

PENGARUH STIMULUS IKLAN ROKOK TERHADAP PERSEPSI ORGANISME DAN PERILAKU MEROKOK PADA PELAJAR USIA REMAJA AWAL DI KABUPATEN BANYUWANGI  
Anggraini, Okta

KKC KK FKM 33 09 Ang p  
Pembimbing : Muji Sulistyowati SKM M.Kes  
2009  
ADVERTISING; CONSUMER BEHAVIOR

## **ABSTRACT**

Smoking in children is a grave issue. Several studies have reported that smoking reasons for teenagers are influence of parents and peer group, personality factor and incessant cigarette advertisements. The study aims to describe the influence of cigarette commercial (advertisement) stimulus on the smoking perception and behavior of students aged 13-15 years old in Banyuwangi Regency.

This is a descriptive study using qualitative approach. In-depth interviews are directed towards 8 smoking students. Informant is selected by snow ball method, while respondent's characteristics, cigarette commercial stimulus, respondent smoking perception and behavior are the observed variables.

The result showed that students were triggered to smoke by cigarette commercials. Jargons of cigarette advertisement had enormously been motivating them. After watching cigarette commercials, students' perception was: smoking will increase self-confidence, will make them "macho", a tool for social relation/association and stress-reducer. In this study, cigarette advertisement was a motivating factor to select and try a particular cigarette brand, besides generating the desire to smoking.

Conclusion of this study reveals that cigarette commercial image can build positive perception on smoking and affect smoking behavior of young students.

Keywords: stimulus, cigarette advertisement, student, perception, smoking behavior

## ABSTRAK

Permasalahan merokok pada anak sudah memprihatinkan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa alasan merokok remaja karena pengaruh orang tua, teman sebaya, faktor kepribadian, iklan rokok. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pengaruh stimulus iklan rokok terhadap persepsi dan perilaku merokok pelajar usia 13-15 tahun di Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian dilakukan secara deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Wawancara mendalam dilakukan pada 8 pelajar yang merokok. Penentuan Informan dilakukan dengan cara *snow ball*. Variabel yang diteliti adalah karakteristik responden, stimulus iklan rokok, persepsi, dan perilaku merokok responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelajar umumnya terdorong untuk merokok melalui iklan rokok. Jargon pada iklan rokok dapat menjadi motivasi seseorang untuk merokok. Persepsi pelajar tentang merokok setelah melihat iklan rokok adalah merokok dapat meningkatkan kepercayaan diri, menjadi macho, alat pergaulan, dan dapat menghilangkan stress. Dalam penelitian ini, iklan rokok menjadi motivator untuk memilih dan mencoba merk rokok yang diiklankan serta menimbulkan keinginan untuk merokok.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah citra yang ditampilkan iklan rokok dapat membangun persepsi positif tentang merokok dan mempengaruhi perilaku merokok pada pelajar usia remaja.

Kata Kunci : stimulus, iklan rokok, pelajar, persepsi, perilaku merokok