjakan dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari suatu sikap, karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang

diberikan lepas pekerjaan itu benar atau salah adalah berarti orang menerima ide tersebut.

- 3) Bertanggung jawab (responsible), atas sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko atau merupakan sikap yang paling tinggi.
- 4) Menghargai (valuing), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah.

Pengukuran sikap dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung, melalui pendapat atau pertanyaan responden terhadap suatu objek secara tidak langsung dilakukan dengan pertanyaan hipotesis, kemudian dinyatakan pendapat responden.

2.4.3. Perilaku Merokok.

A. Pengertian Perilaku Merokok

Ber macam-macam bentuk perilaku yang dilakukan manusia dalam menanggapi stimulus yang di terimanya, salah satu bentuk perilaku manusia yang diamati adalah perilaku merokok. Merokok telah banyak dilakukan pada zaman Tiongkok dan Romawi, pada saat itu orang sudah menggunakan suatu ramuan yang mengeluarkan asap dan menimbulkan kenikmatan dengan jalan dihisap melalui hidung dan mulut (Bustan, 2007).

Masa sekarang, perilaku merokok merupakan perilaku yang telah umum dijumpai. Perokok berasal dari berbagai kelas sosial, status, serta kelompok umur yang berbeda, hal ini mungkin disebabkan karena rokok bisa didapatkan dengan mudah dan dapat diperoleh di mana pun juga.

Merokok adalah menghisap asap tembakau yang dibakar ke dalam tubuh dan menghembuskannya kembali keluar (Armstrong, 1990). Dannusantoso (1991) mengatakan

bahwa asap rokok selain merugikan diri sendiri juga dapat berakibat bagi orang lain yang berada disekitarnya. Perilaku merokok adalah suatu kegiatan atau aktivitas membakar rokok dan kemudian menghisapnya dan menghembuskannya keluar dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya (Levy,1994). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku merokok pada remaja digolongkan kedalam beberapa tipe yang dapat dilihat dari banyaknya rokok yang dihisap, tempat merokok, dan fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari.

B. Tipe Perilaku Merokok

Seperti yang diungkapkan oleh Leventhal & Clearly (Kemalasari, 2007) terdapat 4 tahap dalam perilaku merokok sehingga menjadi perokok yaitu :

1. Tahap *Prepatory*; Seseorang mendapatkan gambaran yang menyenangkan mengenai merokok dengan cara mendengar, melihat atau dari hasil bacaan. Hal ini menimbulkan minat untuk merokok.
2. Tahap *Initiation*; Tahap perintisan merokok yaitu tahap apakah seseorang akan meneruskan atau tidak terhadap perilaku merokok.
3. Tahap *Becoming a Smoker*; Apabila seseorang telah mengkonsumsi rokok sebanyak empat batang per hari maka mempunyai kecenderungan menjadi perokok.
4. Tahap *Maintenance of Smoking*; Tahap ini merokok sudah menjadi salah satu bagian dari cara pengaturan diri (*self regulating*). Merokok dilakukan untuk memperoleh efek fisiologis yang menyenangkan.

Menurut Trim (2006), ada tiga tipe perokok yang dapat diklasifikasikan menurut banyaknya rokok yang dihisap. Tiga tipe perokok tersebut adalah :

1. Perokok berat yang menghisap lebih dari 15 batang rokok dalam sehari.
2. Perokok sedang yang menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari
3. Perokok ringan yang menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari.

Tempat merokok juga mencerminkan pola perilaku merokok. Berdasarkan tempat-tempat dimana seseorang menghisap rokok, maka Mu'tadin (2002), menggolongkan tipe perilaku merokok menjadi 2 yaitu:

1. Merokok di tempat-tempat umum/ruang publik.
 - a. Kelompok *homogeny* (sama-sama perokok) secara bergerombol mereka menikmati kebiasaannya. Umumnya mereka masih menghargai orang lain, karena itu mereka menempatkan diri di *smoking area*.
 - b. Kelompok yang heterogen (merokok ditengah-tengah orang lain yang tidak merokok , anak kecil, orang jompo , orang sakit dll).
2. Merokok di tempat-tempat yang bersifat pribadi.
 - a. Kantor atau di luar kamar pribadi. Perokok memilih tempat-tempat seperti ini sebagai tempat merokok digolongkan kepada individu yang kurang menjaga kebersihan diri, penuh rasa gelisah yang mencekam.
 - b. Toilet. Perokok jenis ini dapat digolongkan sebagai orang yang suka berfantasi.

Menurut Silvan dan Tomkins (Mu'tadin, 2002) ada empat tipe perilaku merokok berdasarkan *management of affect theory*, keempat tipe tersebut adalah :

1. Tipe perokok yang dipengaruhi oleh perasaan positif.
 - a. *Pleasure relaxation*; perilaku merokok hanya untuk menambah atau meningkatkan kenikmatan yang sudah didapat, misalnya merokok setelah minum kopi atau makan.

b. Simulation to pick them up; Perilaku merokok hanya dilakukan sekedar untuk menyenangkan perasaan.

c. Pleasure of handling the cigarette; Kenikmatan yang diperoleh dari memegang rokok.

2. Perilaku merokok yang dipengaruhi perasaan negatif.

Banyak orang yang merokok untuk mengurangi perasaan negatif dalam dirinya. Misalnya merokok bila marah, cemas, gelisah, rokok dianggap sebagai penyelamat. Mereka menggunakan rokok bila perasaan tidak enak terjadi, sehingga terhindar dari perasaan yang lebih tidak enak.

3. Perilaku merokok yang adiktif.

Perokok yang sudah adiksi, akan menambah dosis rokok yang digunakan setiap saat setelah efek dari rokok yang di hisapnya berkurang.

4. Perilaku merokok yang sudah menjadi kebiasaan.

Mereka menggunakan merokok sama sekali bukan karena untuk mengendalikan perasaan mereka, tapi karena sudah menjadi kebiasaan.

Faktor yang menyebabkan perilaku merokok sebagaimana yang dikemukakan oleh Mu'tadin dalam Ginting (2011) meliputi:

1. Pengaruh orang tua

Anak muda 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. Perilaku merokok lebih banyak didapati pada mereka yang tinggal dengan satu orangtua (single parent). Kecenderungan seseorang berperilaku sebagai perokok lebih terlihat pada remaja putri bila ibu mereka merokok daripada ayahnya.

2. Pengaruh teman

Berbagai fakta mengungkapkan bahwa semakin banyak remaja merokok, maka semakin besar kemungkinan teman temannya menjadi perokok juga. Hal ini dapat dilihat dari dua kemungkinan yang terjadi, pertama remaja tersebut terpengaruh oleh teman-temannya atau bahkan teman temannya dipengaruhi oleh diri remaja tersebut yang akhirnya semua menjadi perokok.

3. Faktor kepribadian

Seseorang mencoba untuk merokok karena ingin tahu atau melepaskan diri dari rasa sakit fisik atau jiwa, membebaskan diri dari kebosanan.

4. Pengaruh iklan

Melihat iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamour membuat remaja seringkali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti iklan tersebut.

Menurut Mu'tadin dalam Aula (2010) jika ditinjau dari banyaknya jumlah rokok yang dihisap setiap hari, tipe perokok dibagi menjadi tiga. Pertama, perokok sangat berat yakni perokok yang menghabiskan lebih dari 31 batang rokok tiap hari dengan selang merokok lima menit setelah bangun tidur pada pagi hari. Kedua, perokok berat, yaitu perokok yang menghabiskan 21-30 batang rokok setiap hari dengan selang waktu merokok berkisar 6-30 menit setelah bangun tidur pada pagi hari. Ketiga, perokok sedang, yakni perokok yang menghabiskan sekitar 10 batang rokok setiap hari dengan selang waktu merokok 60 menit setelah bangun tidur pada pagi hari.

2.4.5. Bahaya Rokok bagi Kesehatan

Kerugian yang di timbulkan rokok sangat banyak bagi kesehatan, tetapi sayangnya masih saja banyak orang yang tetap memilih untuk menikmatinya. Dalam asap rokok terdapat 4000 zat kimia berbahaya untuk kesehatan, dan setidaknya 200 diantaranya dinyatakan sangat berbahaya bagi kesehatan. Racun utama pada rokok adalah Tar, Nikotin, dan Karbon Monoksida.

Bahaya merokok terhadap kesehatan tubuh telah diteliti dan dibuktikan banyak orang. Efek-efek yang merugikan akibat merokok pun sudah diketahui dengan jelas. Banyak penelitian membuktikan kebiasaan merokok meningkatkan resiko timbulnya berbagai penyakit seperti penyakit jantung dan gangguan pembuluh darah, kanker paru-paru, kanker rongga mulut, kanker laring, kanker oesofagus, bronchitis, tekanan darah tinggi, impotensi serta gangguan kehamilan dan cacat pada janin.

Pada kenyataannya kebiasaan merokok ini sulit dihilangkan dan jarang diakui orang sebagai suatu kebiasaan buruk. Apalagi orang yang merokok untuk mengalihkan diri dari stress dan tekanan emosi, lebih sulit melepaskan diri dari kebiasaan ini dibanding perokok yang tidak memiliki latar belakang depresi.

2.5. Remaja

Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin *adolescere* yang artinya tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan. Masa remaja menurut Mappiare (1982), berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun, wanita 13 tahun sampai dengan 22 tahun, bagi pria rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12 / 13 tahun sampai dengan 17/18 tahun sampai dengan 21 /22 tahun adalah remaja akhir. Pada usia ini umumnya anak sedang duduk dibangku sekolah menengah pertama (SMP) sampai menengah atas (SMA) (Asrori, 2009).

Menurut Monks dkk (1989) dalam Asrori (2009), remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja ada diantara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu, remaja sering kali dikenal dengan fase “mencari jati diri” atau fase topan dan badai”.

Sesuai dengan perkembangan usia remaja menurut Monks (1999) maka terdapat tiga tahap proses perkembangan yang dilalui remaja dalam proses menuju kedewasaan, disertai dengan karakteristiknya, yaitu :

1. Remaja awal (12 – 15 tahun).

Pada tahap ini, remaja masih merasa heran terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada dirinya dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan tersebut. Mereka mulai mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis dan mudah terangsang secara erotis. Kepekaan yang berlebihan ini ditambah dengan berkurangnya pengendalian terhadap ego dan menyebabkan remaja sulit mengerti dan dimengerti oleh orang dewasa.

2. Remaja Madya (15 - 18 tahun).

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman-teman. Ada kecenderungan narsistik, yaitu mencintai dirinya sendiri, dengan cara lebih menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Pada tahap ini remaja berada dalam kondisi kebingungan karena masih ragu harus memilih yang mana, peka atau peduli, ramai- ramai atau sendiri, optimis atau pesimis dan sebagainya.

3. Remaja akhir (18 - 21 tahun).

Tahap ini adalah masa mendekati kedewasaan yang ditandai dengan pencapaian :

- a. Minat yang semakin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan mendapatkan pengalaman-pengalaman baru.
- c. Terbentuknya identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d. Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- e. Tumbuh dinding pemisah antara diri sendiri dengan masyarakat umum.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ciri-ciri masa remaja pada penelitian ini adalah masa remaja awal yang berada pada rentang usia 12-15 tahun yang duduk pada jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Masa remaja adalah merupakan periode yang penting, periode peralihan, periode perubahan, usia yang bermasalah, mencari identitas, usia yang menimbulkan ketakutan, masa yang tidak realistis dan ambang masa kedewasaan. Ada sejumlah sikap yang sering ditunjukkan remaja adalah sbb :

1. Kegelisahan. Sesuai dengan fase perkembangannya remaja mempunyai banyak idealisme, angan-angan atau keinginan yang hendak diwujudkan dimasa depan. Namun sesungguhnya remaja belum memiliki kemampuan yang memadai untuk mewujudkan semua itu. Tarik menarik antara keinginan yang tinggi dengan kemampuannya yang masih belum memadai mengakibatkan mereka diliputi oleh perasaan gelisah.
2. Pertentangan. Sebagai individu yang sedang mencari jati diri, remaja berada pada situasi psikologis antara ingin melepaskan diri dari orang tua dan perasaan masih belum mampu untuk mandiri.
3. Mengkhayal. Khayalan remaja putra biasanya berkisar pada soal prestasi dan jenjang karier, sedangkan remaja putri lebih mengkhayalkan romantika hidup.

4. Aktivitas berkelompok. Berbagai macam keinginan para remaja seringkali tidak dapat terpenuhi karena bermacam-macam kendala, diantaranya biaya, larangan dari orang tua, yang seringkali melemahkan atau bahkan mematahkan semangat para remaja.
5. Keinginan mencoba segala sesuatu. Pada umumnya remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*high curiosity*). Karena didorong rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin bertualang, menjelajah segala sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya. Selain itu didorong juga oleh keinginan seperti orang dewasa menyebabkan remaja ingin mencoba melakukan apa yang sering dilakukan oleh orang dewasa. Akibatnya tidak jarang secara sembunyi-sembunyi, remaja pria mencoba merokok karena sering melihat orang dewasa melakukannya (Asrori, 2009).

2.6. Rokok

2.6.1 Pengertian Rokok

Menurut UU no 19 tahun 2003 Rokok adalah hasil olahan tembakau terbungkus cerutu atau bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica*, dan spesies lainnya atau sintesisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan.

Rokok biasanya berbentuk silinder terdiri dari kertas yang berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (bervariasi tergantung negara) dengan diameter sekitar 10 mm, berwarna putih dan coklat. Biasanya berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah, ditambah sedikit racikan seperti cengkeh, saus rokok, serta racikan lainnya untuk menikmati sebatang rokok, perlu dilakukan pembakaran pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujungnya yang lain.

Merokok adalah membakar tembakau yang kemudian dihisap asapnya baik menggunakan rokok maupun menggunakan pipa. Rokok merupakan benda yang sudah tak asing lagi bagi masyarakat. Merokok sudah menjadi kebiasaan yang sangat umum dan meluas di masyarakat tetapi kebiasaan merokok sulit dihilangkan dan jarang diakui orang sebagai suatu kebiasaan buruk. Sementara, alasan utama merokok adalah cara untuk bisa diterima secara sosial, melihat orang tuanya merokok, menghilangkan rasa jenuh, ketagihan dan untuk menghilangkan stress.

2.6.2. Jenis Rokok

Bahan baku rokok hanya tembakau baik menggunakan filter maupun non filter dikenal sebagai rokok putih. Rokok kretek adalah rokok dengan atau tanpa filter yang menggunakan tembakau rajangan dengan cengkeh rajangan digulung dengan kertas sigaret boleh memakai bahan tambahan asalkan diizinkan pemerintah. Rokok campuran adalah rokok yang dihisap oleh seseorang dalam waktu tidak tentu dengan jenis rokok kretek maupun rokok putih. Rokok filter adalah rokok yang bagian pangkalnya terdapat gabus. Rokok non filter adalah rokok yang bagian pangkalnya tidak terdapat gabus.

2.6.3. Kandungan Rokok

Rokok merupakan gabungan dari bahan-bahan kimia. Satu batang rokok yang dibakar akan mengeluarkan 4000 bahan kimia. Secara umum bahan-bahan ini dapat dibagi menjadi dua golongan besar yaitu komponen gas (92%) dan komponen padat atau partikel (8%). Asap rokok yang dihisap atau asap rokok yang dihirup melalui dua komponen. Pertama, komponen yang lekas menguap berbentuk gas. Kedua, komponen yang bersama gas terkondensasi menjadi komponen partikulat. Dengan demikian, asap rokok yang dihisap dapat berupa gas sejumlah 85 persen dan sisanya berupa partikel. Asap yang dihasilkan rokok terdiri dari asap utama (main stream smoke) dan asap samping (side stream smoke). Asap utama adalah asap tembakau yang

dihisap langsung oleh perokok, sedangkan asap samping adalah asap tembakau yang disebarkan ke udara bebas, sehingga dapat terhirup oleh orang lain yang dikenal sebagai perokok pasif.

Komponen gas asap rokok adalah karbonmonoksida, amoniak, asam hidrosianat, nitrogen oksida dan formaldehid. Partikelnya berupa tar, indol, nikotin, karbarzol dan kresol. Zat-zat ini beracun, mengiritasi dan menimbulkan kanker (karsinogen).



Gambar 2.1. Rokok(sumber:Panduan Perilaku Tidak Merokok, Depkes RI)

Nikotin merupakan zat yang paling sering dibicarakan dan sering menjadi bahan penelitian. Nikotin berbentuk cairan, tidak berwarna, merupakan basa yang mudah menguap. Nikotin berubah warna menjadi coklat dan berbau mirip tembakau setelah bersentuhan dengan udara, kadar nikotin dalam tembakau berkisar 12%. Kadar nikotin 4-6 mg yang dihisap oleh orang dewasa setiap hari dapat membuat seseorang ketagihan.

Timah hitam (Pb) yang dihasilkan sebatang rokok sebanyak 0,5 µg. Sebungkus rokok (isi 20 batang) yang habis diisap dalam 1 hari menghasilkan 10 µg. Sementara ambang batas timah hitam yang masuk ke dalam tubuh adalah 20 µg per hari. Jadi, zat timah hitam akan sangat berbahaya jika konsumsi rokok melebihi batas ambang yang dapat diterima oleh tubuh.

Gas Karbon monoksida (CO) memiliki kecenderungan yang kuat untuk berikatan dengan hemoglobin dalam sel-sel darah merah. Seharusnya hemoglobin berikatan dengan oksigen yang sangat penting untuk pernafasan sel-sel tubuh, tetapi karena gas CO lebih kuat daripada oksigen, maka CO berikatan dengan hemoglobin. Kadar gas CO dalam darah orang yang tidak merokok kurang dari 1 % sementara dalam darah perokok mencapai 4-15%. Tar adalah kumpulan dari beribu-ribu bahan kimia dalam komponen padat asap rokok dan bersifat karsinogen. Pada saat rokok dihisap, tar masuk ke dalam rongga mulut sebagai uap padat. Setelah dingin akan menjadi padat dan membentuk endapan berwarna coklat pada permukaan gigi, saluran pernafasan dan paru-paru. Pengendapan ini bervariasi antara 3-40 mg per batang rokok, sementara kadar tar dalam rokok berkisar 24-45 mg.

Dunia kesehatan menyatakan bahwa merokok memberi dampak negatif yang luas bagi kesehatan dan ditenggarai sebagai salah satu penyebab utama timbulnya penyakit kanker paru, penyakit jantung koroner, impotensi, bahkan gangguan kehamilan dan janin.

Menurut data WHO satu juta manusia pertahun di dunia meninggal karena merokok dan 95 % diantaranya adalah kanker paru-paru. Data statistik WHO yang dipublikasikan tanggal 28 Mei 2002 menyebutkan bahwa aktivitas merokok telah membunuh satu dari sepuluh orang dewasa di dunia tiap tahun dan itu setara dengan empat juta kematian perokok. Bahkan jika trennya tidak berubah, tahun 2030 kematian akan meningkat menjadi satu dari enam perokok.

2.7. Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah *teori pengaruh selektif* yang terdiri dari teori perbedaan individu, kategori sosial, dan hubungan sosial, dikemukakan oleh Melvin De Fleur (1970). Teori ini menekankan kebebasan individu untuk memilih sendiri pesan yang paling dia sukai. Penerimaan khalayak atas berbagai stimulus yang

disampaikan melalui media massa akan berbeda-beda sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya artinya sikap yang dihasilkan dapat positif atau negatif.

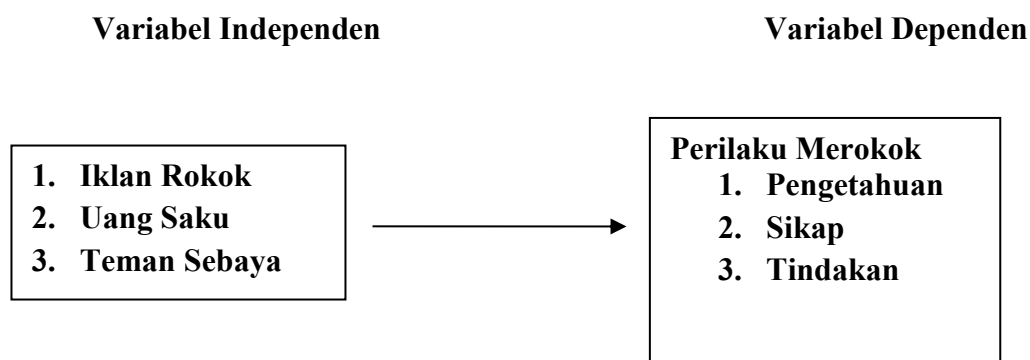
Teori perbedaan individu sangat kuat dipengaruhi oleh paradigma psikologi yang memandang bahwa perilaku seseorang terarah pada suatu obyek karena didorong oleh kondisi psikologisnya.

Teori kategori sosial berpandangan bahwa perkembangan masyarakat menyebabkan terbentuknya kategori sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan. Variabel karakteristik demografi individu tersebut turut menentukan selektifitas seseorang terhadap medium tertentu. Orang-orang yang berbeda dalam kelompok sosial yang sama cenderung menanggapi atau memilih pesan yang sama dan akhirnya memengaruhinya dalam mengambil keputusan.

Teori hubungan sosial mengasumsikan bahwa arus informasi berjalan dua tahap. Pertama berkembang melalui media massa kepada individu-individu secara langsung. Kedua, informasi tersebut kemudian berkembang melalui saluran komunikasi antar pribadi dalam kelompoknya seperti keluarga, teman dekat, dan anggota kelompok.

2.8. Kerangka Konsep

Dari teori yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti merancang suatu kerangka konsep yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian. Kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



2.9 Hipotesis

Adanya hubungan iklan, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.

H_0 = Tidak ada hubungan pengetahuan iklan rokok dengan pengetahuan, sikap dan perilaku.

H_a = Ada hubungan pengetahuan iklan rokok dengan pengetahuan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah cross-sectional dengan pendekatan dengan pendekatan korelasi untuk mengetahui hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan Tahun 2015

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan dengan alasan:

1. Berdasarkan Survei pendahuluan yang dilakukan terdapat sekitar 15 dari 20 siswa yang ditemui sedang merokok di beberapa warung sekitar sekolah tersebut.
2. Menurut data Riskesdas tahun 2013 usia mulai merokok setiap hari di Sumatera Utara paling tinggi berasal dari usia 15-19 tahun. Di kisaran usia ini remaja masih berstatus SMA/SMK.
3. Belum pernah dilakukan penelitian mengenai hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa SMA Negeri 3 Padangsidempuan.
4. Adanya kemudahan dan dukungan dari pihak SMA Negeri 3 Padangsidempuan untuk melakukan penelitian tersebut.

3.2.2. Waktu

Penelitian dilakukan pada bulan Maret-Agustus 2015.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa pria SMA Negeri 3 Kota Padang diimpikan kelas X dan XI berjumlah 400 siswa.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini populasinya homogen (siswa), maka penelitian ini adalah penelitian sampel. Menurut Gasperz (1991) pengambilan sampel minimal dapat menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{NZ^2P(1 - P)}{NG^2 + Z^2P(1 - P)}$$

dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

P = Proporsi Populasi, Karena belum pernah dilakukan penelitian maka proporsinya adalah 0,5.

Z = Tingkat keandalan (0.05) dilihat dari tabel Z (=1,960)

G = Galat pendugaan 0,1

Perhitungan :

$$n = \frac{400(1.960)^2(0,5)(1 - 0.5)}{400(0.1)^2 + (1.960)^2(0.5)(1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{400(3.8461)(0,5)(0.5)}{400(0.01) + (3.8416)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1538.44(0.25)}{8 + 0.9604}$$

$$n = \frac{384.61}{4.9604} = 77.54 = 77$$

Dengan jumlah populasi sebesar 400 siswa pria kelas 1 dan kelas 2. Jadi berdasarkan hasil diatas maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 orang siswa.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Data Primer

Data diperoleh dengan wawancara dengan mengacu pada kuesioner kepada Siswa SMA Negeri 3 Padangsidempuan. Untuk itu peneliti menggunakan alat bantu berupa alat tulis dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti.

3.4.2. Data Sekunder

Data diperoleh dari Pihak sekolah SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.

3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengetahui hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.

3.6. Definisi Operasional.

1. Iklan rokok adalah pesan yang di sampaikan ke khalayak ramai untuk mempromosikan suatu produk rokok yang di design untuk menarik perhatian konsumen atau siswa.
2. Uang saku adalah uang yang di berikan untuk memenuhi kebutuhan siswa selama berada di sekolah.
3. Teman sebaya adalah orang yang memiliki tingkat umur dan kedewasaan yang kira-kira sama.
4. Perilaku merokok adalah tindakan membakar tembakau dan menghirup asap rokok dengan menggunakan alat (pipa) atau langsung dari rokoknya kemudian

menghembuskannya kembali asap ke udara yang dilakukan di lokasi/tempat tertentu oleh siswa SMA Negeri 3Kota Padangsidempuan.

5. Pengetahuan adalah hasil yang dirasakan manusia atau hasil tahu siswa SMA terhadap rokok melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya).
6. Sikap adalah reaksi atau respon siswa SMA yang masih tertutup terhadap perilaku merokok. Jadi manifestasi dari sikap tidak dapat langsung dilihat, namun hanya dapat ditafsirkan.
7. Tindakan adalah aplikasi dari pengetahuan dan sikap siswa SMA suatu perbuatan nyata pada siswa SMA terhadap rokok.

3.7. Aspek Pengukuran.

Pengukuran variable bebas perilaku merokok menggunakan skala interval, dengan ketentuan sebagai berikut:

A. Pengetahuan

1. Pengetahuan diukur melalui 10 pertanyaan dalam kuesioner.

Dari 10 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-10 skor tertinggi yang diperoleh adalah 20.

Cara menentukan kategori tingkat perilaku merokok responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

1. Baik, apabila skor jawaban $>75\%$ nilai keseluruhan.
2. Cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan.
3. Kurang, apabila skor jawaban $< 40\%$ nilai keseluruhan.

B. Sikap.

Pengukuran variable terikat ini menggunakan Skala Likert, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sikap diukur melalui 10 variabel.
2. Indikator pada variable dikembangkan menjadi pertanyaan
3. Setiap pertanyaan tersedia 4 jawaban, dan hanya 1 jawaban yang harus dipilih responden
4. Setiap jawaban diberi nilai dengan ketentuan:
 1. Sangat setuju, nilai 4
 2. Setuju, nilai 4
 3. Tidak setuju, nilai 2
 4. Sangat tidak setuju, nilai 1.

Dari 15 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-15 skor tertinggi yang diperoleh adalah 60.

Cara menentukan kategori tingkat sikap responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

1. Baik, apabila skor jawaban $>75\%$ nilai keseluruhan.
2. Cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan.
3. Kurang, apabila skor jawaban $< 40\%$ nilai keseluruhan.

C. Tindakan

Pengukuran variable tindakan menggunakan Skala Interval, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tindakan siswa terhadap perilaku merokok di ukur melalui 10 pertanyaan dalam kuesioner.
2. Setiap pertanyaan tersedia 2 jawaban, yaitu: Ya dan Tidak; dan responden diminta memilih 1 jawaban dari setiap pertanyaan.

3. Jawaban yang dipilih responden atas 10 pertanyaan akan dijumlahkan, berdasarkan kategori jawaban YA atau TIDAK.
4. Setiap jawaban diberi nilai dengan ketentuan:
 1. Ya, nilai 2
 2. Tidak nilai 1.

Dari 10 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-10 skor tertinggi yang diperoleh adalah 20.

Cara menentukan kategori tingkat sikap responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

1. Tindakan baik, apabila skor jawaban $>75\%$ nilai keseluruhan (>15)
2. Tindakan cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan (8-15)
3. Tindakan kurang, apabila skor jawaban $<40\%$ nilai keseluruhan (< 8).

Pengukuran variable terikat iklan rokok, uang saku, teman sebaya menggunakan skala interval, dengan ketentuan sebagai berikut:

Pengukuran variable Iklan rokok, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Iklan di ukur melalui 10 pertanyaan dalam kuesioner.
2. Setiap pertanyaan tersedia 2 jawaban, yaitu: Ya dan Tidak; dan responden diminta memilih 1 jawaban dari setiap pertanyaan.
3. Jawaban yang dipilih responden atas 10 pertanyaan akan dijumlahkan, berdasarkan kategori jawaban YA atau TIDAK.
4. Setiap jawaban diberi nilai dengan ketentuan:
 1. Ya, nilai 2
 2. Tidak nilai 1.

Dari 10 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-10 skor tertinggi yang diperoleh adalah 20. Cara menentukan kategori iklan mempengaruhi responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

1. Baik, apabila skor jawaban >75% nilai keseluruhan (>15).
2. Cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan (8-15).
3. Kurang, apabila skor jawaban <40% nilai keseluruhan (< 8).

B. Pengukuran variable luang saku, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Uang saku di ukur melalui 10 pertanyaan dalam kuesioner.
2. Setiap pertanyaan tersedia 2 jawaban, yaitu: Ya dan Tidak; dan responden diminta memilih 1 jawaban dari setiap pertanyaan.
3. Jawaban yang dipilih responden atas 10 pertanyaan akan dijumlahkan, berdasarkan kategori jawaban YA atau TIDAK.
4. Setiap jawaban diberi nilai dengan ketentuan:
 1. Ya, nilai 2
 2. Tidak nilai 1.

Dari 10 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-10 skor tertinggi yang diperoleh adalah 20. Cara menentukan kategori Uangsaku responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

1. Baik, apabila skor jawaban >75% nilai keseluruhan (>15).
2. Cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan (8-15).
3. Kurang, apabila skor jawaban < 40% nilai keseluruhan (< 8).

C. Pengukuran variabel teman sebaya, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Teman sebaya di ukur melalui 10 pertanyaan dalam kuesioner.

2. Setiap pertanyaan tersedia 2 jawaban, yaitu: Ya dan Tidak; dan responden diminta memilih 1 jawaban dari setiap pertanyaan.
3. Jawaban yang dipilih responden atas 10 pertanyaan akan dijumlahkan, berdasarkan kategori jawaban YA atau TIDAK.
4. Setiap jawaban diberi nilai dengan ketentuan:
 1. Ya, nilai 2
 2. Tidak nilai 1.

Dari 10 pernyataan, untuk pernyataan nomor 1-10 skor tertinggi yang diperoleh adalah 20.

Cara menentukan kategori temansebaya responden mengacu pada persentase berikut (Arikunto, 2007) :

4. Baik, apabila skor jawaban $>75\%$ nilai keseluruhan (>15).
5. Cukup, apabila skor jawaban 40-75% nilai keseluruhan (8-15).
6. Kurang, apabila skor jawaban $< 40\%$ nilai keseluruhan (< 8).

3.8 Analisa Data

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan bantuan komputer yaitu program SPSS (Statistikal Product and Service Solution) untuk melihat pengaruh iklan dan uang saku terhadap perilaku merokok di SMA 3 variabel dependen dengan variabel independen, dan menggunakan empat tahapan yaitu *editing*, *coding*, *entry data* dan *cleaning*. Analisis data dalam penelitian ini mencakup:

1. Analisis univariat, yaitu analisis yang menggambarkan secara tunggal variabel-variabel dependen dan independen dalam bentuk distribusi frekuensi.

2. Analisis bivariat yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui keterkaitan dua variabel menggunakan uji *chi square* dengan tingkat kemaknaan dalam *p value* hitung yang diharapkan.
3. Analisis multivariat yaitu Analisis statistik multivariat merupakan metode statistik yang memungkinkan kita melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variable secara bersamaan dengan menggunakan uji regresi logistik.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.

4.1.1. Gambaran Umum SMA Negeri 3 Padangsidimpuan

SMA negeri3 Padangsidimpuan berada di Jl. Perintis Kemerdekaan, Padangmatinggi Kota Padangsidimpuan. SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan memiliki batas wilayah :

- Sebelah Utara : berbatas dengan SLTP Negeri 5
- Sebelah Barat : berbatasan dengan pemukiman penduduk
- Sebelah Selatan : berbatasan dengan SPMA
- Sebelah Timur : berbatasan dengan pemukiman penduduk

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan di peroleh karakteristik responden pada penelitian ini mencakup kelas, umur, perokok, jumlah uang saku.

Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah (f)	Percentase (%)
Kelas X	38	49.4
Kelas XI	39	50.6
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.1 distribusi karakteristik responden berdasarkan kelas di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan terbanyak adalah kelas X yaitu 38 orang (49.4%) dan kelas XI yaitu 39 orang (50.6%)

Tabel 4.2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah (f)	Percentase (%)
15 tahun	23	29.9
16 tahun	34	44.2
17 tahun	15	19.5
18 tahun	5	6.5
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.2 distribusi karakteristik responden berdasarkan umur responden di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan terbanyak adalah berumur 16 tahun sebanyak 34 orang (44.2%) dan berumur 15 tahun sebanyak 23 orang (29.9%).

Tabel 4.3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perokok.

Perokok	Jumlah (f)	Percentase (%)
Iya	58	75.3
Tidak	19	24.7
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.3 distribusi karakteristik responden berdasarkan status perokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan adalah 58 siswa (75.3%) adalah perokok dan 19 orang (24.7%) bukan perokok.

Tabel 4.4 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku

Jumlah Uang Saku	Jumlah (f)	Percentase (%)
Rp. 25.000 – 35.000	39	50.6
>Rp. 35.000	38	49.4
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi karakteristik responden berdasarkan jumlah uang saku responden di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan terbanyak memiliki jumlah uang saku

sebesar Rp.25.000 – 35.000 sebanyak 39 orang (50.6%) dan memiliki uang saku sebesar >Rp. 35.000 sebanyak 38 orang (49.4%).

Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Antara Kelas dengan Status Perokok Siswa SMA Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Kelas	Status Perokok				Total	
	Iya	%	Tidak	%	n	%
Kelas X	23	60.5	15	39.5	38	100.0
Kelas XI	35	89.7	4	10.3	39	100.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 77 responden yang di ambil dari Kelas X dan Kelas XI terlihat dari 39 responden kelas XI terdapat 35 responden (89.7%) yang merokok dan dari 38 responden kelas X terdapat 23 responden (60.5%) yang merokok.

4.3. Perilaku Merokok.

4.3.1. Pengetahuan Merokok

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Pengetahuan Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

No	Pertanyaan	a		b		c	
		f	%	f	%	f	%
1	Apa yang menjadi bahan utama rokok			77	100		
2	Menurut Saudara apa-apa saja jenis rokok	12	15.6	52	67.5	13	16.9
3	Salah satu zat yang terdapat pada rokok			6	7.8	71	92.2
4	Kandungan rokok yang dapat menyebabkan kecanduan	12	15.6	65	84.4		
5	Menurut Anda, zat apakah yang terkandung pada rokok yang dapat menyebabkan kanker	12	15.6	65	84.4		
6	Sewaktu anda melihat iklan tentang rokok, pesan apa yang anda dapatkan	65	84.4	12	15.6		
7	Sewaktu anda melihat iklan tentang rokok, apakah dampak rokok bagi	64	83.1	13	16.9		

	kesehatan diberitahukan						
8	Apa dampak merokok pada wanita hamil	71	92.2	6	7.8		
9	Manakah yang lebih berbahaya, merokok secara langsung atau terhirup asap rokok	12	15.6	52	67.5	13	16.9
10	Apakah kegunaan uang saku yang diberikan orang tua	6	7.8	52	67.5	19	24.7

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi frekuensi pengetahuan siswa sma terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang pengetahuan perilaku bahwa pengetahuan siswa yang baik itu adalah mengenai yang menjadi bahan utama rokok semua responden 77 orang (100%) menjawab benar yaitu tembakau, dan pengetahuan mengenai dampak merokok pada wanita hamil yaitu 71 orang (92.2%) menjawab benar yaitu akan mengganggu pertumbuhan janin dan pengetahuan siswa yang rendah yaitu tentang apa saja jenis rokok 13 orang (16.9 %) menjawab tidak tahu.

Tabel 4.7. Distribusi Kategori Pengetahuan Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Pengetahuan	Jumlah (f)	Percentase (%)
Baik	64	83.1
Cukup	13	16.9
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi frekuensi pengetahuan siswa SMA terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan bahwa mayoritas responden memiliki pengetahuan yang baik 64 orang (83.1%) dan cukup yaitu 13 orang (16.9%).

Tabel 4.8. Distribusi Pengetahuan Tentang Perilaku Merokok dengan Tingkat Kelas Siswa SMA diSMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Kelas	Pengetahuan				Total	
	Baik	%	Cukup	%	n	%
Kelas X	31	81.6	7	18.4	38	100.0
Kelas XI	33	84.6	6	15.4	39	100.0

Berdasarkan tabel terlihat bahwa dari 39 responden kelas XI terdapat 33 responden (84.6%) memiliki pengetahuan yang baik dan dari 38 responden kelas X terdapat 31 responden (81.6%) memiliki pengetahuan baik.

4.3.2. Sikap Siswa SMA terhadap Perilaku Merokok.

Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Sikap Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

No	Sikap	STS		TS		S		SS	
		f	%	f	%	f	%	f	%
1	Iklan rokok menggambarkan bahwa merokok itu berbahaya			17	22.1	42	54.5	18	23.4
2	Merokok dapat menghilangkan stress.	20	26.0	13	16.9	35	45.5	9	11.7
3	Iklan rokok boleh ditayangkan setiap waktu di berbagai media	19	24.7	12	15.6	43	55.8	3	3.9
4	Iklan rokok mempengaruhi masyarakat untuk merokok	6	7.8	32	41.6	31	40.3	8	10.4
5	Iklan rokok akan memberi dampak negatif pada kelakuan remaja	6	7.8	6	7.8	51	66.2	14	18.2
6	Iklan rokok membuat saya tertarik untuk mencoba merokok	26	33.8	31	40.3	13	16.9	7	9.1

7	Iklan rokok memotivasi saya bahwa dengan merokok pergaulan dan persahabatan menjadi lebih baik	27	35.1	36	46.8	12	15.6	2	2.6
8	Iklan rokok memotivasi saya bahwa dengan merokok saya akan menjadi lebih dewasa, keren dan berkarakter	29	37.7	33	42.9	6	7.8	9	11.7
9	Iklan rokok menambah keinginan saya untuk mencoba berbagai jenis rokok yang diiklankan	29	37.7	46	59.7	1	1.3	1	1.3
10	Uang saku biasa digunakan untuk membeli rokok	44	57.1	13	16.9	14	18.2	6	7.8
11	Merokok hanya bisa menghabiskan uang saja					33	42.9	44	57.1
12	Rokok tidak di jual di lingkungan sekolah	5	6.5	13	16.9	21	27.3	38	49.4
13	Rokok dapat di beli di sekitar sekolah	23	29.9	25	32.5	16	20.8	13	16.9
14	Rokok yang di beli dengan uang saku dapat menambah pergaulan	34	44.2	23	29.9	14	18.2	6	7.8
15	Rokok yang di beli dapat memperkeren penampilan	39	50.6	24	31.2	12	15.6	2	2.6

Berdasarkan tabel 4.9 diuraikan distribusi frekuensi sikap siswa sma terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan. Sikap responden diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang perilaku merokok bahwa sikap siswa sangat setuju mengenai uang saku hanya bisa menghabiskan uang saja sebanyak 44 orang (57.1%), dan sikap siswa memilih sangat setuju mengenai rokok tidak di jual di lingkungan sekolah sebanyak 38 orang (49.4%) dan sikap siswa memilih sangat tidak setuju mengenai sikap yang rokok dapat memperkeren penampilan yaitu sebanyak 39 orang (50.6%).

Tabel 4.10. Distribusi Kategori Sikap Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Sikap	Jumlah (f)	Percentase (%)
Baik	10	13.0
Cukup	67	87.0
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.10 diuraikan distribusi kategori sikap siswa sma terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan bahwa mayoritas responden memiliki sikap yang cukup sebanyak 67 orang (87.0%) selebihnya memiliki sikap baik 10 orang (13.0%).

Tabel 4.11. Distribusi Sikap Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Berdasarkan Tingkat Kelas Siswa di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Kelas	Sikap				Total	
	Baik	%	Cukup	%	n	%
Kelas X	7	18.4	31	81.6	38	100.0
Kelas XI	3	7.7	36	92.3	39	100.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 38 responden kelas X terdapat 7 siswa (18.4%) yang memiliki sikap yang baik, 31 siswa (81.6%) memiliki sikap cukup dan dari 39 responden kelas XI terdapat hanya 3 responden (7.7%) yang memiliki sikap baik dan 36 siswa (92.3%) memiliki sikap cukup.

4.3.3. Tindakan Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok.

Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Tindakan Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

No	Tindakan	Ya		Tidak	
		f	%	f	%
1	Cara merokok adalah dengan membakar batang rokok dan menghisap asap yang dihasilkan dari pembakaran itu	51	66.2	26	33.8
2	Merokok merupakan bentuk dari pola hidup tidak sehat yang banyak dilakukan oleh masyarakat.	71	92.2	6	7.8
3	Rokok dapat menghilangkan stress.	51	66.2	26	33.8
4	Anda memberi tahu orang tua apabila anda merokok	34	44.2	43	55.8

5	Seorang perokok jika tidak merokok tubuhnya akan menagih sehingga mau tidak mau orang tersebut kembali merokok.	64	83.1	13	16.9
6	Lingkungan sekolah tidak di perbolehkan untuk merokok	71	92.2	6	7.8
7	Apakah kamu tidak menegur teman yang sedang merokok atau sebaliknya.	58	75.3	19	24.7
8	Menurut saya, dengan saya merokok, maka saya termasuk dalam jajaran anak gaul di sekolah & lingkungan saya.	59	76.6	18	23.4
9	Saya menghisap rokok 1-5 batang/hari.	34	44.2	43	55.8
10	Saya sering melihat iklan rokok dan itu sangat menarik sehingga membuat saya mencoba untuk merokok.	52	67.5	25	32.5

Berdasarkan tabel 4.12. Diuraikan distribusi frekuensi tindakan siswa SMA terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan. Tindakan responden diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan bahwa tindakan responden menjawab benar pertanyaan merokok merupakan bentuk dari pola hidup tidak sehat yang banyak dilakukan oleh masyarakat dan Lingkungan sekolah tidak di perbolehkan untuk merokok masing – masing sebanyak 71 siswa (92.2%). Seorang perokok jika tidak merokok tubuhnya akan menagih sehingga mau tidak mau orang tersebut kembali merokok merupakan pertanyaan yang di jawab benar oleh reponden sebanyak 64 siswa (83.1%).

Tabel 4.13. Distribusi Kategori Tindakan Siswa SMA Terhadap Perilaku Merokok Di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Tindakan	Jumlah (f)	Persentase (%)
Baik	10	13.0
Cukup	67	87.0
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel 4.13 diuraikan distribusi kategori tindakan siswa SMA terhadap perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan bahwa mayoritas responden memiliki tindakan dalam kategori baik sebanyak 10 responden (13.0%) dan kategori cukup yaitu 67 responden (87.0%).

Tabel 4.14. Distribusi Tindakan Siswa SMA Berdasarkan Tingkat Kelas di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Kelas	Tindakan				Total	
	Baik	%	Cukup	%	n	%
Kelas X	7	18.4	31	81.6	38	100.0
Kelas XI	3	7.7	36	92.3	39	100.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 38 responden kelas X terdapat 7 siswa (18.4%) yang memiliki tindakan yang baik, 31 siswa (81.6%) memiliki tindakan cukup dan dari 39 responden kelas XI terdapat hanya 3 responden (7.7%) yang memiliki tindakan baik dan 36 siswa (92.3%) memiliki tindakan cukup.

4.4. Iklan Rokok.

Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Mengenai Iklan Rokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

No	Iklan Rokok	Tidak		Ya	
		f	%	f	%
1	Menonton televisi pada jam 21.00 WIB ke atas	12	15.6	65	84.4
2	Anda tertarik untuk menonton iklan yang ada di televisi	63	81.8	14	18.2
3	Anda sering melihat media iklan rokok	6	7.8	71	92.2
4	Anda sering menonton iklan rokok di televisi	6	7.8	71	92.2
5	Anda tertarik dengan iklan-iklan rokok di televisi	63	81.8	14	18.2
6	Kemunculan iklan produk dari merek terkenal akan mempengaruhi Anda untuk menjadi tertarik/ menyukai kehadiran sebuah iklan?	71	92.2	6	7.8
7	Menurut Anda slogan yang ada di iklan rokok yang di tayangkan di TV menarik?	58	75.3	19	24.7
8	Durasi penayangan iklan mempengaruhi ketertarikan Anda pada iklan tersebut.	70	90.9	7	9.1
9	Anda pernah membeli rokok setelah melihat	52	67.5	25	32.5

	media iklan rokok.				
10	Anda melihat efek samping dari rokok ketika anda lihat iklan rokok	31	40.3	46	59.7

Berdasarkan tabel 4.15 diuraikan distribusi frekuensi mengenai iklan rokok pada siswa sma di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang iklan rokok. Dari 10 pertanyaan mengenai iklan rokok di dapatkan bahwa responen sering melihat media iklan rokok sebanyak 71 responden (92.2%), sama dengan sering menonton iklan rokok di televise sebanyak 71 responden (92.2%).

Tabel 4.16. Distribusi Kategori Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Iklan Rokok	Jumlah (f)	Percentase (%)
Baik	14	18.2
Cukup	63	81.8
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel di atas mengenai iklan rokok menunjukkan bahwa 14 siswa (18.2%) menjawab benar pertanyaan sehingga di kategorikan baik dan cukup sebanyak 63 responden (81.8%).

4.5. Uang Saku.

Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Uang Saku Siswa Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

No	Uang Saku	Tidak		Ya	
		f	%	f	%
1	Anda setiap hari di berikan uang saku			77	100.0
2	Anda menggunakan uang saku untuk membeli makanan pada saat berada di sekolah saja	33	42.9	44	57.1
3	Anda menggunakan uang saku untuk membeli keperluan sekolah seperti pulpen, buku, dll.	25	32.5	52	67.5
4	Anda menggunakan uang saku untuk membeli rokok.	58	75.3	19	24.7
5	Uang saku yang di berikan orang tua kurang untuk keperluan selama di sekolah	51	66.2	26	33.8

6	Anda kumpul – kumpul dengan teman sebaya dan membeli rokok untuk teman – teman/anda sendiri.	58	75.3	19	24.7
7	anda pernah membeli rokok atas saran dari teman – teman.	64	83.1	13	16.9
8	menurut Anda uang saku baik di gunakan untuk membeli rokok.	71	92.2	6	7.8
9	anda pernah membeli rokok setelah melihat media iklan rokok dengan uang saku.	44	57.1	33	42.9
10	anda melihat efek samping dari rokok ketika anda membeli rokok.	38	49.4	39	50.6

Berdasarkan tabel 4.17.distribusi frekuensi uang saku siswa terhadap perilaku merokok pada siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang iklan rokok. Dari 10 pertanyaan mengenai uang saku di dapatkan bahwa 77 responden (100%) dan dari 77 responden 52 responden (67.5%) menjawab benar bahwa menggunakan uang saku untuk membeli keperluan sekolah seperti pulpen, buku, dll.

Tabel 4.18. Distribusi Kategori Uang Saku Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Uang Saku	Jumlah (f)	Percentase (%)
Baik	13	16.9
Cukup	64	83.1
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa tindakan responden secara umum tentang uang saku yang berkaitan dengan perilaku merokok yaitu 13 siswa (16.9%) dalam kategori baik dan 64 siswa (83.1%) dalam kategori cukup

4.6. Teman Sebaya.

Tabel 4.19. Distribusi Frekuensi Mengenai Teman Sebaya Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan.

No	Teman Sebaya	Tidak		Ya	
		f	%	f	%
1	Apakah teman anda ada yang merokok			77	100.0
2	Teman yang pertama kali mengenalkan saya rokok	40	51.9	37	48.1
3	Saya merokok karena mengikuti teman.	64	83.1	13	16.9
4	Saya menerima ajakan teman untuk merokok.	58	75.3	19	24.7
5	Apakah ketika kumpul – kumpul dengan teman anda mengkonsumsi rokok.	58	75.3	19	24.7
6	Ada teman yang mengolok – olok ketika anda tidak merokok	46	59.7	31	40.3
7	Anda merokok atas saran dari teman – teman.	64	83.1	13	16.9
8	Ketika pulang sekolah anda kumpul – kumpul dengan teman – teman untuk merokok.	58	75.3	19	24.7
9	Saat di sekolah ada teman yang merokok	52	67.5	25	32.5
10	Anda pernah merokok di lingkungan sekolah.	77	100		

Berdasarkan tabel 4.19.distribusi frekuensi Mengenai teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidempuan diidentifikasi dengan 10 pertanyaan tentang teman sebaya. Dari 10 pertanyaan mengenai uang saku di dapatkan bahwa dari 77 responden yang di tanya 77 responden (100%) memiliki teman yang merokok, saat di sekolah ada yang merokok 25 responden (32.5%) menjawab benar dan 19 responden (24.7%) menjawab ketika pulang sekolah kumpul – kumpul dengan teman – teman untuk merokok.

Tabel 4.20. Distribusi Kategori Mengenai Teman Sebaya Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMA di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Kategori Teman Sebaya	Jumlah (f)	Percentase (%)
Baik	19	24.7
Cukup	58	75.3
Total	77	100.0

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa tindakan responden secara umum mengenai teman sebaya terhadap perilaku merokok pada di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuanyaitu 19 responden (24.7%) dalam kategori baik dan 58 responden (75.3%) dalam kategori cukup.

4.7. Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan Tahun 2015.

1. Hubungan Iklan Rokok dengan Pengetahuan.

Tabel 4.21. Distribusi Hubungan Iklan Rokok dengan Pengetahuan Tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 2 Medan Tahun 2014.

Iklan Rokok	Pengetahuan				Total		p
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	14	100.0			14	100.0	0.110
Cukup	50	79.4	13	20.6	63	100.0	
Total	64	83.1	13	16.9	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan iklan rokok dengan pengetahuan tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan Tahun 2015 dari 14 responden yang iklan rokok dalam kategori baik memiliki hanya memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 14 siswa (100.0%). Dari 63 orang siswa yang iklan rokok dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik dan cukup sebanyak 50 siswa (79.4%) dan sebanyak 13 siswa (20.6%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.110$. sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan pengetahuan

2. Hubungan Iklan Rokok dengan Sikap

Tabel 4.22. Distribusi Hubungan Iklan Rokok dengan Sikap tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Iklan Rokok	Sikap				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	5	35.7	9	64.3	14	100.0	0.015
Cukup	5	7.9	58	92.1	67	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 14 responden yang iklan rokok dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 5 siswa (35.7%) dan cukup sebanyak 9 siswa (64.3%). Dari 67 orang siswa yang memiliki iklan rokok dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 5 orang (7.9%) dan cukup sebanyak 58 orang (92.1%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.015$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok.

3. Hubungan Iklan Rokok dengan Tindakan

Tabel 4.23. Distribusi Hubungan Iklan Rokok dengan Tindakan tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Iklan Rokok	Tindakan				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	6	42.9	8	57.1	14	100.0	0.002
Cukup	4	6.3	59	93.7	63	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan iklan rokok dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 14 siswa yang iklan rokok dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 6 siswa (42.9%) dan cukup sebanyak 8 siswa (57.1%). Dari 63 orang siswa yang memiliki iklan rokok dalam kategori cukup terdapat tindakan baik sebanyak 4 siswa (6.3%) dan cukup sebanyak 59 orang (93.7%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.002$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok.

4.8. Hubungan Uang Saku dengan Perilaku Merokok.

1. Hubungan Uang Saku dengan Pengetahuan.

Tabel 4.24. Distribusi Hubungan Uang Saku dengan Pengetahuan Responden tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Uang Saku	Pengetahuan				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	13	100.0			13	100.0	0.109
Cukup	51	79.7	13	20.3	64	100.0	
Total	64	83.1	13	16.9	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan uang saku dengan pengetahuan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 13 responden mengenai uang saku dalam kategori baik memiliki semua 100 % memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 13 siswa. Dari 64 orang siswa yang memiliki tindakan mengenai uang saku dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik sebanyak 51 siswa (79.7%) dan cukup sebanyak 13 orang (20.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.109$. sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku siswa dengan pengetahuan siswa tentang perilaku merokok.

2. Hubungan Uang Saku dengan Sikap.

Tabel 4.25. Distribusi Hubungan Uang Saku dengan Sikap Responden tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Uang Saku	Sikap				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	6	46.2	7	53.8	13	100.0	0.001
Cukup	4	6.2	60	93.8	64	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan uang saku siswa dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 13 responden yang uang saku dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 6 siswa (46.2%) dan cukup 7 siswa (53.8%). Dari 64 orang siswa yang uang saku dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 4 siswa (6.2%) dan cukup sebanyak 60 orang (93.8%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.001$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan sikap siswa tentang perilaku merokok.

Hubungan Uang Saku dengan Tindakan

Tabel 4.26. Distribusi Hubungan Uang Saku dengan Tindakan Responden tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Uang Saku	Tindakan				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	7	18.4	6	46.2	38	100.0	0.000
Cukup	3	7.7	61	95.3	39	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan uang saku siswa dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 38 siswa yang uang saku dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 7 siswa (18.4%) dan cukup 6 siswa (46.2%). Dari 39 orang siswa yang uang saku dalam kategori cukup terdapat tindakan yang baik sebanyak 3 siswa (7.7%) dan cukup sebanyak 61 orang (95.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok.

4.9. Hubungan Teman Sebaya dengan Perilaku Merokok.

1. Hubungan Teman Sebaya dengan Pengetahuan.

Tabel 4.27. Distribusi Hubungan Teman Sebaya dengan Pengetahuan Siswa tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Teman Sebaya	Pengetahuan				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	13	68.4	6	31.6	19	100.0	0.075
Cukup	51	87.9	7	12.1	58	100.0	
Total	64	83.1	13	16.9	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan teman sebaya dengan pengetahuan responden tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 19 siswa yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 13 siswa (68.4%) dan 6 responden (31.6%) berpengetahuan cukup. Dari 58 orang siswa yang teman sebaya dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik sebanyak 51 orang (87.9%) dan cukup sebanyak 7 orang (12.1%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.075$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan pengetahuan.

2. Hubungan Teman Sebaya dengan Sikap.

Tabel 4.28. Distribusi Hubungan Teman Sebaya dengan Sikap Siswa tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Teman Sebaya	Sikap				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	9	47.4	10	52.6	19	100.0	0.000
Cukup	1	1.7	57	98.3	58	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan teman sebaya dengan sikap responden tentang perilaku merokok dengan di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 19 responden yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 9 siswa (47.4) dan cukup 10 siswa (52.6%). Dari 58 siswa yang teman sebaya dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 1 orang (1.7%) dan cukup sebanyak 57 orang (98.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan sikap.

Hubungan Teman Sebaya dengan Tindakan.

Tabel 4.29. Distribusi Hubungan Teman Sebaya dengan Tindakan Siswa tentang Perilaku Merokok di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan.

Teman Sebaya	Tindakan				Total		<i>p</i>
	Baik		Cukup		n	%	
	f	%	f	%			
Baik	10	52.6	9	47.4	19	100.0	0.000
Cukup			58	100.0	58	100.0	
Total	10	13.0	67	87.0	77	100.0	

Berdasarkan tabel di atas, distribusi hubungan teman sebaya dengan tindakan responden tentang perilaku merokok dengan di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan dari 19 responden yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 10 siswa (52.6%) dan cukup 9 siswa (47.4%). Dari 58 siswa yang teman sebaya dalam kategori cukup tidak terdapat tindakan yang baik yang ada hanya cukup sebanyak 58 orang (100.0%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan tindakan.

4.10. Hasil Analisa Multivariat

Analisis multivariat dilakukan untuk menentukan variabel independen yang paling mempengaruhi perilaku merokok responden. Dalam uji ini semua variabel yang berhubungan (signifikan) pada uji bivariat $\alpha=0.05$ akan dimasukkan secara bersama-sama ke dalam uji multivariat. Uji multivariat yang digunakan dalam analisis ini adalah Uji Regresi Logistik Berganda. Adapun yang menjadi alasan penggunaan uji ini adalah karena tipe data independen maupun dependen adalah kategorik.

Variabel yang terpilih atau memenuhi syarat untuk dimasukkan ke dalam uji multivariat ditentukan dari hasil analisis uji bivariat dimana bila hasil analisis bivariat terdapat nilai $p\text{ value}<0.05$ maka variabel tersebut akan dimasukkan kedalam uji multivariat dan sebaliknya, bila nilai $p\text{ value}>0.05$ maka tidak akan dimasukkan kedalam uji multivariat. Hasil uji tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut: $p\text{ value}>0.05$ maka tidak akan dimasukkan kedalam uji multivariat. Hasil uji tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.30. Hasil Uji Bivariat Iklan Rokok, Uang Saku dan Teman Sebaya Terhadap Sikap Responden.

No	Variabel Independen	<i>P Value</i>
1	Iklan Rokok	0.015
2	Uang Saku	0.001
3	Teman Sebaya	0.000

Berdasarkan tabel 4.30 di atas, terdapat tiga variabel yang memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu Iklan Rokok ($p=0.015$), Uang Saku ($p=0.001$), dan Teman Sebaya ($p=0.000$).

Setelah melalui tahapan pemilihan variabel kandidat multivariat diperoleh 3 variabel yang akan dimasukkan secara bersama-sama kedalam pembuatan model. Pemilihan model dilakukan secara hirarki dengan cara semua variabel independen yang terpilih dimasukkan

kedalam model. Hasil analisis regresi logistik berganda dengan metode Backward:Walddandapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.31. Hasil Uji Multivariat Regresi Logistik Berganda Tentang Hubungan Iklan Rokok, Uang Saku, Dan Teman Sebaya Terhadap Sikap Responden.

No	Variabel Independen	B	<i>p value</i>	Exp (B)
1	Iklan Rokok	20.341	0.996	6.825E8
2	Uang Saku	-1.792	0.186	0.167
3	Teman Sebaya	39.153	0.995	1.009E17

Berdasarkan tabel 4.31 diatas, terdapat tiga variabel yang tidak memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu iklan rokok ($p= 0.996$), uang saku ($p=0.186$), dan teman sebaya ($p=0.995$).

Tabel 4.32. Hasil Uji Bivariat Iklan Rokok, Uang Saku dan Teman Sebaya Terhadap Tindakan Responden.

No	Variabel Independen	<i>P Value</i>
1	Iklan Rokok	0.002
2	Uang Saku	0.000
3	Teman Sebaya	0.000

Berdasarkan tabel 4.32 diatas, terdapat tiga variabel yang memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu iklan rokok ($p= 0.002$), uang saku ($p=0.000$), dan teman sebaya ($p=0.000$).

Setelah melalui tahapan pemilihan variabel kandidat multivariat diperoleh 3 variabel yang akan dimasukkan secara bersama-sama kedalam pembuatan model. Pemilihan model dilakukan secara hirarki dengan cara semua variabel independen yang terpilih dimasukkan kedalam model. Hasil analisis regresi logistik berganda dengan metode Backward:Walddandapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33. Hasil Uji Multivariat Regresi Logistik Berganda Tentang Hubungan Iklan Rokok, Uang Saku, Dan Teman Sebaya Terhadap Tindakan Responden.

No	Variabel Independen	B	<i>p value</i>	Exp (B)
1	Iklan Rokok	2.250	0.040	9.491
2	Uang Saku	-1.227	0.294	0.293
3	Teman Sebaya	4.787	0.001	119.947

Berdasarkan tabel 4.33, terlihat bahwa nilai *p value* variabel uang saku ($p=0.294$) > 0.05 , sehingga variabel tersebut tidak masuk kedalam pemodelan multivariat. Kemudian dilakukan kembali pengujian multivariat regresi logistik berganda dengan metode Backward: Wald dan kemudian didapatkan hasil seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.34. Hasil Uji Multivariat Iklan Rokok dan Teman Sebaya Terhadap Tindakan Responden.

No	Variabel Independen	B	<i>p value</i>	Exp (B)
1	Iklan Rokok	1.770	0.070	5.868
2	Teman Sebaya	3.894	0.001	49.103

Berdasarkan hasil uji statistik regresi logistik berganda dengan metode backward wald menunjukkan bahwa nilai Exp (B) dari variabel teman sebaya adalah 49.103, artinya teman sebaya akan meningkatkan tindakan responden untuk merokok sebesar 50 kali lebih tinggi sedangkan nilai Exp (B) dari variable jenis iklan rokok adalah 5.868, dimana nilai Teman sebaya 49.103 dibagi dengan nilai iklan rokok 5.858 Variabel yang paling besar memengaruhi sikap responden mengenai perilaku merokok adalah teman sebaya yaitu pada nilai Exp (B) tertinggi sebesar 49.103.

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap perilaku merokok pada siswa SMA Negeri 3Kota Padangsidempuan tahun 2015 dapat dilihat sebagai berikut :

5.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini dikelompokan berdasarkan karakteristik kelas, umur, status perokok, dan jumlah uang saku. Bila berdasarkan kelompok kelas terlihat bahwa sebagian besar responden berada pada kelas X (49.4%), bila berdasarkan kelompok umur terlihat bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok umur 16 tahun (44.2%), menurut status perokok terlihat bahwa sebagian besar adalah perokok (75.3%), sedangkan menurut jumlah uang saku sebagian besar 50.6% siswa dengan jumlah uang saku Rp.25.000 – Rp.35.000. Pada usia tersebut sangat perlu mendapat bimbingan dan arahan dari pihak sekolah terutama dari guru-guru sebagai bekal atau pengetahuan, setelah mereka menyelesaikan pendidikan di sekolah .

5.2. Perilaku Merokok.

Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Respon ini dapat bersifat pasif (tanpa tindakan yaitu berfikir, berpendapat, bersikap maupun aktif yaitu dengan melakukan tindakan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap responden tentang tindakan yang berkaitan dengan perilaku merokok yaitu sebesar 10 responden (13.0%) dalam kategori baik dan 67 responden (87.0%) dalam kategori cukup.

Perilaku merokok adalah suatu kegiatan atau aktivitas membakar rokok dan kemudian menghisapnya dan menghembuskannya keluar dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya (Levy,1994).

Jika di lihat dari pengetahuan responden yang di dapat dalam kategori baik sebanyak 64 responden (83.1%), sedangkan untuk sikap mengalami penurunan sikap yaitu dalam kategori baik sebanyak 10 responden (13.0%) di harapkan dengan pengetahuan baik akan menimbulkan sikap dan tindakan yang baik pula sehingga perilaku aktif yang terjadi.

Penerepan larangan merokok di sekolah merupakan kebutuhan mutlak seiring semakin tingginya jumlah perokok yang berasal dari kalangan siswa yang merupakan penerus generasi selanjutnya.

5.3. Iklan Rokok.

Iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suatu media dan dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat” (Niken, 2007)

Media televisi dengan keunggulan daya jangkauannya yang luas, serta tampilan dalam bentuk *audio* dan *visual*, televisi menjadi media pilihan utama produsen rokok untuk mempromosikan produknya.Strategi komunikasi kreatif iklanrokok tersebut sebagian besar menggunakan kombinasi *slice or life*, *story line*, dan *close-up*. Strategi *slice or life* memanfaatkan penggalan dari kehidupan sehari-hari dalam bersosialisasi dengan masyarakat lain. Strategi *story line* dipakai untuk membuat semua khalayak, tertarik mengikuti alur cerita iklan.

Jika di lihat dari kuesioner mengenai iklan rokok di dapat dalam kategori baik sebanyak 14 responden (18.2%), sedangkan kategori cukup sebanyak 63 responden (81.8%). Dari

penelitian yang di peroleh menunjukkan bahwa iklan di televise juga membuat siswa mengenal dan mengetahui produk yang di iklankan termasuk iklan rokok.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap responden maka dapat dikatakan bahwa iklan rokok iklan rokok dalam kategori baik hanya memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 14 siswa (100.0%). Dari 63 orang siswa yang iklan rokok dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik dan cukup sebanyak 50 siswa (79.4%) dan sebanyak 13 siswa (20.6%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.110$. sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan pengetahuan responden tentang perilaku merokok.

Hal ini sesuai menurut teori S-O-R dalam Notoatmojo (2007) yang menyatakan bahwa stimulus (rangsang) yang diberikan kepada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi perhatian individu, dan berhenti di sini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif, sedangkan hasil penelitian yang didapatkan peneliti menunjukkan iklan rokok tidak memiliki pengaruh terhadap tindakan merokok responden yang berarti stimulus yang diberikan dari iklan rokok membuat organisme memberikan respon menolak stimulus sehingga iklan rokok tidak mempengaruhi tindakan responden merokok.

Sikap adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Jadi manifestasi dari sikap tidak dapat langsung dilihat, namun hanya dapat ditafsirkan Notoatmodjo (2013).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 14 responden yang iklan rokok dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 5 siswa (35.7%) dan cukup sebanyak 9 siswa (64.3%). Dari 67 orang siswa yang memiliki iklan rokok dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 5 orang (7.9%) dan cukup sebanyak 58 orang (92.1%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.015$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok.

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (*overt behavior*). Untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan antara lain adalah fasilitas. Disamping faktor fasilitas juga diperlukan faktor dukungan (*support*) dari pihak lain (Notoatmodjo, 2013).Tindakan adalah realisasi dari pengetahuan dan sikap suatu perbuatan nyata.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 14 siswa yang iklan rokok dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 6 siswa (42.9%) dan cukup sebanyak 8 siswa (57.1%). Dari 63 orang siswa yang memiliki iklan rokok dalam kategori cukup terdapat tindakan baik sebanyak 4 siswa (6.3%) dan cukup sebanyak 59 orang (93.7%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.002$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok.

Pada kerangka konsep penelitian ini telah menggambarkan bahwa jenis iklan rokok secara langsung dapat mempengaruhi perilaku merokok siswa di SMA Negeri 3 Kota Padangsidimpuan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis iklan rokok dapat menyampaikan informasi mengenai perilaku rokok masuk ke dalam golongan baik. Hal dapat terjadi karena iklan rokok dapat tujuan menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat luas.

Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Alfian (2011) yang menunjukkan perilaku murid sekolah SMP mengambil keputusan untuk membeli rokok adalah dengan adanya pengaruh yang dilancarkan oleh perusahaan rokok yaitu dengan cara mengiklankan produknya dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan media luar ruang.

Adanya peraturan dalam menyampaikan pesan iklan rokok di televisi yaitu dilarang memvisualisasikan wujud dan bungkus rokok serta tidak boleh mengajak khalayak untuk merokok merupakan peraturan yang cukup berat. Ditambah aturan jam tayang iklan yang dimulai dari pukul 21.30 hingga pukul 05.00 waktu setempat cukup menyulitkan, muncul tantangan tersendiri bagi para kreator iklan untuk mencari suatu strategi komunikasi yang tepat. Dengan adanya peraturan ini di harapkan meminimalisir responden terpapar dengan informasi mengenai rokok.

5.4. Uang Saku.

Uang saku adalah uang yang diberikan oleh orang tua dengan perencanaan uang tersebut digunakan seperti untuk transportasi atau tabungannya anak, sedangkan uang jajan adalah uang yang diberikan kepada anak untuk membeli jajanan berupa makanan dan minuman selama berada di luar rumah (Elly risma Musa, 2009).

Jika di lihat dari penelitian ini mengenai uang saku di peroleh bahwa dalam kategori baik sebanyak 13 responden (16.9%), sedangkan kategori cukup sebanyak 64 responden (83.1%).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandistribusi hubungan uang saku dengan pengetahuan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 13 responden mengenai uang saku dalam kategori baik memiliki semua 100 % memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 13 siswa. Dari 64 orang siswa yang memiliki tindakan mengenai uang saku dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik sebanyak 51 siswa (79.7%) dan cukup sebanyak 13 orang (20.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.109$. sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku siswa dengan pengetahuan siswa tentang perilaku merokok.

Uang saku yang diberikan orang tua kepada anaknya sekarang sudah mulai tidak di pergunakan dengan baik dan benar.Uang saku yang di berikan banyak di gunakan untuk membeli hal – hal yang tidak bermanfaat dan bahkan merugikan diri sendiri seperti obat – obat terlarang, rokok dll.

Secara umum sikap dapat dirumuskan sebagai kecenderungan untuk merespon (secara positif atau negatif) terhadap orang, objek atau situasi tertentu.Sikap mengandung suatu penelitian emosional/afektif (senang, benci, sedih dan sebagainya).Selain bersifat positif dan negatif, sikap memiliki tingkat kedalaman yang berbeda-beda (sangat benci, agak benci, dan sebagainya).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku

merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandistribusi hubungan uang saku siswa dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 13 responden yang uang saku dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 6 siswa (46.2%) dan cukup 7 siswa (53.8%). Dari 64 orang siswa yang uang saku dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 4 siswa (6.2%) dan cukup sebanyak 60 orang (93.8%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.001$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan sikap siswa tentang perilaku merokok.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkatan sikap yang baik terhadap perilaku merokok sehingga sikap ini kedepannya diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi perkembangan kesehatan responden dan Notoadmodjo (2007) juga memiliki pendapat yang sejalan yaitu pengetahuan dan sikap mengenai kesehatan akan berpengaruh terhadap perilaku sebagai hasil jangka panjang dari pendidikan kesehatan hal itu dikarenakan dari pengetahuan dan sikap itulah akan tercipta perilaku kesehatan yang akan semakin baik kedepannya dan perilaku merokok juga termasuk kedalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandistribusi hubungan uang saku siswa dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 38 siswa yang uang saku dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 7 siswa (18.4%) dan cukup 6 siswa (46.2%). Dari 39 orang siswa yang uang saku dalam kategori cukup terdapat tindakan yang baik sebanyak 3 siswa (7.7%) dan cukup sebanyak 61 orang (95.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan tindakan siswa tentang perilaku merokok.

5.5. Teman Sebaya.

Teman sebaya adalah orang dengan tingkat umur dan kedewasaan yang kira-kira sama. Dalam pembentukan kelompok teman sebaya selain diperhatikan persamaan usia, para remaja juga memperhatikan persamaan-persamaan lainnya, seperti hobi, status sosial, ekonomi, latar belakang keluarga, persamaan sekolah, tempat tinggal, agama dan juga ras (Ghozaly, 2011).

Variabel independen ini di dapatkan teman sebaya dalam kategori baik sebanyak 19 responden (24.7%) dan kategori cukup sebanyak 58 responden (75.3%). Variable ini menunjukkan peningkatan kategori di dibandingkan dengan variable iklan rokok dan uang saku.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuan distribusi hubungan teman sebaya dengan pengetahuan responden tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuan dari 19 siswa yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki pengetahuan yang baik sebanyak 13 siswa (68.4%) dan 6 responden (31.6%) berpengetahuan cukup. Dari 58 orang siswa yang teman sebaya dalam kategori cukup terdapat pengetahuan baik sebanyak 51 orang (87.9%) dan cukup sebanyak 7 orang (12.1%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.075$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan pengetahuan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandistribusi hubungan teman sebaya dengan sikap responden tentang perilaku merokok dengan di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 19 responden yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki sikap yang baik sebanyak 9 siswa (47.4) dan cukup 10 siswa (52.6%). Dari 58 siswa yang teman sebaya dalam kategori cukup terdapat sikap baik sebanyak 1 orang (1.7%) dan cukup sebanyak 57 orang (98.3%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan sikap.

Tindakan yang ditunjukkan oleh responden yang masih belum memiliki ketetapan dalam bersikap ini dapat mempengaruhi tindakannya dalam melakukan suatu hal dan peneliti memasukkan tindakan responden ini kedalam tingkatan tindakan persepsi, hal ini dikarenakan menurut Notoatmodjo (2003) bahwa tingkatan tindakan persepsi merupakan suatu proses mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil. Oleh karena itu, peneliti berfikirnya tindakan yang dilakukan responden ini termasuk kedalam tindakan persepsi.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap distribusi hubungan iklan rokok dengan sikap siswa tentang perilaku merokok di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandistribusi hubungan teman sebaya dengan tindakan responden tentang perilaku merokok dengan di SMA Negeri 3Kota Padangsidimpuandari 19 responden yang teman sebaya dalam kategori baik memiliki tindakan yang baik sebanyak 10 siswa (52.6%) dan cukup 9 siswa (47.4%). Dari 58 siswa yang teman

sebaya dalam kategori cukup tidak terdapat tindakan yang baik yang ada hanya cukup sebanyak 58 orang (100.0%).

Setelah dilakukan uji dengan menggunakan chi-square dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ menghasilkan nilai $p = 0.000$. Sehingga dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan tindakan.

Hal ini sesuai dengan teori S-O-R dalam Notoatmodjo (2003) yang menyatakan bahwa stimulus yang didapatkan seorang responden dapat menyebabkan proses perubahan perilaku jika stimulus yang diberikan, sehingga efek teman sebaya dapat memberikan stimulus kepada responden yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang ediberikan harus dapat meyakinkan organisme.

Hal ini membuat peneliti berasumsi bahwa efek teman sebaya tentang rokok telah memberikan stimulus kepada responden tentang tindakan merokok sehingga dapat meyakinkan organisme dalam melakukan tindakan merokok sehingga efek media luar ruang menjadi bagian yang baik dalam tindakan merokok

Kurt Lewin (1970) berpendapat bahwa perilaku manusia adalah suatu keadaan yang seimbang antara kekuatan-kekuatan pendorong (driving forces) dan kekuatan-kekuatan penahan (restrining forces). Perilaku ini dapat berubah apabila terjadi ketidakseimbangan antara kedua kekuatan tersebut didalam diri seseorang. Kekuatan-kekuatan pendorong meningkat seperti informasi-informasi termaksud informasi yang di dapat dari teman sebaya.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa stimulus yang didapatkan responden yang terdapat dalam teman sebaya telah mempengaruhi responden dalam tindakan merokok yang jauh lebih besar.

5.6. Analisis Multivariat.

Uji bivariat yang dilakukan untuk melihat hubungan iklan rokok, uang saku dan pengetahuan tidak memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat karena p value > 0.05 .

Setelah dilakukan uji bivariat untuk melihat hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya terhadap sikap terdapat tiga variabel yang memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu Iklan Rokok ($p= 0.015$), Uang Saku ($p=0.001$), dan Teman Sebaya ($p=0.000$).

Setelah melalui tahapan pemilihan variabel kandidat multivariat diperoleh 3 variabel yang akan dimasukkan secara bersama-sama kedalam pembuatan model. Pemilihan model dilakukan secara hirarki dengan cara semua variabel independen yang terpilih dimasukkan kedalam model. Hasil analisis regresi logistik bergandadengan metode Backward:Walddandapat dilihat pada tabel berikut, terdapat tiga variabel yang tidak memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu iklan rokok ($p= 0.996$), uang saku ($p=0.186$), dan teman sebaya ($p=0.995$).

Hubungan iklan rokok, uang saku, teman sebaya terhadap perilaku setelah di lakukan uji bivariat , terdapat tiga variabel yang memenuhi syarat untuk layak masuk ke model multivariat yaitu iklan rokok ($p= 0.002$), uang saku ($p=0.000$), dan teman sebaya ($p=0.000$).

Setelah melalui tahapan pemilihan variabel kandidat multivariat diperoleh 3 variabel yang akan dimasukkan secara bersama-sama kedalam pembuatan model. Pemilihan model dilakukan secara hirarki dengan cara semua variabel independen yang terpilih dimasukkan kedalam model. Hasil analisis regresi logistik bergandadengan metode Backward:Walddi peroleh nilai p value variabel uang saku ($p=0.294$) > 0.05 , sehingga variabel tersebut tidak masuk kedalam pemodelan multivariat.. Kemudian dilakukan kembali pengujian multivariat regresi

logistik berganda dengan metode Backward: Wald dan kemudian didapatkan hasil uji statistik regresi logistik berganda dengan metode backward wald menunjukkan bahwa nilai Exp (B) dari variabel teman sebaya adalah 49.103, artinya teman sebaya akan meningkatkan tindakan responden untuk merokok sebesar 50 kali lebih tinggi sedangkan nilai Exp (B) dari variabel jenis iklan rokok adalah 5.868, artinya teman sebaya akan meningkatkan tindakan responden untuk merokok sebesar 8 kali.

Variabel yang paling besar memengaruhi sikap responden mengenai perilaku merokok adalah teman sebaya yaitu pada nilai Exp (B) tertinggi sebesar 49.103.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik iklan rokok, uang saku, teman sebaya terhadap pengetahuan siswa.
2. Setelah dilakukan uji chi square tentang hubungan iklan rokok dengan sikap dan tindakan siswa P value < 0.05 maka ditarik kesimpulan terdapat hubungan yang signifikan.
3. Setelah dilakukan uji chi square tentang hubungan uang saku dengan sikap dan tindakan siswa P value < 0.05 , maka ditarik kesimpulan terdapat hubungan yang signifikan.
4. Setelah di lakukan uji chi square tentang hubungan teman sebaya dengan sikap dan tindakan siswa P value < 0.05 , maka ditarik kesimpulan terdapat hubungan yang signifikan.
5. Dari hasil penelitian ini dapat di tarik kesimpulan dari ketiga variable independen ketiganya berhubungan terhadap sikap dan tindakan responden.
6. Uji Multivariat yang dilakukan hanya hubungan iklan rokok, uang saku dan teman sebaya dengan tindakan responden yang dapat dilakukan uji multivariat. Teman sebaya yang paling besar meningkatkan tindakan responden sebanyak 8 kali.

6.2. Saran

1. Kepada pihak sekolah untuk tidak menerima sponsor lagi dari perusahaan rokok seperti kegiatan – kegiatan olahraga.
2. Kepada Dinas Pendidikan untuk membuat kebijakan menolak bentuk kegiatan apapun yang berhubungan dengan rokok seperti kegiatan – kegiatan yang diadakan produsen rokok atau yang disponsori rokok.

3. Kepada dinas kesehatan untuk terus melakukan advokasi kepada legislatif agar membuat rancangan tentang kawasan tanpar okok di seluruh sekolah.
4. Kepada tenaga kesehatan perlu meningkatkan pemahaman tentang akibat yang akan ditimbulkan perilaku merokok pada siswa melalui penyuluhan atau pendidikan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi A. 2007. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Amaliani, Titan, 2013. *Gambaran Karakteristik dan Sosial Budaya Keluarga Dalam Hal Perilaku Merokok Siswa SMK Satria Nusantara Binjai Pada Tahun 2012*.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asrory, 2009. *Psikologi Remaja, Bumi Aksara*, Jakarta. Cetakan keenam
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. 2013. *Riset Kesehatan Dasar 2013*, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Jakarta.
- Dinkes Provinsi Sumatera Utara, 2008. *Profil Kesehatan Provinsi Sumatera Utara*. Medan: Dinkes Sumatera Utara.
- Gerungan, W, A., 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama
- Green, Lawrence, 1980. *Health Education Planning a diagnostic Approach*. California : Mayfield Publishing Company.
- Handi, Irawan D. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Hati, S. 2008. *Pengaruh Strategi Promosi Kesehatan Depkes RI, 2006*. Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2005.
- Kemalasari, 2007. *Perilaku Merokok Pada Remaja*. USU Repository.
- Kementerian Kesehatan RI, 2011. *Profil Kesehatan Indonesia 2010*.
- Kotler, Philip, 2000, “*Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control, Tenth Edition*”, Prentice Hall International, Inc., New Jersey.
- Mu'tadin, 2002. *Kemandirian sebagai Kebutuhan Psikologis pada Remaja*.
<http://www.e.psikologi.com/remaja.050602>
- Monle Lee, 2007, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Cetakan 2, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Notoatmodjo S. 2007. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta :Rineka Cipta
- _____ . 2013. *Promosi Kesehatan Teori & Aplikasi*. Jakarta Rineka Cipta
- Sobur, 2003. *Periklanan; komunikasi Pamasaran Terpadu*, Jakarta, Ramdina Prakasa Elly risma

Trim, 2006, Merokok Itu Konyol, Ganeca Exact, Jakarta

Undang-Undang Kesehatan No 36 tahun 2009

Wibowo, 2009 Iklan Rokok Sesatkan Remaja. Diakses 22 April 2015;
[Http://www.Sport.Id.Finroll.Com](http://www.Sport.Id.Finroll.Com).

Widiono, Sumarto, 2010. *Pengaruh Orangtua Perokok, Teman Sepermainan Dan Iklan Rokok Terhadap Perokok Siswa Smp*. Universitas Bengkulu. Skripsi.

Yanto, 2009, Peneliti CSIS : Rugi Besar Akibat Rokok, diakses 22 April 2015;

**HUBUNGAN IKLAN ROKOK, UANG SAKU DAN TEMAN
SEBAYA TERHADAP PERILAKU MEROKOK
PADA SISWA SMA NEGERI 3 KOTA
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2015**

I. Karakteristik Responden

No responden :
Nama :
Kelas :
Umur :
Perokok :
Uang saku :
Tanggal wawancara :

1. IKLAN ROKOK

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda sering menonton televisi pada jam 21.00 WIB ke atas?		
2	Apakah Anda tertarik untuk menonton iklan yang ada di televisi?		
3	Apakah anda sering melihat media iklan rokok		
4	Apakah Anda sering menonton iklan rokok di televisi		
5	Apakah Anda tertarik dengan iklan-iklan rokok di televisi		
6	Apakah kemunculan iklan produk dari merek terkenal akan mempengaruhi Anda untuk menjadi tertarik/ menyukai kehadiran sebuah iklan?		
7	Apakah menurut Anda slogan yang ada di iklan rokok yang di tayangkan di TV menarik?		
8	Apakah durasi penayangan iklan mempengaruhi ketertarikan Anda pada iklan tersebut.		
9	Apakah anda pernah membeli rokok setelah melihat media iklan rokok.		

10	Apakah anda melihat efek samping dari rokok ketika anda lihat iklan rokok.		
----	--	--	--

II. UANG SAKU

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda setiap hari di berikan uang saku		
2	Apakah Anda menggunakan uang saku untuk membeli makanan pada saat berada di sekolah saja		
3	Apakah anda menggunakan uang saku untuk membeli keperluan sekolah seperti pulpen, buku, dll.		
4	Apakah anda menggunakan uang saku untuk membeli rokok.		
5	Apakah uang saku yang di berikan orang tua kurang untuk keperluan selama di sekolah.		
6	Apakah Anda kumpul – kumpul dengan teman sebaya dan membeli rokok untuk teman – teman/anda sendiri.		
7	Apakah anda pernah membeli rokok atas saran dari teman – teman.		
8	Apakah menurut Anda uang saku baik di gunakan untuk membeli rokok		
9	Apakah anda pernah membeli rokok setelah melihat media iklan rokok dengan uang saku.		
10	Apakah anda melihat efek samping dari rokok ketika anda membeli rokok.		

III. TEMAN SEBAYA

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah teman anda ada yang merokok		
2	Teman yang pertama kali mengenalkan saya rokok		
3	Saya merokok karena mengikuti teman.		
4	Saya menerima ajakan teman untuk merokok.		
5	Apakah ketika kumpul – kumpul dengan teman anda mengkonsumsi rokok.		

6	Apakah ada teman yang mengolok – olok ketika anda tidak merokok		
7	Apakah anda merokok atas saran dari teman – teman.		
8	Apakah ketika pulang sekolah anda kumpul – kumpul dengan teman – teman untuk merokok.		
9	Apakah saat di sekolah ada teman yang merokok		
10	Apakah anda pernah merokok di lingkungan sekolah.		

IV. PENGETAHUAN

1. Apa yang menjadi bahan utama rokok
 - a. Kertas (0).
 - b. Tembakau (2).
 - c. Rempah-rempah (1)

2. Menurut Saudara apa-apa saja jenis rokok?
 - a. Rokok Klobot, Sigaret, Klawung, Rokok Filter, Rokok Non Filter, Cerutu, Kretek, Rokok Putih. (2).
 - b. Rokok Filter, Rokok Non Filter, Cerutu, Kretek. (1)
 - c. Tidak Tahu (0).

3. Salah satu zat yang terdapat pada rokok adalah
 - a. Karbon dioksida (0).
 - b. Kafein (1).
 - c. Nikotin (2)

4. Kandungan rokok yang dapat menyebabkan kecanduan adalah
 - a. Tar (1).
 - b. Nikotin (2).
 - c. Karbon monoksida (0)

5. Menurut Anda, zat apakah yang terkandung pada rokok yang dapat menyebabkan kanker?
 - a. Nikotin (1).
 - b. Tar (2).
 - c. Karbon monoksida (0).

6. Sewaktu anda melihat iklan tentang rokok, pesan apa yang anda dapatkan?
 - a. Bahaya merokok (2)
 - b. Larangan merokok (1).
 - c. Manfaat merokok (0)

7. Sewaktu anda melihat iklan tentang rokok, apakah dampak rokok bagi kesehatan diberitahukan?
 - a. Ya (2).
 - b. Tidak (1)
 - c. Tidak tahu (0)
8. Apa dampak merokok pada wanita hamil
 - a. Pertumbuhan janin terganggu (2)
 - b. Mengurangi mual dan muntah (1)
 - c. Tidak berpengaruh kepada janin (0)
9. Manakah yang lebih berbahaya, merokok secara langsung atau terhirup asap rokok?
 - a. Merokok secara langsung (1)
 - b. Terhirup asap rokok (2)
 - c. Sama saja (0).
10. Apakah kegunaan uang saku yang diberikan orang tua?
 - a. Membeli keperluan sekolah seperti pulpen, buku, dll (1)
 - b. Membeli makanan, keperluan sekolah (2)
 - c. Membeli rokok dan makanan (0).

V. SIKAP.

STS = Sangat tidak setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1	Iklan rokok menggambarkan bahwa merokok itu berbahaya				
2	Merokok dapat menghilangkan stress.				
3	Iklan rokok boleh ditayangkan setiap waktu di berbagai media				
4	Iklan rokok mempengaruhi masyarakat untuk merokok				
5	Iklan rokok akan memberi dampak negatif pada kelakuan remaja				
6	Iklan rokok membuat saya tertarik untuk mencoba merokok				
7	Iklan rokok memotivasi saya bahwa dengan merokok pergaulan dan persahabatan menjadi lebih baik				
8	Iklan rokok memotivasi saya bahwa dengan merokok saya akan menjadi lebih dewasa, keren dan berkarakter				

9	Iklan rokok menambah keinginan saya untuk mencoba berbagai jenis rokok yang diiklankan.				
10	Uang saku biasa digunakan untuk membeli rokok				
11	Merokok hanya bisa menghabiskan uang saja				
12	Rokok tidak di jual di lingkungan sekolah.				
13	Rokok dapat di beli di sekitar sekolah				
14	Rokok yang di beli dengan uang saku dapat menambah pergaulan.				
15	Rokok yang di beli dapat memperkeren penampilan				

VI. TINDAKAN.

No	Pertanyaan	Jawaban	
		ya	tidak
1	Cara merokok adalah dengan membakar batang rokok dan menghisap asap yang dihasilkan dari pembakaran itu		
2	Merokok merupakan bentuk dari pola hidup tidak sehat yang banyak dilakukan oleh masyarakat.		
3	Apakah rokok dapat menghilangkan stress.		
4	Apakah anda memberi tahu orang tua apabila anda merokok		
5	Menurut anda, seorang perokok jika tidak merokok tubuhnya akan menagih sehingga mau tidak mau orang tersebut kembali merokok.		
6	Lingkungan sekolah tidak di perbolehkan untuk merokok		
7	Apakah kamu menegur teman yang sedang merokok atau sebaliknya.		
8	Menurut saya, dengan saya merokok, maka saya termasuk dalam jajaran anak gaul di sekolah & lingkungan saya.		
9	Saya menghisap rokok 1-5 batang/hari.		
10	Saya sering melihat iklan rokok dan itu sangat menarik sehingga membuat saya mencoba untuk merokok.		