

**EFEKTIFITAS MEDIA “STOP” (SADARI, TANGGAPI ORANG  
PEROKOK) TERHADAP PERSEPSI KONATIF (*PERSONAL  
BEHAVIORAL INTENTION*) ADOLESCENCE’S PASSIVE SMOKER**

**(Studi di SMA Ma’arif NU Benjeng Gresik)**

**HADIYATUL LILFITRIYANI**

**Ratna Dwi Wulandari,S.KM.,M kes**

**KKC KK FKM 61 /11 Lil e**

**ABSTRAK**

Fenomena merokok Indonesia sudah dalam kondisi terminal yang memiliki jumlah perokok aktif dewasa terbanyak yaitu sebesar 46,16%. Upaya proteksi terhadap perokok pasif nampaknya masih kurang diserukan. Salah satu usaha untuk mengatasi dengan menciptakan media sebagai *persuasion tools* terhadap *passive smoker* untuk menekankan pentingnya kesehatan mereka dengan mengingatkan perokok aktif yang ditemui. Media audio visual mempunyai kemampuan untuk meningkatkan persepsi (kognitif, afektif, dan konatif).

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektifitas media “STOP” (Sadari, Tanggapi Orang Perokok) terhadap persepsi konatif (*personal behavioral intention*) *adolescence’s passive smoker* menggunakan metode kuasi eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh siswa kelas X yang memenuhi kriteria inklusi yang berjumlah 56 siswa terdiri dari 28 siswa kelompok kontrol dan 28 siswa kelompok eksperimen. Untuk mengetahui efektifitas media yang digunakan, dilihat jumlah persentase siswa yang mengalami peningkatan persepsi konatif sebelum dan sesudah perlakuan dengan media STOP. Bila jumlah siswa yang mengalami kenaikan persepsi konatif mencapai 75% maka media STOP dikatakan efektif. Distribusi perubahan nilai pengetahuan dan persepsi konatif terlihat pada kelompok kontrol dengan uji *Friedman*  $p>0,05$  yang berarti tidak ada perbedaan pengetahuan dan persepsi konatif sebelum dan sesudah diberi perlakuan. Pada kelompok eksperimen setelah diuji menggunakan *Friedman* didapatkan nilai  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ), yang berarti terdapat perbedaan pengetahuan dan persepsi konatif sebelum dengan sesudah diberi perlakuan media STOP. Selain itu, dengan media STOP peningkatan pengetahuan maupun persepsi konatif siswa pada kelompok eksperimen meningkat mencapai 93%, sedangkan untuk kelompok kontrol penilaian pengetahuan hanya meningkat 29% dan penilaian persepsi konatif meningkat 25%. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah media

STOP tidak hanya terbukti efektif terhadap peningkatan pengetahuan saja, namun efektif pula terhadap peningkatan persepsi konatif siswa yang didapat dari penilaian persentase siswa yang meningkat pengetahuan maupun persepsinya melebihi 75%.

Kata kunci : Persepsi Konatif, Media STOP, Efektifitas



## ABSTRACT

The phenomenon of smoking in Indonesia has a terminal condition that has the largest number of adult active smokers is equal to 46.16%. Efforts to protect passive smokers still seems to be less called for. One attempt to resolve this case is by creating media as a persuasion's tool to passive smokers to emphasize the importance of saving their health by reminding active smokers were found considering the exposure of cigarettes smoke is danger for his health. Audio-visual media able to increase the perception of person (cognitive, affective, and conative). This research was conducted to analyze the effectiveness of the "STOP" (Sadari, Tanggapi Orang Perokok/ Aware, Response to Active Smokers) Media on conative perceptions (personal behavioral intention) of adolescence's passive smoker by using quasi experiments method with quantitative approach. The population was all students of class X (Ten) that meet the inclusion criteria, amounting to 56 students. Consist of 28 students of the control group and 28 students of the experimental group. To determine the effectiveness of media used, seen on the percentage of students who have increased their conative perceptions before and after treatment with the STOP media. If the number of students which increased their conative perception reached 75% then STOP media called effective. Results obtained in the control group by Friedman test  $p > 0,05$ ; which means there is no difference in knowledge and conative perceptions before and after a given treatment. In the experimental group after Friedman was tested has  $p \text{ value} = 0,000$  ( $p < 0,05$ ), which means that there are differences in knowledge and conative perceptions before and after the STOP media treated. In addition, by STOP media, the increasing of students's knowledge and conative perceptions in the experimental group increase to 93%, while for control group's knowledge and conative perceptions increase to 25% only. The conclusion that can be drawn is STOP Media not only proved to increase knowledge effectively, but also effective to increase student's conative perceptions gained from the assessment of the amount percentage of students who increase their knowledge and conative perceptions exceed 75%.

Keywords: Conative Perceptions , STOP Media, Effectiveness