

**HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELUARGA, TEMAN, DAN IKLAN
TERHADAP PERILAKU MEROKOK PADA SISWA LAKI-LAKI DI
SMP NEGERI 19 SAMARINDA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai persyaratan untuk
Memperoleh gelar Sarjana Keperawatan



DISUSUN OLEH

DENNI WINARSIH

1211308230483

**PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MUHAMMADIYAH
SAMARINDA**

2016

*Berusahalah sebelum anda menyerah,, jangan
menyerah sebelum anda berusaha karena tidak
ada yang tidak mungkin selama anda mau*

berusaha

(Denni Winarsih)

Hubungan antara Pengaruh Keluarga, Teman, dan Iklan terhadap Perilaku Merokok pada Siswa Laki-Laki di SMP Negeri 19 Samarinda

Denni winarsih¹, Ramdhany Ismahmudi¹, M Aminuddin²

INTISARI

Latar belakang, Merokok menjadi perilaku negatif yang umum dan bersifat legal bagi semua penikmatnya. Berdasarkan hasil laporan WHO tahun 2008 dengan statistik jumlah perokok di dunia mencapai 1.35 miliar orang. Di Indonesia sendiri mencapai 65 juta perokok atau 28% per penduduk (225 miliar batang per tahun). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku merokok yaitu pengaruh keluarga, teman, dan iklan.

Tujuan Penelitian, Mengetahui hubungan antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa kelas VIII di SMP Negeri 19 Samarinda.

Metodologi Penelitian, Penelitian ini menggunakan rancangan *deskriptif korelasi* dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi pada penelitian ini sebanyak 132 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *stratified random sampling* sehingga sampel yang didapat berjumlah 99 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. penelitian ini menggunakan uji statistic korelasi *Chi-Square*.

Hasil dan kesimpulan penelitian, Dari hasil analisis statistic *Chi-Square* menunjukkan bahwa ada hubungan bermakna antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa SMP Negeri 19 Samarinda dengan nilai $p = 0.005, 0.004, 0.035 > \alpha = 0,05$.

Saran, Diharapkan siswa lebih aktif mencari informasi sehingga siswa memiliki wawasan dan pemahaman yang tinggi tentang perilaku kesehatan.

Kata kunci: keluarga, teman, iklan, perilaku merokok

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Keperawatan STIKES Muhammadiyah Samarinda

² Dosen Akademi Keperawatan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

The Relationship between the Influence of Family, Friends, and Ads against Smoking Behavior of Male Student in Junior High School 19 Samarinda

Denni Winarsih¹, Ramdhany ismahmudi¹, M Aminuddin²

ABSTRACT

Background smoking becomes negative behaviors are common and and are legal for all the audience. Based on reports from the WHO in 2008 wiyh statistics on the number of smokers in the world reached 1:35 billion people. In indonesia alone reached 65 million smokers, or 28% per inhabitant (225 billion cigarettes per year). Factors that influence smoking behavior is the influence of family, friends, and advertising.

Research purposes determine the relationship between the influence of family, friends, and ads against smoking behavior of male students in junior high school 19 samarinda.

Research methodology this study used a descriptive correlation design with cross sectional approach. Popolation in this study 132 respondents. Stratified sample selection using random sampling so that the sample obtained amounted to 99 respondents. Instruments used in this this study a questionnaire. This research uses correlation statistic test chi Square.

Research results and conclusions from the results of chi square statistic analysis showed that there was a significant relationship between the influence of family, friend, and ads against smoking behavior of junior high school students 19 Samarinda with $p = 0.005, 0,004, 0.035 > a = 0,05$.

Advice students are expected to actively seek information so that students have the insight and understanding of the behavior of health high.

Keyword : family, friends, advertising, smoking behavior

¹A Student Nursing Science program of STIKES Muhammadiyah Samarinda

²Lecturers of the Academy of nursing the Provincial Government of East Kalimantan

KATA PENGANTAR

لَهُ الْحَمْدُ وَالْحَمْدُ لَهُ

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, serta tak lupa sholawat dan salam pada Nabi Besar Muhammad, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “Hubungan pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda”.

Penyusunan proposal penelitian ini dibuat sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Keperawatan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Samarinda tahun 2016. Dalam penyusunan proposal skripsi ini banyak berbagai pihak yang telah memberikan dorongan/motivasi, bantuan serta masukan sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Ghozali MH., M.Kes, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Samarinda.
2. Kepala Sekolah SMP N 19 Samarinda yang telah member kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian.
3. Ibu Ns. Siti Khoiroh, M.Kep, selaku Ketua Program studi Ilmu Keperawatan STIKES Muhammadiyah Samarinda.
4. Bapak Ns. Ramdhany Ismahmudi, S.kep., MPH selaku Pembimbing I, terima kasih memberikan bimbingan, saran, serta kesabaran selama dalam proses

penyelesaian proposal penelitian ini.

5. Bapak Ns. M. Aminuddin, S.kep., M Sc selaku pembimbing II, terima kasih untuk beliau yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan arahan, serta kesabaran selama banyak membimbing saya dalam proses penyelesaian proposal penelitian ini.
6. Bapak Ns. Faried Rahman Hidayat, S.Kep., M.Kes selaku koordinator mata kuliah skripsi.
7. Kepada seluruh dosen dan staf pendidikan pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Samarinda.
8. Teristimewa penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh keluarga tercinta yaitu Ayahanda Wagisan, Ibunda Parjinem, yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang, nasehat dan pengorbanan baik moril maupun materil, serta untuk saudaraku tersayang Sandy Firmansyah dan Nika Ervi Ana yang selalu memberikan dukungannya.
9. Anak-anak Cicakku yaitu Supy yuliana, Wina Aulia dan Anggi Desi Sari yang sudah menjadi sahabat terbaik, dan memberi dukungan dan semangat buat penulis. Terima kasih atas kebersamaannya sampai saat ini.
10. Teman-teman Mega Ayu Anggraini, Rizky Nurul Hidayah, Siti Nur Rahmi, Mega Ayu Anggraeni, Fenty Malinda, dan Ade Suryani, terima kasih atas dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang selalu terjalin erat.
11. Seluruh teman-teman S1 Keperawatan angkatan 2012 (Reguler) yang

sama-sama berjuang menyelesaikan proposal penelitian ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan dalam penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan, karena itu dengan hal terbuka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan kesempurnaan proposal penelitian ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Samarinda, Agustus 2016

Denni Winarsih

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	
Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Keaslian Penelitian	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Motto	v
Abstrak	vi
Intisari.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Keaslian Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

A. Telaah pustaka	9
1. Perilaku Merokok	9
2. Konsep Rokok	15
3. Konsep Keluarga	20
4. Konsep Teman	25
5. Konsep Iklan	29
B. Penelitian Terkait.....	34
C. KerangkaTeori Penelitian	36
D. Kerangka Konsep Penelitian.....	37
E. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
D. Definisi Operasional	42
E. Instrumen Penelitian	44
F. Uji Validitas dan Reabilitas	45
G. Teknik Pengumpulan Data	48
H. Teknik Analisa Data	49
I. Jalannya Penelitian	56
J. Etika Penelitian	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum	59
B. Hasil	60
1. Analisa univariat	60
2. Analisa bivariat	63
C. Pembahasan.....	67
1. Karakteristik responden.....	67
2. Analisa univariat	66
3. Analisa bivariat	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

3.1 hasil stratified random sampling.....	41
3.2 Definisi Operasional	43
3.2 Kisi-Kisi pertanyaan kuesioner	45
3.4 Uji normalitas.....	54
4.1 Distribusi frekuensi usia responden.....	61
4.2 Distribusi frekuensi pengaruh keluarga	61
4.3 Distribusi frekuensi pengaruh teman	62
4.4 Distribusi frekuensi pengaruh iklan.....	62
4.5 Distribusi frekuensi perilaku merokok.....	63
4.6 Hubungan antara pengaruh keluarga dengan perilaku merokok....	64
4.7 Hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok.....	65
4.8 Hubungan antara pengaruh iklan dengan perilaku merokok	66

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Teori Penelitian.....	36
2.2 Gambar Kerangka Konsep Penelitian	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar penjelasan penelitian

Lampiran 2. Lembar penjelasan penelitian

Lampiran 3. Lembar kuisisioner

Lampiran 4. Output data SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja adalah suatu tahap kehidupan yang bersifat peralihan, pada masa ini remaja telah meninggalkan masa kanak-kanak yang lemah dan penuh kebergantungan, akan tetapi belum mampu bertanggung jawab terhadap dirinya atau masyarakat (Hurlock, 2012). Pada masa remaja ini keinginan mencoba hal baru muncul agar dianggap dewasa salah satunya adalah merokok.

Merokok menjadi perilaku negatif yang umum dan bersifat legal bagi semua penikmatnya. Hal ini dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan rumah, kantor, angkutan umum, di jalan-jalan maupun ditempat umum lainnya. Hampir setiap saat dapat di saksikan dan di jumpai orang yang sedang merokok. Bahkan bila orang merokok di sebelah ibu yang sedang menggendong bayi sekalipun orang tersebut tetap tenang menghembuskan asap rokoknya dan biasanya orang-orang yang ada di sekitarnya seringkali tidak peduli (Yunus, 2013).

Rokok merupakan sesuatu yang sangat menyenangkan, menguntungkan, bahkan menenangkan. Beberapa orang lainnya berpendapat bahwa rokok sangat merugikan dikarenakan setiap batang rokok yang dihisap terkandung tiga zat berbahaya bagi kesehatan yaitu tar, nikotin, dan karbon monoksida.

Kerugian ini tidak hanya dialami oleh perokok, tetapi orang-orang yang ada di dekat perokok pun (perokok pasif) ikut merasakan dampaknya (Aulia, 2010). Sekitar 6 juta orang di negara berkembang meninggal dunia karena rokok pada tahun 2013. Bahkan di seluruh dunia, tingkat kematian akibat rokok justru lebih besar ketimbang kematian karena malaria, kematian maternal, penyakit-penyakit yang sering menyerang anak-anak dan tuberculosi (WHO, 2013).

Berdasarkan hasil laporan WHO tahun 2008 dengan statistik jumlah perokok di dunia mencapai 1.35 miliar orang. Di Indonesia sendiri mencapai 65 juta perokok atau 28% jumlah penduduk (225 miliar batang per tahun). Di wilayah Kalimantan Timur khususnya di kota Samarinda menurut data Riskesdas 2013 menyatakan jumlah perokok mencapai 26,4 persen dari jumlah penduduk pada tahun 2013. Angka itu setara dengan 264 ribu orang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah perokok di dunia sangat banyak. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perokok yaitu karena pengaruh orang tua, teman, dan iklan rokok.

Menurut Singgih (2008) perilaku orang tua dapat ditiru oleh anaknya baik secara tidak sengaja maupun secara tidak sadar orang tua dapat dijadikan model oleh anaknya. Sedangkan menurut Derni (2009) sebuah ungkapan yang menggambarkan bahwa anak akan tumbuh seperti orang tuanya yaitu ungkapan *like father like son*. Perilaku orang tua yang biasa menghisap rokok

di hadapan anak-anaknya adalah hal yang biasa dilakukan. Hal ini akan mendorong si anak untuk menjadikan perilaku merokok orang tuanya sebagai model untuk ditiru.

Selain faktor orang tua, faktor teman juga sangat berperan penting dalam perkembangan perilaku seseorang bahkan saat ini gencarnya iklan-iklan rokok yang mengidentik perokok. Karakteristik remaja yang erat dengan keinginan adanya kebebasan, indenpendensi, 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 dimedia 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 olahraga. Hampir setiap konser musik dan *event* olahraga di Indonesia disponsori 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 (Ginting, 2011).

Pada studi awal yang dilakukan pada tanggal 24 November 2015 dengan cara wawancara pada 10 orang siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda didapatkan hasil 4 orang siswa mengatakan pernah merokok, 2 diantaranya merokok karena melihat orang tuanya merokok, 1 orang merokok karena

melihat temannya merokok dan 1 orang siswa merokok karena melihat iklan di televisi. 3 orang siswa lainnya mengatakan tidak merokok namun pernah ingin merokok karena melihat teman dan orang tuanya merokok. 2 orang siswa mengatakan pernah ingin merokok karena melihat teman dan iklan di televisi dan baleho. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “hubungan antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dirumuskan suatu permasalahan yaitu “Apakah ada hubungan antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda ?”.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mengetahui hubungan antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.

2. Tujuan khusus

- a. Mengidentifikasi karakteristik responden siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda yaitu umur dan kelas responden.
- b. Mengidentifikasi peran keluarga pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19

Samarinda

- c. Mengidentifikasi peran teman pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.
- d. Mengidentifikasi ketertarikan iklan pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.
- e. Menganalisa hubungan keluarga terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.
- f. Menganalisa hubungan teman terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.
- g. Menganalisa hubungan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mampu memberi manfaat :

1. Bagi SMP Negeri 19 Samarinda

Sebagai sumber referensi atau acuan dalam memberikan bimbingan dan konseling kepada siswa baik yang merokok maupun yang tidak merokok serta menjadi salah satu acuan dalam memperkuat pondasi pembentukan kawasan sekolah tanpa asap rokok.

2. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai pengaruh keluarga, teman dan iklan rokok pada siswa Sekolah Menengah Pertama.

3. Bagi institusi STIKES Muhammadiyah Samarinda

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk pengembangan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh keluarga, teman, dan iklan terhadap perilaku merokok pada siswa, juga sebagai sumber referensi dan acuan dalam penelitian selanjutnya.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini berupa hubungan antara pengaruh keluarga, teman, dan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dapat dibandingkan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian Hartati (2013) dengan judul: "Hubungan bentuk konformitas teman sebaya terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki usia pertengahan di SMA Negeri 97 Jakarta". Jenis penelitian ini adalah *Analitik kuantitatif* menggunakan rancangan *Cross Sectional*. Sampel berjumlah 81 orang responden yang diambil dengan menggunakan analisis uji *Chi Square* dan teknik *Purposive Sampling* dengan skala *likert*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara bentuk konformitas terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki di SMA Negeri 97 Jakarta. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menggunakan teknik penelitian *purposive sampling* dengan skala *likert* sedangkan penulis menggunakan *stratified random sampling* dengan skala

Guttman dan penulis meneliti siswa SMP sedangkan penelitian sebelumnya meneliti siswa SMA.

2. Penelitian Permatasari (2011) dengan judul: “Hubungan pola asuh keluarga dan lingkungan teman sebaya dengan perilaku merokok pada remaja usia 11-20 tahun di desa Nambuhan kecamatan Purwodadi kota Purwodadi Kabupatern Grobogan”. Jenis penelitian ini adalah *Analitik* dengan pendekatan *cross sectional*. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *chi square* dan *regresi logistik*. Teknik penelitian yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 73 responden. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pola asuh keluarga dan lingkungan teman sebaya dengan perilaku merokok pada remaja usia 11-20 tahun di desa Nambuhan kecamatan Purwodadi kota Purwodadi Kabupatern Grobogan. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menggunakan teknik penelitian *simple random sampling* sedangkan penulis menggunakan *stratified random sampling*.
3. Penelitian Ariani (2011) dengan judul: “Hubungan antara iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 4 semarang”. Jenis penelitian ini adalah penelitian observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan teknik *simple random sempling* dengan jumlah responden sebanyak 55 orang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan antara iklan rokok dengan sikap

dan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 4 Semarang. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menggunakan teknik penelitian *simple random sampling* dan penulis menggunakan *stratified random sampling*, tempat penelitian yaitu penulis mengambil siswa SMP sedangkan penelitian tersebut mengambil siswa SMA.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah pustaka

1. Perilaku merokok

a. Pengertian

Perilaku Merokok adalah sesuatu yang dilakukan seseorang berupa membakar tembakau yang kemudian dihisap asapnya, baik menggunakan rokok maupun menggunakan pipa (Sitepoe, 2009).

b. Tipe perilaku merokok

Menurut Tomkins (1991 dalam poltekkes Depkes Jakarta I, 2012), berdasarkan *Management of affect theory*, ada empat tipe perilaku merokok. Empat hal yang dimaksud keempat tersebut adalah sebagai berikut :

1) Perokok yang dipengaruhi oleh perasaan positif

Mereka berpendapat bahwa dengan merokok seseorang akan merasa penambahan rasa yang positif. Terdapat 3 sub tipe :

a) *Pleasure relaxation*, perilaku merokok hanya untuk menambah atau meningkatkan kenikmatan yang sudah didapat, misalnya merokok setelah minum kopi atau makan.

b) *Stimulation topick themup*, perilaku merokok hanya dilakukan sekedaranya untuk menyenangkan perasaan.

c) *Pleasure of handling the cigarette*, kenikmatan yang diperoleh dengan memegang rokok. Sangat spesifik pada perokok pipa. Perokok pipa akan menghabiskan waktu untuk mengisi pipa dengan tembakau sedangkan untuk menghisapnya hanya dibutuhkan waktu beberapa menit saja atau perokok lebih senang berlama-lama memainkan rokoknya dengan jari-jarinya lama sebelum dia menyalakan dengan api.

2) Perilaku merokok yang dipengaruhi oleh perasaan negatif

Banyak orang menggunakan rokok untuk mengurangi perasaan negatif, misalnya bila marah, cemas atau 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

Mereka yang sudah kecanduan cenderung akan menambah dosis rokok yang digunakan setiap saat setelah efek dari rokok yang dihisapnya berkurang. Mereka umumnya akan pergi keluar rumah membeli rokok, walaupun tengah malam sekalipun, karena khawatir rokok tidak tersedia saat ia menginginkannya.

4) Perilaku merokok yang sudah menjadi kebiasaan

Mereka menggunakan rokok sama sekali bukan karena untuk mengendalikan perasaan mereka, tapi karena benar-benar sudah kebiasaan rutin. Pada tipe orang seperti ini merokok merupakan suatu perilaku yang bersifat otomatis, sering kali tanpa dipikirkan dan tanda disadari. Ia menghidupkan lagi api rokoknya bila rokok yang terdahulu telah benar-benar habis.

c. Aspek-aspek perilaku merokok

Aspek-aspek perilaku merokok menurut Aritonang (1997 dalam Nasution, 2007), yaitu :

1) Fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari

Fungsi merokok ditunjukkan dengan perasaan yang dialami si perokok, seperti perasaan yang positif maupun perasaan negatif

2) Intensitas merokok

Klasifikasi perokok berdasarkan banyaknya rokok yang dihisap, yaitu :

- a) Perokok berat yang menghisap lebih dari 15 batang rokok dalam sehari.
- b) Perokok sedang yang menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari.

c) Perokok ringan yang menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari

3) Tempat merokok

Tipe perokok berdasarkan tempat ada dua Mu'tadin (2002 dalam Poltekkes Depkes Jakarta I, 2012) yaitu :

a) Merokok di tempat-tempat umum/ruang publik

(1) Kelompok homogen (sama-sama perokok)

Mereka menikmati kebiasaan merokok secara bergerombol. Umumnya mereka masih menghargai orang lain, karena itu mereka menempatkan diri di area merokok (*smoking area*)

(2) Kelompok yang heterogen

Kelompok ini biasanya merokok di antara orang lain yang tidak merokok, anak kecil, orang jompo, orang sakit, dan lain-lain. Mereka yang berani merokok di tempat tersebut tergolong sebagai orang yang tidak berperasaan, tidak mempunyai tata krama, bertindak kurang terpuji dan kurang sopan, dan secara tidak langsung mereka tega menyebarkan "racun" kepada orang lain yang tidak bersalah.

b) Merokok di tempat-tempat yang bersifat pribadi

(1) Kantor atau dikamar tidur pribadi

Mereka yang memilih tempat-tempat seperti ini yang

sebagai tempat merokok digolongkan kepada kepada individu yang kurang menjaga kebersihan diri, penuh rasa gelisah yang mencekam.

(2) Toilet

Perokok jenis ini dapat digolongkan sebagai orang yang suka berfantasi.

4) Waktu merokok

Perilaku merokok dipengaruhi oleh keadaan yang dialaminya pada saat itu, misalnya ketika sedang berkumpul dengan teman, cuaca dingin, setelah dimarahi orang tua, dll.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku merokok remaja

Tarwoto (2010) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku merokok pada remaja :

1) Pengaruh orangtua

Remaja merokok adalah anak-anak yang berasal dari rumah tangga yang tidak bahagia, dimana orang tua tidak begitu memperhatikan anak-anaknya dibandingkan dengan remaja yang berasal dari lingkungan rumah tangga yang bahagia. Remaja merokok apabila orang tua sendiri yang menjadi figur juga sebagai perokok berat, maka anak-anaknya akan mungkin sekali untuk mencontohnya.

2) Pengaruh teman

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

3) Pengaruh iklan

Melihat iklan di media masa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau glamour, membuat remaja seringkali berkeinginan untuk mengikuti perilaku seperti yang ada dalam iklan tersebut.

4) Faktor kepribadian

Orang mencoba untuk merokok karena alasan ingin tahu atau ingin melepaskan diri dari rasa sakit dan kebosanan. Satu sifat kepribadian yang bersifat pada pengguna obat-obatan (termasuk rokok) ialah konformitas sosial.

2. Konsep Rokok

a. Pengertian rokok

Rokok adalah hasil olahan tembakau yang terbungkus, dihasilkan dari tanaman *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica* dan

spesies lainnya atau sintetisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan (Heryani, 2014).

b. Bahan baku rokok

Menurut Santika (2011) bahan baku yang digunakan untuk membuat rokok adalah sebagai berikut:

1) Tembakau

Jenis tembakau yang dibudidayakan dan berkembang di Indonesia termasuk dalam spesies *Nicotiana tabacum* .

2) Cengkeh

Bagian yang biasa digunakan adalah bunga yang belum mekar. Bunga cengkeh dipetik dengan tangan oleh para pekerja, kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari, kemudian cengkeh ditimbang dan dirajang dengan mesin sebelum ditambahkan ke dalam campuran tembakau untuk membuat rokok kretek.

3) Saus Rahasia

Saus ini terbuat dari beraneka rempah dan ekstrak buah-buahan untuk menciptakan aroma serta cita rasa tertentu. Saus ini yang menjadi pembeda antara setiap merek dan varian kretek.

c. Kandungan Rokok

Menurut Muhibah (2011) racun rokok yang paling utama adalah

sebagai berikut:

1) Nikotin

Nikotin dapat meningkatkan adrenalin yang membuat jantung berdebar lebih cepat dan bekerja lebih keras, frekuensi jantung meningkat dan kontraksi jantung meningkat sehingga menimbulkan tekanan darah meningkat (Tawbariah, 2014).

2) Tar

Tar adalah substansi hidrokarbon yang bersifat lengket dan menempel pada paru-paru, mengandung bahan-bahan karsinogen (Mardjun, 2012).

3) Karbon monoksida (CO)

Merupakan gas berbahaya yang terkandung dalam asap pembuangan kendaraan. CO menggantikan 15% oksigen yang seharusnya dibawa oleh sel-sel darah merah. CO juga dapat merusak lapisan dalam pembuluh darah dan meninggikan endapan lemak pada dinding pembuluh darah, menyebabkan pembuluh darah tersumbat.

d. Penyakit yang mengancam para perokok

Menurut (Sukendro,2007)

1) Otak: rokok menjadi penyebab utama stroke.

2) Mata: perokok berisiko tiga kali lebih tinggi menderita katarak yang

menyebabkan kebutaan.

- 3) Mulut, tenggorokan, pita suara, dan esofagus: mengakibatkan kanker mulut, tenggorokan, pita suara, dan esofagus. juga penyakit gusi, pilek, dan kerongkongan kering.
- 4) Gigi: perokok berisiko 10 kali lebih tinggi menderita periodontitis (gusi terbakar yang mengarah ke infeksi) yang akan merusak jaringan halus dan tulang.
- 5) Paru-paru: wanita perokok 13 kali lebih besar kemungkinan terkena kanker paru-paru, sedangkan pria 23 kali lebih besar. Akibat lainnya yaitu pneumonia, bronkitis, asma, batuk kronis, dan bengek.
- 6) Jantung: gagal jantung, serangan jantung, hipertensi, stroke.
- 7) Perut: kanker perut dan kanker lambung.
- 8) Ginjal: kanker ginjal.
- 9) Pankreas: kanker pankreas fatal.
- 10) Kandung kemih: kanker kandung kemih.
- 11) Leher rahim: kanker leher rahim.
- 12) Kehamilan: kemandulan, bayi lahir prematur, bobot kurang, gangguan pernapasan.
- 13) Tulang-tulang rapuh.
- 14) Darah: leukemia atau kanker darah.

15) Kulit bisa menjadi cepat keriput karena penurunan kinerja sel-selnya yang membutuhkan oksigen

e. Efek bahaya asap rokok bagi kesehatan tubuh manusia

Rokok adalah benda beracun yang memberi efek santai dan sugesti merasa lebih jantan. Dibalik kegunaan atau manfaat rokok yang secuil itu terkandung bahaya yang sangat besar bagi orang merokok maupun orang yang di sekitar perokok yang bukan perokok (Jaya, 2009).

- 1) Asap rokok mengandung kurang lebih 4000 bahan kimia yang 200 diantaranya beracun dan 43 jenis lainnya dapat menyebabkan kanker bagi tubuh. Beberapa zat yang sangat berbahaya yaitu tar, nikotin, karbon monoksida, dsb.
- 2) Asap rokok yang baru mati di asbak mengandung tiga kali lipat bahan pemicu kanker di udara dan 50 kali mengandung bahan pengiritasi mata dan pernafasan semakin pendek rokok semakin tinggi kadar racun yang siap melayang ke udara. Suatu tempat yang dipenuhi polusi asap rokok adalah tempat yang lebih berbahaya daripada polusi di jalanan raya yang macet.
- 3) Seseorang yang mencoba merokok biasanya akan ketagihan karena rokok bersifat candu yang sulit dilepaskan dalam kondisi apapun. Seorang perokok berat akan memilih merokok daripada

makan jika uang yang dimilikinya terbatas.

- 4) Harga rokok yang mahal akan memberatkan orang yang tergolong miskin, sehingga dana kesejahteraan dan kesehatan keluarganya sering dialihkan untuk membeli rokok. Rokok dengan merk terkenal biasanya dimiliki oleh perusahaan rokok asing yang berasal dari luar negeri, sehingga uang yang dibelanjakan perokok sebagian akan lari ke luar negeri yang mengurangi devisa negara. Pabrik rokok yang memperkerjakan banyak buruh tidak akan mampu meningkatkan taraf hidup pegawainya, sehingga apabila pabrik rokok ditutup para buruh dapat dipekerjakan di tempat usaha lain yang lebih kreatif dan mendatangkan devisa.
- 5) Sebagian perokok biasanya akan mengajak orang lain yang belum merokok untuk merokok agar merasakan penderitaan yang sama dengannya, yang terjebak dalam ketagihan asap rokok yang jahat. Sebagian perokok juga ada yang secara sengaja merokok ditempat umum agar asap rokok yang dihembuskan dapat dihirup orang lain, sehingga orang lain akan terkena penyakit kanker.
- 6) Kegiatan yang merusak tubuh adalah perbuatan dosa, sehingga rokok dapat dikategorikan sebagai benda atau barang haram yang harus di hindari dan di jauhi sejauh mungkin. Ulama atau ahli agama yang merokok mungkin akan memiliki persepsi yang

berbeda dalam hal ini.

- 7) Merokok akan mengurangi terjadinya konsepsi, fertilitas pria maupun wanita. Pada wanita hamil yang merokok, anak yang dikandung akan mengalami penurunan berat badan, lahir prematur, bahkan kematian janin.

3. Konsep Keluarga

a. Pengertian

Keluarga merupakan sekumpulan orang yang dihubungkan oleh ikatan perkawinan, adopsi, kelahiran yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan budaya yang umum, meningkatkan perkembangan fisik, mental, emosional, dan sosial dari tiap anggota (Sudhiarto, 2007).

b. Struktur keluarga

Menurut Murwani (2007), struktur keluarga terdiri atas:

1) Pola dan proses komunikasi

Pola interaksi keluarga yang berfungsi:

- a) bersifat terbuka dan jujur
- b) selalu menyelesaikan konflik keluarga
- c) berpikiran positif, dan
- d) Tidak mengulang-ulang isu dan pendapat sendiri.

2) Struktur peran

Peran adalah serangkaian perilaku yang diharapkan sesuai dengan posisi sosial yang diberikan. Yang dimaksud dengan posisi atau status adalah posisi individu dalam masyarakat misalnya sebagai suami, istri, anak, dan sebagainya. Tetapi kadang peran ini tidak dapat dijalankan oleh masing-masing individu dengan baik. Ada beberapa anak yang terpaksa mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga yang lain sedangkan orang tua mereka entah kemana atau malah berdiam diri dirumah.

3) Struktur kekuatan

Kekuatan merupakan kemampuan (potensial dan aktual) dari individu untuk mengendalikan atau mempengaruhi untuk merubah perilaku orang lain kearah positif.

4) Nilai-nilai keluarga

Nilai merupakan suatu sistem, sikap dan kepercayaan yang secara sadar atau tidak, mempersatukan anggota keluarga dalam satu budaya. Nilai keluarga juga merupakan suatu pedoman bagi perkembangan norma dan peraturan. Norma adalah pola perilaku yang baik, menurut masyarakat berdasarkan sistem nilai dalam keluarga. Budaya adalah kumpulan dari pola perilaku yang dapat dipelajari, dibagi, dan ditularkan dengan tujuan untuk

menyelesaikan masalah (Murwani, 2007).

c. Tipe atau Bentuk Keluarga

Beberapa tipe atau bentuk keluarga menurut Sudiharto (2007), antara adalah sebagai berikut:

1) Keluarga inti (*Nuclear Family*)

Keluarga yang dibentuk karena ikatan perkawinan yang direncanakan yang terdiri dari suami, istri, dan anak-anak, baik karena kelahiran (natural) maupun adopsi.

2) Keluarga besar (*Extended Family*)

Keluarga inti ditambah keluarga yang lain (karena hubungan darah), misalnya kakek, nenek, bibi, paman, sepupu termasuk keluarga modern, seperti orang tua tunggal, keluarga tanpa anak, serta keluarga pasangan sejenis (*guy/lesbian families*).

3) Keluarga Campuran (*Blended Family*)

Keluarga yang terdiri dari suami, istri, anak-anak kandung dan anak-anak tiri.

4) Keluarga menurut hukum umum (*Common Law Family*):

Anak-anak yang tinggal bersama.

5) Keluarga orang tua tinggal

Keluarga yang terdiri dari pria atau wanita, mungkin karena telah bercerai, berpisah, ditinggal mati atau mungkin tidak pernah

menikah, serta anak-anak mereka yang tinggal bersama.

6) Keluarga Hidup Bersama (*Commune Family*)

Keluarga yang terdiri dari pria, wanita dan anak-anak yang tinggal bersama berbagi hak dan tanggung jawab, serta memiliki kepercayaan bersama.

7) Keluarga Serial (*Serial Family*)

Keluarga yang terdiri dari pria dan wanita yang telah menikah dan mungkin telah punya anak, tetapi kemudian bercerai dan masing-masing menikah lagi serta memiliki anak-anak dengan pasangannya masing-masing, tetapi semuanya menganggap sebagai satu keluarga.

8) Keluarga Gabungan (*Composite Family*)

Keluarga yang terdiri dari suami dengan beberapa istri dan anak-anaknya (*poligami*) atau istri dengan beberapa suami dan anak-anaknya (*poliandri*).

9) Hidup bersama dan tinggal bersama (*Cohabitation Family*)

Keluarga yang terdiri dari pria dan wanita yang hidup bersama tanpa ada ikatan.

d. Fungsi Keluarga

Fungsi keluarga menurut Friedman (1998 dalam Sudiharto, 2007), antara adalah sebagai berikut:

- 1) Fungsi Afektif (*The affective function*) : Fungsi keluarga yang utama untuk mengajarkan segala sesuatu untuk mempersiapkan anggota keluarga berhubungan dengan orang lain, fungsi ini dibutuhkan untuk perkembangan individu dan psikososial keluarga.
- 2) Fungsi Sosialisasi dan penempatan sosial (*socialisation and social placement function*) : Fungsi pengembangan dan tempat melatih anak untuk berkehidupan sosial sebelum meninggalkan rumah untuk berhubungan dengan orang lain di luar rumah.
- 3) Fungsi Reproduksi (*reproduksi function*): Fungsi untuk mempertahankan generasi menjadi kelangsungan keluarga.
- 4) Fungsi Ekonomi (*the economic function*) : Keluarga berfungsi untuk memenuhi kebutuhan keluarga secara ekonomi dan tempat untuk mengembangkan kemampuan individu meningkatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan keluarga.
- 5) Fungsi Perawatan atau pemeliharaan kesehatan (*the healty care function*): Fungsi untuk mempertahankan keadaan kesehatan anggota keluarga agar tetap memiliki produktivitas tinggi. Fungsi ini dikembangkan menjadi tugas keluarga di bidang kesehatan.

4. Konsep Teman

a. Peran Teman

Remaja memiliki kebutuhan yang kuat untuk disukai dan

diterima kawan sebaya atau kelompok. Sebagai akibatnya, mereka akan merasa senang apabila diterima sebaliknya akan merasa sangat tertekan dan cemas apabila dikeluarkan dan diremehkan oleh kawan-kawan sebayanya. Bagi remaja, pandangan kawan-kawan terhadap dirinya merupakan hal yang paling penting.

Menurut Santrock (2007) mengatakan bahwa peran terpenting dari teman sebaya adalah :

- 1) Sebagai sumber informasi mengenai dunia di luar keluarga.
- 2) Sumber kognitif, untuk pemecahan masalah dan perolehan pengetahuan.
- 3) Sumber emosional, untuk mengungkapkan ekspresi dan identitas diri.

Melalui interaksi dengan teman-teman sebaya, anak-anak dan remaja mempelajari modus relasi yang timbal-balik secara simetris. Bagi beberapa remaja, pengalaman ditolak atau diabaikan dapat membuat mereka merasa kesepian dan bersikap bermusuhan. Teman memberikan sebuah dunia tempat para remaja melakukan sosialisasi dalam suasana yang mereka ciptakan sendiri (Piaget dan Sullivan dalam Santrock, 2007).

b. Fungsi Pertemanan

Menurut Guttman dan Parker dalam Santrock (2003),

mengatakan bahwa ada enam fungsi pertemanan yaitu :

1) Berteman (*Companionship*)

Berteman akan memberikan kesempatan kepada seseorang untuk menjalankan fungsi sebagai teman bagi individu lain ketika sama-sama melakukan suatu aktivitas.

2) Stimulasi Kompetensi (*Stimulation Competition*)

Pada dasarnya, berteman akan memberi rangsangan seseorang untuk mengembangkan potensi dirinya karena memperoleh kesempatan dalam situasi sosial. Artinya melalui teman seseorang memperoleh informasi yang menarik, penting dan memicu potensi, bakat ataupun minat agar berkembang dengan baik.

3) Dukungan Fisik (*Physicial Support*)

Dengan kehadiran fisik seseorang atau beberapa teman, akan menumbuhkan perasaan berarti (berharga) bagi seseorang yang sedang menghadapi suatu masalah.

4) Dukungan Ego

Dengan berteman akan menyediakan perhatian dan dukungan ego bagi seseorang, apa yang dihadapi seseorang juga dirahasiakan, dipikirkan dan ditanggung oleh orang lain (temannya).

5) Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)

Berteman akan menyediakan kesempatan secara terbuka untuk mengungkapkan ekspresi, kompetensi, minat, bakat dan keahlian seseorang.

6) Intimasi/Afeksi (*Intimacy/Affection*)

Tanda berteman adalah adanya ketulusan, kehangatan, dan keakraban satu sama lain. Masing-masing individu tidak ada maksud ataupun niat untuk menyakiti orang lain karena mereka saling percaya, menghargai dan menghormati keberadaan orang lain.

c. Aspek-aspek Kualitas Pertemanan

Menurut Mappiare dalam Handayani (2006), aspek-aspek kualitas pertemanan adalah sebagai berikut :

1) Pengakuan dan Saling Menjaga

Yaitu remaja diakui teman, adanya perilaku saling menjaga, mendukung dan saling memberi perhatian.

2) terjadinya Konflik

Yaitu munculnya perbedaan atau perselisihan paham hal-hal yang membangkitkan kemarahan dan ketidakpercayaan.

a) Pertemanan dan Rekreasi

Yaitu menghabiskan waktu bersama-sama teman, baik

diluar maupun didalam lingkungan sekolah.

b) Membantu dan Memberi Petunjuk

Yaitu usaha seorang teman untuk membantu temannya yang lain dalam menyelesaikan tugas rutin yang menantang.

c) Berbagi Pengalaman dan Perasaan

Yaitu adanya saling keterbukaan akan perasaan pribadi, berbagi pengalaman diantara remaja dan temannya.

d) Pemecahan Konflik

Yaitu munculnya perdebatan atau perselisihan faham dan adanya jalan keluar pemecahan masalah secara baik dan efisien.

d. Karakteristik berteman

Adapun karakteristik dari berteman (Parlee dalam Siregar, 2010) adalah sebagai berikut :

- 1) Kesenangan, yaitu suka menghabiskan waktu dengan teman.
- 2) Penerimaan, yaitu menerima teman tanpa mencoba mengubah mereka.
- 3) Percaya, yaitu berasumsi bahwa teman akan berbuat sesuatu sesuai dengan kesenangan individu
- 4) Respek, yaitu berpikiran bahwa teman membuat keputusan yang baik

- 5) Saling membantu, yaitu menolong dan mendukung teman dan mereka juga melakukan hal yang demikian
- 6) Menceritakan rahasia, yaitu berbagi pengalaman dan masalah yang bersifat pribadi kepada teman
- 7) Pengertian, yaitu merasa bahwa teman mengenal dan mengerti dengan baik seperti apa adanya individu
- 8) Spontanitas, yaitu merasa bebas menjadi diri sendiri ketika berada di dekat teman

5. Konsep Iklan

a. Pengertian

Menurut Kriyantono (2008) pengertian iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media.

Menurut Kotler (2008). Periklanan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu. Tujuan periklanan (Kotler dan Armstrong 2008), dalam buku prinsip-prinsip pemasaran adalah tugas komunikasi spesifik yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu selama periode waktu tertentu, dan selanjutnya akan dijelaskan fungsi-fungsi dari periklanan.

b. Jenis Iklan

Menurut Tjiptono (2005) iklan dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai aspek, di antaranya dari aspek isi pesan, tujuan, dan pemilik iklan.

1) Dari aspek isi pesan

a) *Product advertising*, yaitu iklan yang berisi informasi produk (barang dan jasa) suatu perusahaan. Ada dua jenis iklan yang termasuk kategori ini, yaitu

(1) *Direct-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain sedemikian rupa untuk mendorong tanggapan segera dari khalayak atau pemirsa.

(2) *Indirect-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain untuk menumbuhkan permintaan dalam jangka panjang.

b) *Institutional advertising*, yaitu iklan yang didesain untuk memberi informasi tentang usaha bisnis pemilik iklan dan membangun *goodwill* serta *image* positif bagi organisasi.

Institutional advertising terbagi atas:

(1) *Patronage advertising*, yakni iklan yang menginformasikan usaha bisnis pemilik iklan.

(2) Iklan layanan masyarakat (*public service advertising*), yakni iklan yang menunjukkan bahwa pemilik iklan adalah

warga yang baik, karena memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

2) Dari aspek tujuan

- a) *Pioneering advertising (informative advertising)*, yaitu iklan yang berupaya menciptakan permintaan awal (*primary demand*).
- b) *Competitive advertising (persuasive advertising)*, yaitu iklan yang berupaya mengembangkan pilihan pada merk tertentu.
- c) *Reminder advertising*, yaitu iklan yang berupaya melekatkan nama atau merek produk tertentu di pandangan masyarakat.

3) Dari aspek pemilik iklan

Ada dua jenis iklan berdasarkan aspek pemilik iklan, yaitu :

- a) *Vertical cooperative advertising*, yaitu iklan bersama para anggota saluran distribusi, misalnya di antara para produsen, pedagang grosir, agen, dan pengecer.
- b) *Horizontal cooperative advertising*, yaitu iklan bersama dari beberapa perusahaan sejenis.

c. Tujuan Iklan

Menurut Kasali (2007), mengatakan bahwa tujuan iklan adalah :

- 1) Sebagai alat bagi komunikasi dan koordinasi.

Tujuan memberikan tuntunan bagi pihak-pihak yang terlibat,

yakni pengiklan (klien), *account executive* dari pihak biro, dan tim kreatif untuk saling berkomunikasi. Tujuan juga membantu koordinasi bagi setiap kelompok kerja, seperti suatu tim yang terdiri dari *copywriter*, spesialis radio, pembeli media, dan spesialis riset.

2) Memberikan kriteria dalam pengambilan keputusan.

Jika ada dua alternatif dalam kampanye iklan, salah satu daripadanya harus dipilih. Berbeda dengan keputusan yang dilakukan berdasarkan selera eksekutif (atau istrinya), mereka semua harus kembali pada tujuan dan memutuskan mana yang lebih cocok.

3) Sebagai alat evaluasi.

Tujuan juga digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap hasil suatu kampanye periklanan. Oleh karena itu timbul kebutuhan untuk mengaitkan beberapa ukuran seperti kesadaran merek dengan tujuan kampanye periklanan.

d. Sifat Iklan

Suatu iklan menurut Tjiptono (2005) mempunyai sifat – sifat sebagai berikut:

1) *Public Presentation*

Iklan memungkinkan setiap orang menerima pesan yang sama tentang produk yang diiklankan.

2) *Persuasiveness*

Pesan iklan yang sama dapat diulang-ulang untuk memantapkan penerimaan informasi.

3) *Amplified Expressiveness*

Iklan mampu mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui gambar dan suara untuk menggugah dan mempengaruhi perasaan masyarakat.

4) *Impersonality*

Iklan tidak bersifat memaksa masyarakat untuk memperhatikan dan menanggapi, karena merupakan komunikasi yang monolog (satu arah).

e. Peran Iklan

Melihat iklan di media masa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau *glamour* (kemewahan), membuat remaja sering kali terpicu untuk mengikuti perilaku seperti yang ada dalam iklan tersebut. Penelitian WHO, badan kesehatan PBB, juga menyebutkan bahwa iklan rokok secara tidak langsung mendorong para remaja untuk bereksperimen dengan tembakau dan mencoba merokok. WHO juga menyatakan sudah terbukti bahwa larangan menyeluruh terhadap iklan produk tembakau mengurangi konsumsi tembakau (Saktyowati, 2008).

B. Penelitian terkait

1. Penelitian dengan judul “Hubungan bentuk konformitas teman sebaya terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki usia pertengahan di SMA Negeri 97 Jakarta” penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2013) penelitian ini menggunakan metode *analitik kuantitatif* menggunakan pendekatan *cross sectional*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil uji diperoleh hasil tidak terdapat hubungan yang bermakna antara bentuk konformitas teman sebaya terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki usia pertengahan di SMA Negeri 97 Jakarta dengan $P=0,404$.
2. Penelitian dengan judul “Hubungan pola asuh keluarga dan lingkungan teman sebaya dengan perilaku merokok pada remaja usia 11-20 tahun di Desa Nambuhan Kecamatan Purwodadi kota Purwodadi Kabupaten Grobogan” penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2011) penelitian ini menggunakan metode *analitik* menggunakan pendekatan *cross sectional*. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan analisa data menggunakan *chi-square* dan *regresi logistik*. Hasil hitung korelasi pola asuh keluarga dengan perilaku merokok pada remaja adalah $X^2=10.270$ dengan taraf signifikan hitung ($Pvalue=0,001$). Korelasi lingkungan teman sebaya dengan perilaku merokok pada remaja adalah $X^2=18.580$ dengan taraf signifikan hitung ($Pvalue=0,000$). Sehingga dapat disimpulkan ada

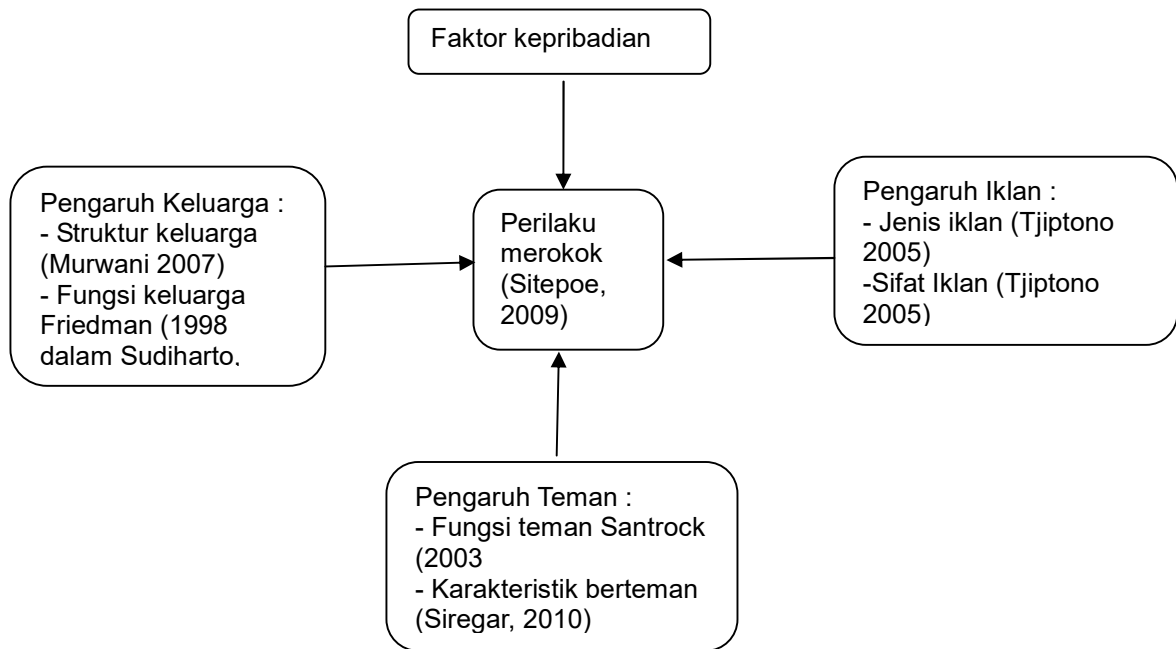
hubungan antara pola asuh keluarga dan lingkungan teman sebaya dengan perilaku merokok pada remaja usia 11-20 tahun di Desa Nambuhan Kecamatan Purwodadi kota Purwodadi Kabupaten Grobogan.

3. Penelitian dengan judul “Hubungan antara iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 4 Semarang” penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2011). penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dan analisa data menggunakan *chi-square*. Hasil analisis hubungan antara iklan terhadap sikap merokok pada siswa didapatkan nilai signifikan $P=0,002$. analisis antara iklan terhadap perilaku merokok pada siswa didapatkan nilai signifikan $P=0,311$. Sehingga dapat disimpulkan ada hubungan antara iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 4 Semarang.

C. Kerangka Teori Penelitian

Kerangka teori merupakan seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proporsi yang berguna untuk melihat fenomena secara sistematis melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna dalam menjelaskan dan meramalkan fenomena (Sugiyono, 2010).

Adapun kerangka teori yang akan diteliti yaitu :



Gambar 2.1 kerangka Teori

D. Kerangka Konsep penelitian

Kerangka konsep penelitian adalah suatu uraian dan visualisasi hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya, atau antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dari masalah yang ingin diteliti (Notoatmodjo, 2012). Sedangkan menurut Hidayat (2007) Kerangka konsep merupakan model konseptual yang berkaitan dengan bagaimana seorang peneliti menyusun teori atau menghubungkan secara logis beberapa faktor yang dianggap penting untuk masalah. Singkatnya, kerangka konsep saling ketergantungan antar variabel yang dianggap perlu untuk melengkapi dinamika situasi atau hal yang sedang atau akan diteliti. kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut :

Variabel independent

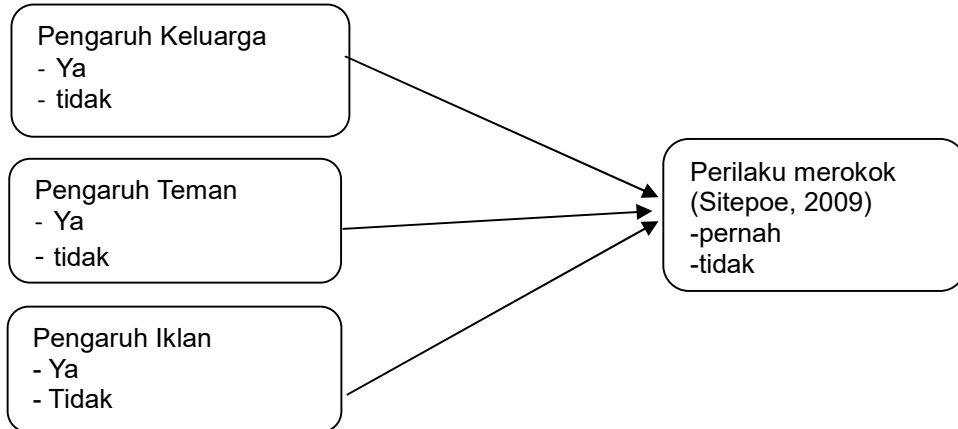
Pengaruh Keluarga
- Ya
- tidak

Pengaruh Teman
- Ya
- tidak

Pengaruh Iklan
- Ya
- Tidak

Variabel dependent

Perilaku merokok
(Sitepoe, 2009)
- pernah
- tidak



gambar 2.2 Kerangka Konsep

E. Hipotesis/pertanyaan penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris (Sumadi, 2010). Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Hipotesis Nol (Ho)

- a. Tidak ada hubungan antara pengaruh keluarga dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda
- b. Tidak ada hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda
- c. Tidak ada hubungan antara pengaruh iklan dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

- a. Ada hubungan antara pengaruh keluarga dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda.
- b. Ada hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda.
- c. Ada hubungan antara pengaruh iklan dengan perilaku merokok pada siswa laki-laki di SMP negeri 19 Samarinda.

BAB III

METODE PENELITIAN

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

SILAHKAN KUNJUNGI PERPUSTAKAAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

Jl. Ir. H. Juanda No. 15

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden didapat usia responden yang paling dominan adalah usia 12-15 tahun yaitu sebanyak 89 siswa (89.9%), dan usia >15 tahun yaitu sebanyak 10 siswa (10.1%)
2. Berdasarkan distribusi frekuensi adanya pengaruh yang diberikan keluarga terhadap siswa yang paling dominan adalah adanya pengaruh keluarga yaitu sebanyak 72 siswa (72.7) dan yang tidak ada pengaruh keluarga yaitu sebanyak 27 siswa (27.3%).
3. Berdasarkan distribusi frekuensi adanya pengaruh yang diberikan teman terhadap siswa yang paling dominan adalah adanya pengaruh teman yaitu sebanyak 52 siswa (52.5%) dan yang tidak ada pengaruh teman yaitu sebanyak 47 siswa (47.5%).
4. Berdasarkan distribusi frekuensi ketertarikan siswa terhadap iklan yang paling dominan adalah siswa yang tertarik terhadap iklan yaitu sebanyak 64 siswa (64.6%) dan yang tidak tertarik terhadap iklan yaitu sebanyak 27 siswa (27.3%).
5. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan uji *chi-square*

menunjukkan bahwa $P \text{ value} = 0,010 < \alpha = 0,05$, H_0 ditolak, berarti secara statistik ada hubungan antara pengaruh keluarga dengan perilaku merokok siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.

6. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan uji *chi-square* menunjukkan bahwa $P \text{ value} = 0,008 < \alpha = 0,05$, H_0 ditolak, berarti secara statistik ada hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.

7. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan uji *chi-square* menunjukkan bahwa $P \text{ value} = 0,002 < \alpha = 0,05$, H_0 ditolak, berarti secara statistik ada hubungan antara ketertarikan iklan dengan perilaku merokok siswa laki-laki di SMP Negeri 19 Samarinda.

B. Saran

Dalam penelitian ini ada beberapa saran-saran yang dapat disampaikan yang kiranya dapat bermanfaat dalam sebagai berikut:

1. Bagi SMP Negeri 19 Samarinda

Telah diketahui secara bersama bahwa merokok dapat memicu terjadinya berbagai masalah kesehatan, oleh karena itu diharapkan sekolah harus lebih memperhatikan dan memberikan himbauan kepada siswa untuk menjauhi rokok.

2. Bagi siswa

Diharapkan para siswa lebih aktif dan menyeluruh dalam mencari

informasi dari berbagai media yang ada, sehingga para siswa memiliki wawasan dan pemahaman yang tinggi tentang perilaku kesehatan agar terhindar dari resiko-resiko dampak dari perilaku merokok.

3. Bagi keluarga

Kepada seluruh keluarga untuk lebih meningkatkan pengawasannya terhadap anak karena peran keluarga sangat memberikan kontribusi yang besar terhadap perilaku seorang anak, apakah anak akan berperilaku merokok atau tidak sesungguhnya itu tergantung dari pendidikan keluarga yang diberikan kepada anak-anak di rumah.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel yang lain yang dianggap mampu menjadi pencetus seorang anak untuk berperilaku merokok dan juga menggunakan uji analisis yang berbeda misalnya saja menggunakan analisis multivariat agar lebih mengetahui faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi perilaku merokok.

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, R, D. (2011). *Hubungan Antara iklan rokok dengan sikap dan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 4 Semarang*; Skripsi

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineta Cipta

Aritonang, M.R. (1997). *Fenomena Wanita Merokok. Jurnal Psikologi Universitas Gadjah Mada*, Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada Press.

Arita, M. (2007). *Asuhan Keperawatan Keluarga Konsep Dan Aplikasi Kasus*. Jogyakarta : Mitra Cendikia Press

Astuti. K. (2007). *Mencari Prediktor Perilaku Merokok Pada Remaja Awal di kabupaten Bantul*.

Depkes RI. 2005. *Pendekatan Dan Penanganan Pada Remaja Beresiko Tinggi*. <http://www.dinkes-bwi.net/pkjm/html/modules.php?Op=modload&name=News&file+article&sid=1>. [diakses 01 Januari 2016]

Ginting, T. (2011). *Pengaruh iklan rokok di televisi terhadap perilaku merokok pada siswa SMP di SMP Swasta Dharma Bakti Medan tahun 2011*; Skripsi

Handayani,W. (2006). *Psikologi keluarga*. Jakarta: Pustaka Utama

Hartati, S, U, S. (2013). *Hubungan bentuk konformitas teman sebaya terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki usia pertengahan di SMA Negeri 97 Jakarta*; Skripsi

Hidayat, A. A. A (2009). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.

Hurlock, E, B. (2012). *Psilogi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga,

Kriyantono, R. *Public Relations Writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat*. Jakarta : Penerbit Prenada Media Group.

- Mappiare, A. (1982). *Psikologi remaja*. Surabaya : usaha nasional
- Monks. (2001). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University press
- Murwani, A. (2007). *Asuhan keperawatan keluarga konsep dan aplikasi kasus*. Jogjakarta: Mitra Cindikia press
- Mu'tadin, Z. (2009). *Remaja dan Rokok*. <http://herbal.stop.rokok.warpress.com/2009/02/04/remaja-dan-rokok..> Diperoleh pada tanggal 13 november 2015
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- _____. (2012). *Promosi kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka cipta
- Nursalam. (2008). *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu keperawatan*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Medika
- _____. (2013). *Konsep dan penerapan metodologi penelitian ilmu keperawatan:pendekatan praktis*.Edisi 3. Jakarta: Selemba Medika
- Permatasari, I. (2011). *Hubungan Pola Asuh Keluarga Dan Lingkungan Teman Sebaya Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Usia 11-20 Tahun Di Desa Nambunan Kecamatan Purwodadi Kota Purwodadi Kabupaten Grobogan*
- Rika. (2009). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kebiasaan merokok dan hubungannya dengan penyakit periondintal remaja di kota Medan tahun 2007*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Sumatera Utara Medan
- Riskesdas. (2013). *prevalensimerokok*.http://riskes.word_press.com/, diperoleh pada tanggal 25 desember 2015
- Saktyowati, D, O. (2008). *Bahaya Merokok*.Sukamaju Depok : Arya Dutan Ganda Soebrata, 2007.Penuntun Laboratorium Klinik.Jakarta: Dian Rakyat. Hans Tendra, 2003. Merokok Dan Kesehatan.Surabaya.
- Santrock, J. W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.

_____. (2007). *Psikologi Perkembangan*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Singgih D. G. (2008) *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta : PT. BPK Gunung Mulia.

Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara

Sitepoe, M. (2009). *Kekhususan Rokok Indonesia*. Jakarta : Grasindo.

Sudiharto. (2007). *Asuhan Keperawatan keluarga dengan pendekatan keperawatan transkultural* ; editor, Esty Whayuningsih – Jakarta : EGC

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.

Sukendro, S. 2007. *Filosofi Rokok, Sehat Tanpa Berhenti Merokok*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Sulisyawati, H dan Mulyati, R. (2008). *Hubungan Persepsi Terhadap Pola Asuh Permisif Orang Tua Dan tingkat Stress Dengan Intensitas Perilaku Merokok pada Wanita Perokok Aktif*. Naskah Publikasi

Sumadi, S. (2010). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

_____. (2013). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta

Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication.

Sukendro, S. (2007). *Filosofi Rokok*. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.

Tarwoto. (2010). *Kebutuhan dasar manusia dan proses keperawatan edisi empat*. Jakarta: Salemba Medika

Tjiptono, F. (2005). *Brand management & strategy*. Jogjakarta: penerbit Andi

Yunus, M. (2013). *Hubungan antara pengaruh orang tua dan teman dengan perilaku merokok mahasiswa program studi S1 kesehatan masyarakat di STIKES*

Muhammadiyah Samarinda tahun 2012. Samarinda. Skripsi: tidak diterbitkan.

Yusuf, S. (2002). Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja. Bandung: PT. Remaja Rosdakarva

KUESIONER PENELITIAN
HUBUNGAN ANTARA PENGARUH KELUARGA, TEMAN, DAN IKLAN
TERHADAP PERILAKU MEROKOK SISWA LAKI-LAKI DI SMP NEGERI 19
SAMARINDA

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan cermat dan teliti setiap pertanyaan dibawah ini
2. Harap mengisi seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner, pastikan tidak ada yang terlewatkan.
3. Harap mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya.

A. Identitas Responden

A.1. Nomor responden : (Diisi peneliti)

A.2. Umur :

A.3. Kelas :

B. Perilaku merokok responden

No	Pertanyaan	ya	tidak
B.1	Apakah anda pernah merokok ?		
B.2	Apakah sampai sekarang anda masih merokok ?		

C. Riwayat keluarga/orang tua

No	Pertanyaan	ya	tidak
C.1	Apakah orang tua anda merokok ?		
C.2	Apakah orang tua anda sering menyuruh anda untuk membelikan rokok ?		
C.3	Apakah orang tua anda selalu menyediakan rokok dirumah ?		
C.4	Apakah orang tua anda sering merokok dirumah ?		
C.5	Apakah orang tua anda sering memberikan uang jajan tambahan ?		
C.6	Apakah orang tua anda sering merokok didepan anda ?		
C.7	Apakah anda berfikir untuk merokok ketika ada masalah dirumah ?		
C.8	Apakah anda merasa tertarik rokok karena melihat keluarga atau orang tua merokok ?		

D. Riwayat teman

No	Pertanyaan	ya	tidak
D.1	Apakah teman anda ada yang merokok ?		
D.2	Apakah ketika anda berkumpul bersama teman-teman, anda membicarakan tentang rokok ?		
D.3	Apakah anda pernah mengajak teman anda untuk merokok?		
D.4	Apakah teman anda pernah mengajak anda merokok ?		
D.5	Apakah bila anda di ajak teman merokok anda langsung mau ?		
D.6	Apakah anda merasa dijauhi jika menolak ajakan teman anda untuk merokok ?		
D.7	Apakah ketika anda stres teman anda mempengaruhi anda untuk merokok ?		
D.8	Apakah merokok bersama teman bisa menjadi lambang pergaulan ?		
D.9	Apakah anda merasa teman anda yang mempengaruhi perilaku merokok anda saat ini ?		

E. Riwayat iklan

No	Pertanyaan	ya	tidak
E.1	Apakah ketika anda melihat media iklan rokok anda merasa tertarik ?		
E.2	Apakah anda pernah membeli rokok setelah melihat media iklan rokok ?		
E.3	Apakah ada tidak tertarik untuk menonton iklan rokok yang ada di televisi ?		
E.4	Apakah secara keseluruhan pesan iklan, dialog, penampilan visual, dan pengaturan dalam iklan rokok di televisi menarik menurut anda ?		
E.5	Apakah anda tidak tertarik dengan iklan rokok yang dipasang di pinggir jalan raya seperti poster ?		
E.6	Apakah anda tertarik dengan penampilan visual atau gambar dalam pesan iklan rokok ?		
E.7	Apakah anda tertarik melihat adegan pada iklan rokok yang ditayangkan di televisi ?		
E.8	Apakah anda merasa tertarik merokok karena melihat iklan rokok ?		

UJI NORMALITAS

Explore

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PENGARUHKELUARGA	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%
PENGARUHTEMAN	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%
PENGARUHIKLAN	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%

Descriptives				
			Statistic	Std. Error
PENGARUHKELUARGA A	Mean		4.66	.306
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4.05	
		Upper Bound	5.26	
	5% Trimmed Mean		4.73	
	Median		5.00	
	Variance		9.269	
	Std. Deviation		3.044	
	Minimum		0	
	Maximum		8	
	Range		8	
	Interquartile Range		7	
	Skewness		-.662	.243
	Kurtosis		-1.134	.481
PENGARUHTEMAN	Mean		2.68	.242

	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2.20	
		Upper Bound	3.16	
	5% Trimmed Mean		2.60	
	Median		4.00	
	Variance		5.813	
	Std. Deviation		2.411	
	Minimum		0	
	Maximum		8	
	Range		8	
	Interquartile Range		4	
	Skewness		.046	.243
	Kurtosis		-1.452	.481
	PENGARUHIKLAN	Mean		2.55
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	2.16	
		Upper Bound	2.93	
5% Trimmed Mean		2.48		
Median		3.00		
Variance		3.699		
Std. Deviation		1.923		
Minimum		0		
Maximum		7		
Range		7		
Interquartile Range		4		
Skewness		.048	.243	
Kurtosis		-.868	.481	

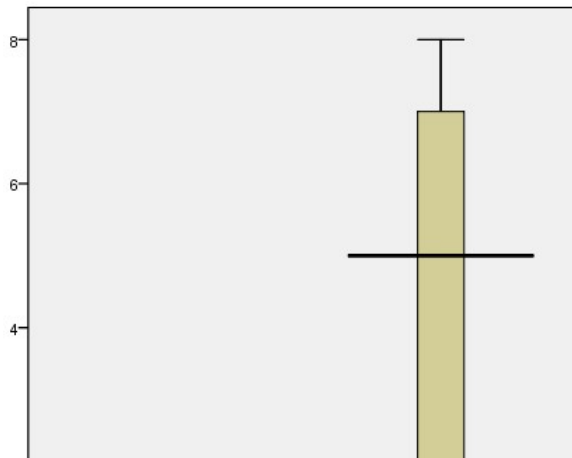
Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PENGARUHKELUARGA	.272	99	.000	.794	99	.000
PENGARUHTEMAN	.281	99	.000	.819	99	.000
PENGARUHIKLAN	.240	99	.000	.881	99	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

PENGARUHKELUARGA

Normal Q-Q Plot of PENGARUHKEL

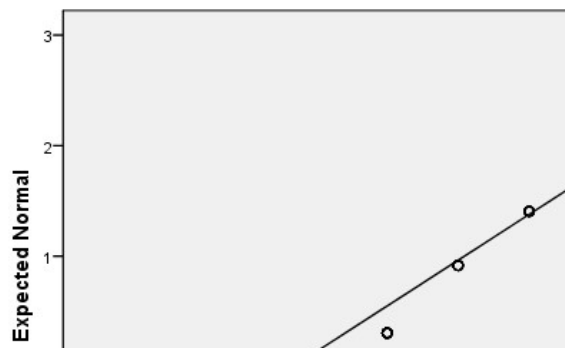


Detrended Normal Q-Q Plot of PENGARU

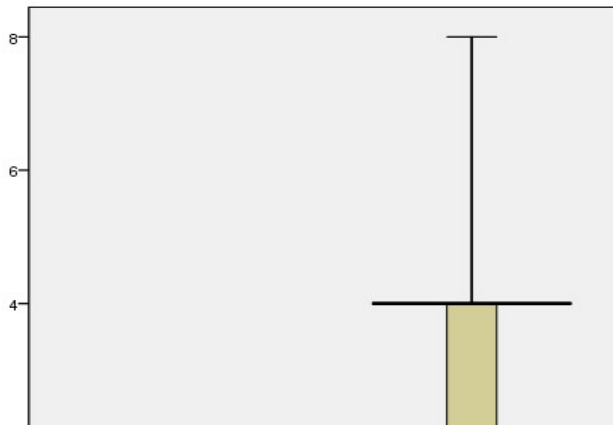
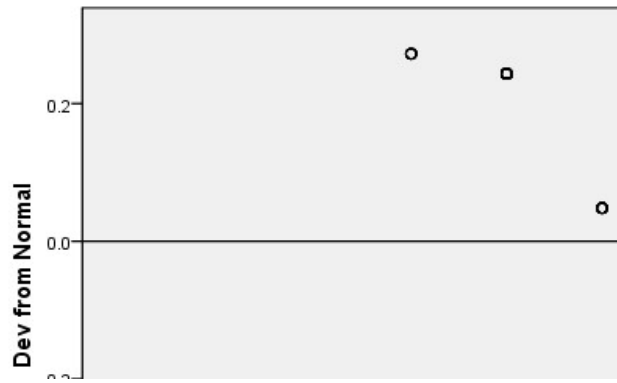


PENGARUHEMAN

Normal Q-Q Plot of PENGARUHTI

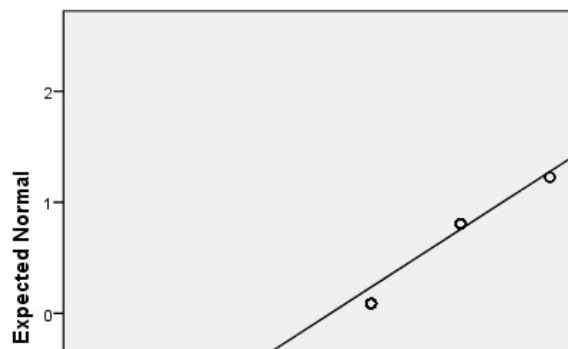


Detrended Normal Q-Q Plot of PENGAF

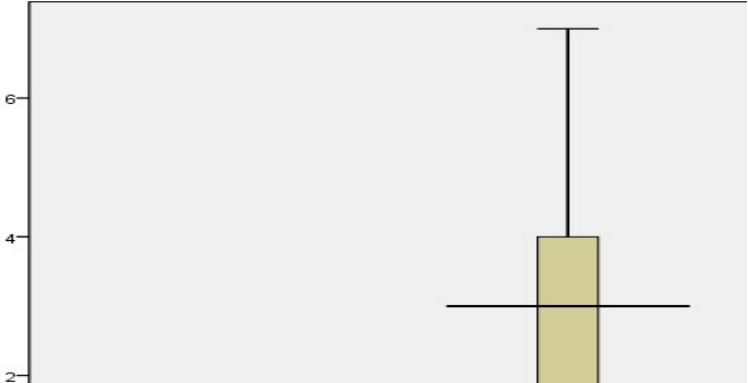
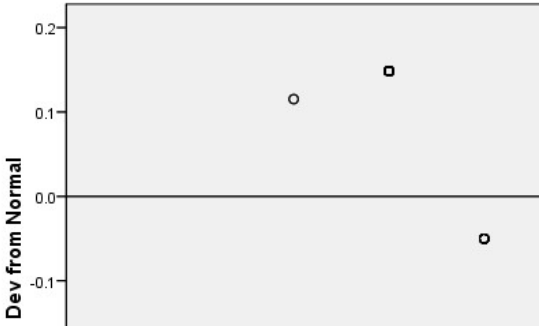


PENGARUH IKLAN

Normal Q-Q Plot of PENGARUH IKLAN



Detrended Normal Q-Q Plot of PENGAI



FREKUENSI

Statistics						
		PENGARUHKEL UARGA	PENGARUHTE MAN	PENGARUHIKL AN	PERILAKUMER OKOK	UMUR
N	Valid	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

PENGARUHKELUARGA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak ada pengaruh	27	27.3	27.3	27.3
	ada pengaruh	72	72.7	72.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

PENGARUHTEMAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak ada pengaruh	47	47.5	47.5	47.5
	ada pengaruh	52	52.5	52.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

PENGARUHIKLAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak tertarik	35	35.4	35.4	35.4
	tertarik	64	64.6	64.6	100.0

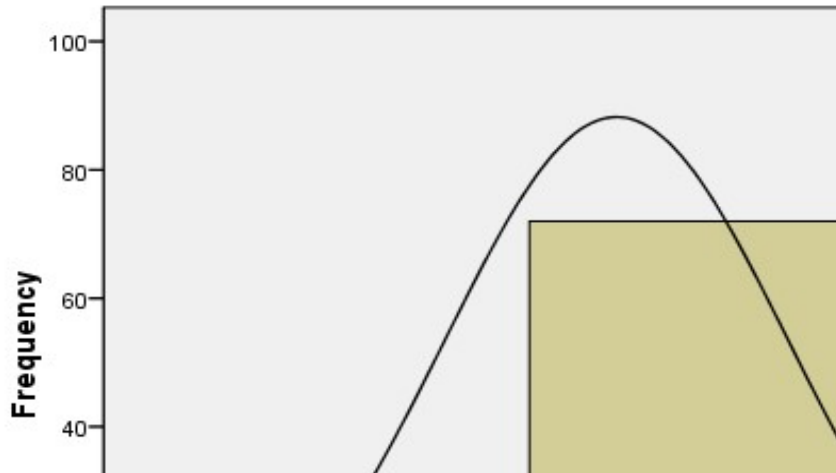
PENGARUHIKLAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak tertarik	35	35.4	35.4	35.4
	tertarik	64	64.6	64.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

PERILAKUMEROKOK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak merokok	40	40.4	40.4	40.4
	merokok	59	59.6	59.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

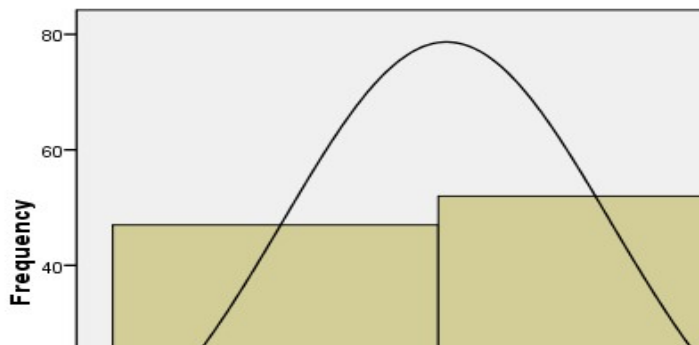
UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-15	89	89.9	89.9	89.9
	>15	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Histogram

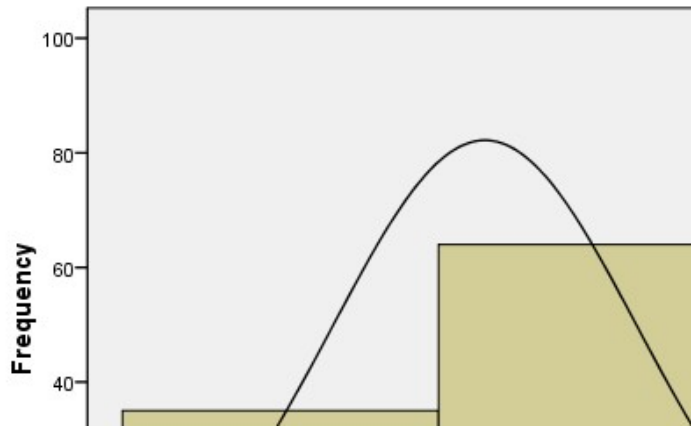
PENGARUHKELUARGA



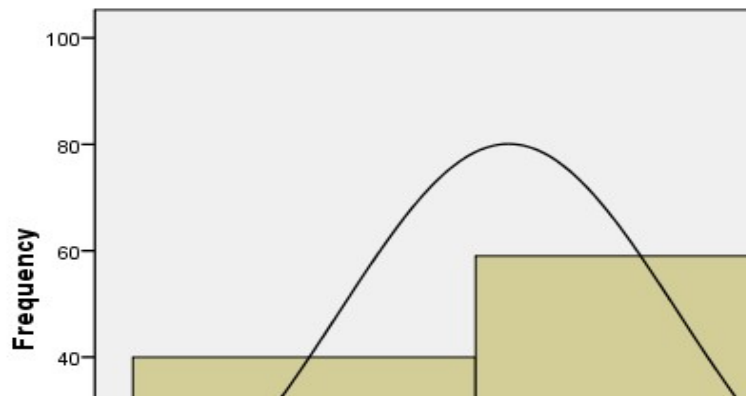
PENGARUHTEMAN



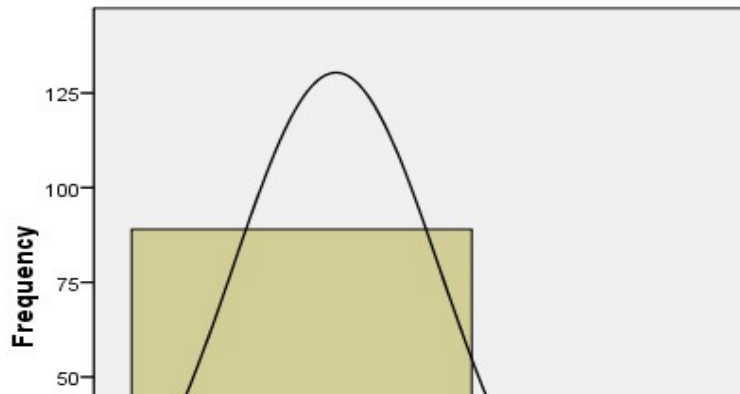
PENGARUHIKLAN



PERILAKUMEROKOK



UMUR



Crosstabs

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKUMEROKOK * PENGARUHKELUARGA	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%
PERILAKUMEROKOK * PENGARUHTEMAN	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%
PERILAKUMEROKOK * PENGARUHIKLAN	99	100.0%	0	.0%	99	100.0%

PERILAKUMEROKOK * PENGARUHKELUARGA

Crosstab					
			PENGARUHKELUARGA		Total
			tidak ada pengaruh	ada pengaruh	
PERILAKUMEROKOK	tidak merokok	Count	17	23	40
		% within PERILAKUMEROKOK	42.5%	57.5%	100.0%
		% within PENGARUHKELUAR GA	63.0%	31.9%	40.4%
		% of Total	17.2%	23.2%	40.4%
	merokok	Count	10	49	59
		% within PERILAKUMEROKOK	16.9%	83.1%	100.0%
		% within PENGARUHKELUAR GA	37.0%	68.1%	59.6%
		% of Total	10.1%	49.5%	59.6%
		Total	Count	27	72
	% within PERILAKUMEROKOK	27.3%	72.7%	100.0%	
% within PENGARUHKELUAR GA	100.0%	100.0%	100.0%		
% of Total	27.3%	72.7%	100.0%		

Chi-Square Tests ^d						
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	7.846 ^a	1	.005	.006	.005	
Continuity Correction ^b	6.611	1	.010			
Likelihood Ratio	7.771	1	.005	.011	.005	
Fisher's Exact Test				.006	.005	
Linear-by-Linear Association	7.767 ^c	1	.005	.006	.005	.004
N of Valid Cases	99					
a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.91.						
b. Computed only for a 2x2 table						
c. The standardized statistic is 2.787.						
d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.						

PERILAKUMEROKOK * PENGARUHTEMAN

Crosstab					
			PENGARUHTEMAN		Total
			tidak ada pengaruh	ada pengaruh	
PERILAKUMEROKOK	tidak merokok	Count	26	14	40
		% within PERILAKUMEROKOK	65.0%	35.0%	100.0%
		% within PENGARUHTEMAN	55.3%	26.9%	40.4%
		% of Total	26.3%	14.1%	40.4%
	merokok	Count	21	38	59

		% within PERILAKUMEROKOK	35.6%	64.4%	100.0%
		% within PENGARUHTEMAN	44.7%	73.1%	59.6%
		% of Total	21.2%	38.4%	59.6%
Total		Count	47	52	99
		% within PERILAKUMEROKOK	47.5%	52.5%	100.0%
		% within PENGARUHTEMAN	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	47.5%	52.5%	100.0%

Chi-Square Tests ^d						
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	8.267 ^a	1	.004	.005	.004	
Continuity Correction ^b	7.130	1	.008			
Likelihood Ratio	8.372	1	.004	.007	.004	
Fisher's Exact Test				.005	.004	
Linear-by-Linear Association	8.183 ^c	1	.004	.005	.004	.003
N of Valid Cases	99					
a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18.99.						
b. Computed only for a 2x2 table						
c. The standardized statistic is 2.861.						
d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.						

PERILAKU MEROKOK * PENGARUH IKLAN

Crosstab					
			PENGARUHIKLAN		Total
			tidak tertarik	tertarik	
PERILAKUMEROKOK	tidak merokok	Count	22	18	40
		% within PERILAKUMEROKOK	55.0%	45.0%	100.0%
		% within PENGARUHIKLAN	62.9%	28.1%	40.4%
		% of Total	22.2%	18.2%	40.4%
	merokok	Count	13	46	59
		% within PERILAKUMEROKOK	22.0%	78.0%	100.0%
		% within PENGARUHIKLAN	37.1%	71.9%	59.6%
		% of Total	13.1%	46.5%	59.6%
Total	Count	35	64	99	
	% within PERILAKUMEROKOK	35.4%	64.6%	100.0%	
	% within PENGARUHIKLAN	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	35.4%	64.6%	100.0%	

Chi-Square Tests ^d						
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	11.335 ^a	1	.001	.001	.001	
Continuity Correction ^b	9.939	1	.002			
Likelihood Ratio	11.345	1	.001	.001	.001	
Fisher's Exact Test				.001	.001	
Linear-by-Linear Association	11.221 ^c	1	.001	.001	.001	.001
N of Valid Cases	99					
a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.14.						
b. Computed only for a 2x2 table						
c. The standardized statistic is 3.350.						
d. For 2x2 crosstabulation, exact results are provided instead of Monte Carlo results.						

Risk Estimate			
	Value	95% Confidence Interval	
		Lower	Upper
Odds Ratio for PERILAKUMEROKOK (tidak merokok / merokok)	4.325	1.801	10.383
For cohort PENGARUHIKLAN = tidak tertarik	2.496	1.432	4.352
For cohort PENGARUHIKLAN = tertarik	.577	.399	.834

Risk Estimate			
	Value	95% Confidence Interval	
		Lower	Upper
Odds Ratio for PERILAKUMEROKOK (tidak merokok / merokok)	4.325	1.801	10.383
For cohort PENGARUHIKLAN = tidak tertarik	2.496	1.432	4.352
For cohort PENGARUHIKLAN = tertarik	.577	.399	.834
N of Valid Cases	99		

BIODATA PENELITI



A. Data Pribadi

Nama : Denni Winarsih
Tempat, tgl lahir : Gunung Intan, 23 Maret 1994
Alamat asal : Gunung Mulia rt 02 Kec. Babulu Darat Kab.
Penajam Paser Utara
Alamat di samarinda : Jl. Abdul Wahab Sjahrani Gg. H. Sabran II No. 59
E-mail : Dennistikesmuda@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- SD : SD N 004 Babulu
- SMP : SMP N 03 Penajam Paser Utara
- SLTA : SMA N 04 Penajam Paser Utara