

HUBUNGAN PAPARAN IKLAN ROKOK DENGAN SIKAP TERHADAP IKLAN ROKOK DAN PERILAKU  
MEROKOK MAHASISWA DI UNIVERSITAS X SEMARANG

PUTRI ANINDITA KUSWARAWARDHANI -- E2A009018

(2013 - Skripsi)

Gencarnya iklan rokok merupakan salah satu faktor pendukung perilaku merokok remaja. Dengan melihat iklan yang ada di televisi dan media massa, remaja mulai mengenal dan mencoba untuk merokok. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran karakteristik remaja dan menganalisis hubungan paparan iklan rokok dengan sikap terhadap iklan rokok dan perilaku merokok.

Pendekatan penelitian menggunakan desain cross sectional, dengan metode pengumpulan angket . Penelitian ini dilakukan terhadap 2203 mahasiswa kemudian sampel diambil dengan menggunakan metode accidental sampling, sehingga sampel berjumlah 96 mahasiswa. Analisis data menggunakan analisis deskriptif univariat dan bivariat dengan uji *Chi Square* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa 34,4% remaja terpengaruh iklan rokok secara positif dan 65,6% remaja terpengaruh iklan rokok secara negatif. Sikap remaja yang mendukung terhadap iklan rokok 36,5% dan 63,5% remaja bersikap tidak mendukung terhadap iklan rokok. Remaja yang merokok 21% sedangkan 78,1% remaja tidak merokok saat ini. Perokok aktif laki – laki sebesar 77,3% sedangkan perokok aktif pada perempuan sebesar 22,27%. Dari analisis bivariat menunjukkan ada hubungan antara paparan iklan rokok dengan sikap remaja terhadap iklan rokok ( $p=0,0001$ ) dan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok remaja ( $p=0,0001$ )

**Kata Kunci:** iklan rokok, remaja, mahasiswa, sikap, perilaku, merokok