



**Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dan Intensitas Komunikasi Peer Group  
dengan Minat Merokok Remaja Perempuan**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun :**

**Nama : Eleonora Lintang Hapsoro Putri**

**NIM : 14030113120046**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Eleonora Lintang Hapsoro Putri  
Nomer Induk Mahasiswa : 14030113120046  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah skripsi yang saya tulis berjudul :

### **Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Merokok Remaja Perempuan**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana).

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Agustus 2017

Eleonora Lintang H.P  
NIM 14030113120046

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dan Intesitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Merokok Remaja Perempuan

Penyusun : Eleonora Lintang Hapsoro Putri

NIM : 14030113120046

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 di Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP.**

Semarang, Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan 1

**Dr. Sunarto, M. Si**

**NIP. 195660727 199203 1 001**

**Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si**

**NIP. 19610510 198902 1 002**

### **Dosen Pembimbing :**

1. Djoko Setyabudi, S. Sos, M.M (.....)

### **Dosen Penguji :**

1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS (.....)

2. Dr. Dwi Purbaningrum, M. Si (.....)

3. Djoko Setyabudi, S. Sos, M.M (.....)

**MOTTO**

**Do What You Gotta Do**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

*Papa Djared dan Mama Gin, sebagai bentuk tanggung jawab bahwa Lora telah menyelesaikan kewajiban studi yang Papa dan Mama amanahkan. Untuk Adek Elsa dan Adek Tita agar Kakak bisa menjadi contoh dan tanda bahwa pendidikan yang Kakak selesaikan saat ini juga harus kalian capai nantinya.*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan Laporan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus atas semua kesempatan, berkat dan pelajaran-pelajaran yang telah diberikan pada Lora selama masa kuliah dan dalam pengerjaan skripsi.
2. Kepada kedua orang tua, Papa Djarod dan Mama Iin yang selalu memberikan dukungan dan semangat, terimakasih telah mengantar dan membekali Lora sampai di sini, semua yang Papa dan Mama berikan akan selalu Lora gunakan.
3. Kepada Dosen Pembimbing, Mas Jojo. Terimakasih karena telah mengarahkan dan mempermudah segala hal selama saya melaksanakan magang dan pembuatan skripsi.
4. Kepada Dosen Penguji, Bu Heri dan Bu Dwi, yang telah memberikan saran dan koreksi atas kelalaian penulis, terimakasih karena sudah memacu penulis hingga pengerjaan skripsi ini dapat selesai.
5. Kepada adikku, Elisabeth dan Lithani, yang tidak menyumbang apapun pada pengerjaan skripsi ini (haha), namun kehadiran kalian yang memacu Kakak untuk menjadi contoh dan tolok ukur yang baik untuk kalian.
6. Kepada eyang Madyo dan mendiang eyang Akoso, terimakasih karena telah mendoakan, percaya dan menaruh harapan besar kepada Lora sehingga Lora dapat melangkah sejauh ini.
7. Kepada seluruh saudaraku, terutama Novena dan Narraya, yang kehadirannya mendistraksi penulis selama mengerjakan skripsi namun memberikan hiburan yang luar biasa terhadap penulis.
8. Kepada Sahabat dan Bos Enthung Cania Kanza yang menjadi partner dan penyemangat yang luar biasa untuk penulis selama masa pengerjaan skripsi.
9. Kepada sahabat dan anggota Enthung lainnya yang terjalin selama masa perkuliahan, Alda Ardelia, Febriana Krisma, Meika Dinna, Ajeng Novita dan Dania Mentari yang selalu hadir di saat senang ataupun susah. Semoga persahabatan kita terjalin sampai selamanya.

10. Kepada teman-teman kelas 7, Embong, Akmal,, Septi, Tina, Alin, Nanda, Lia, Wirdha, Windi, Ipip dan semua teman teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih karena telah menjadi teman perjuangan dan teman kelompok yang sangat-sangat baik!
11. Kepada teman-teman, Laurensia dan Hega yang juga menjadi partner dalam pengerjaan skripsi, terimakasih karena telah memberikan dukungan selama ini.
12. Kepada kekasih, Delfano Charies Rieyan yang menemani penulis selama masa pengerjaan skripsi ini. Terimakasih karena sudah menjadi pendengar, pendamai, pendukung dan penghibur yang baik selama ini.
13. Kepada teman-teman Komunikasi angkatan 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih karena memberikan penghiburan yang luar biasa karena kekompakan dan solidaritasnya.
14. Kepada keluarga besar HMJ Komunikasi dan keluarga KKN yang telah memberikan warna dalam masa perkuliahan saya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam laporan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Akhir kata semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Semarang, Agustus 2017

Penulis

## ABSTRAK

### HUBUNGAN TERPAAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER GROUP DENGAN MINAT MEROKOK REMAJA PEREMPUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah perokok wanita terbanyak di dunia, dan kelompok wanita yang paling banyak merokok di Indonesia adalah kelompok remaja perempuan. Data menunjukkan bahwa yang paling banyak terkena terpaan iklan rokok di televisi adalah kalangan remaja. Dimana remaja belum cukup umur untuk merokok dan merokok lebih berbahaya bagi perempuan. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja perempuan usia 15-19 tahun dengan kriteria pernah melihat iklan rokok di televisi dan memiliki peer group yang di dalamnya terdapat anggota yang merokok. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 80 orang dengan teknik *accidental sampling*. Dalam uji hipotesis, penulis menggunakan analisis korelasi Kendall Tau-b.

Uji hipotesis pertama antara terpaan iklan rokok di televisi dengan minat merokok remaja perempuan, menunjukkan nilai yang sangat signifikan sebesar 0,007 ( $<0,01$ ) dan Uji hipotesis kedua antara intensitas komunikasi peer group dengan minat merokok remaja perempuan juga menunjukkan nilai yang sangat signifikan yaitu 0,000 ( $<0,01$ ). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa; 1) Terpaan iklan produk rokok di televisi memiliki hubungan positif dengan minat merokok remaja perempuan; 2) intensitas komunikasi peer group memiliki hubungan positif dengan minat merokok remaja perempuan. Penelitian ini menunjukkan bahwa iklan rokok dan intensitas komunikasi remaja dengan peer groupnya memiliki hubungan dengan timbulnya minat merokok, jadi semakin tinggi terpaan iklan rokok di televisi dan semakin tinggi intensitas komunikasi dengan peer groupnya, maka akan semakin tinggi pula minat merokoknya. Dengan hal ini, dapat disarankan agar para pengiklan rokok di televisi tidak menciptakan dan menayangkan iklan yang tidak tepat sasaran seperti remaja dn bagi pemerintah untuk memperketat aturan untuk produk rokok dalam beriklan serta para remaja disarankan untuk tidak mudah terpengaruh dan lebih bisa menyaring hal yang seharusnya tidak dilakukan.

Kata kunci: terpaan iklan, rokok, peer group, minat merokok, remaja



## **ABSTRACT**

### **THE CORRELATIONS OF CIGARETTE ADVERTISING EXPOSURE AND INTENSITY OF PEER GROUP COMMUNICATION WITH TEENAGE FEMALE SMOKE INTEREST**

This study is based on previous research data indicating high rates of increased teenage smokers compared to adult smokers. Most of them are young female, it makes Indonesia has the highest female smokers in the world.

The purpose of this study was to determine the correlation of cigarette's advertisement exposure on television and the intensity of peer group communication with teenage females' smoking interest. This research uses advertising exposure process theory and social learning theory. The population in this study were young females aged 15-19 years who had seen cigarette advertisements and had members who smoked actively in their peer group. The sample is 80 people with accidental sampling technique.

In the hypothesis test, author use Kendall Tau-b correlation analysis. The first hypothesis test between the exposure of advertisement to the interest of smoking showed a very significant value of 0.007 ( $<0.01$ ) and the second hypothesis test between the peer group communication intensity to the interest of smoking also showed a very significant value that is 0.000 ( $<0.01$ ).

Based on the result, it can be concluded that; 1) advertising exposure of cigarette on television is related to the smoking interest of teenage females; 2) the intensity of peer group communication related to the smoking interest of teenage females. This study shows that cigarette advertisements and teenage's interactions with their peer group have a relationship with their smoking interest, so it is suggested that government tighten rules about cigarette's advertisement and for the young girls to be selective in associating.

Key words: advertising exposure, cigarette, smoke interest, teenager

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Signifikansi Penelitian.....	11
1.4.1    Signifikansi Akademis.....	11
1.4.2    Signifikansi Praktis.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1    Paradigma Penelitian.....	11
1.5.2    State of The Art.....	12
1.5.3    Terpaan Iklan Rokok di Televisi.....	14
1.5.4    Intensitas Komunikasi Peer Group.....	16
1.5.5    Minat Remaja Perempuan untuk Merokok.....	18
1.5.6    Hubungan Terpaan Iklan Rokok pada Minat Merokok Remaja Perempuan.....	18
1.5.7    Hubungan Intensitas Komunikasi dengan Peer Group pada Minat Merokok Remaja Perempuan.....	20
1.6 Hipotesis Penelitian.....	22
1.7 Definisi Konseptual dan Operasional.....	22
1.7.1    Definisi Konseptual .....	22
Terpaan Iklan Rokok di Televisi.....	22
Intensitas Komunikasi Peer Group.....	22
Minat Merokok Remaja Perempuan.....	23
1.7.2    Definisi Operasional.....	23

Terpaan Iklan Rokok di Televisi.....	23
Intensitas Komunikasi Peer Group.....	23
Minat Merokok Remaja Perempuan.....	24
1.8 Metodologi Penelitian.....	24
1.8.1 Tipe Penelitian.....	24
1.8.2 Populasi.....	24
1.8.3 Teknik Sampling.....	25
1.8.4 Jumlah Sampel.....	25
1.8.5 Sumber Data.....	26
1.8.6 Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.8.7 Analisis Data.....	27
1.8.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28

## **BAB II IKLAN ROKOK DI TELEVISI INDONESIA**

2.1 Gambaran Umum .....	29
2.2 Peraturan Pemerintah Mengenai Rokok .....	31
2.3 Latar Belakang Rokok Menjadi Budaya di Indonesia.....	36
2.4 Perokok Perempuan di Indonesia .....	40

## **BAB III HUBUNGAN TERPAAN IKLAN ROKOK DI TELEVISI DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER GROUP DENGAN MINAT MEROKOK REMAJA PEREMPUAN**

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.1.1 Uji Validitas.....	42
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.2 Identitas Responden .....	47
3.2.1 Usia Responden.....	47
3.3 Terpaan Iklan Rokok di Televisi.....	48
3.3.1 Kemampuan mengenali tagline produk rokok .....	48
3.3.2 Kemampuan mengenali logo produk rokok .....	49
3.3.3 Kemampuan mengingat jenis iklan rokok .....	50
3.3.4 Mengenali tema/ gaya/ citra merek iklan produk rokok.....	51
3.3.5 Kemampuan menyebutkan merk rokok di Indonesia.....	52
3.4 Intensitas komunikasi dengan peer group .....	53
3.4.1 Frekuensi tatap muka dengan peer group .....	53

3.4.2	Durasi berkomunikasi .....	55
3.4.3	Memberi pandangan atau penilaian tentang perokok .....	56
3.4.4	Tingkat keseringan mengajak atau diajak merokok .....	59
3.5	Minat Merokok Remaja Perempuan .....	60
3.5.1	Memiliki rencana merokok .....	60
3.5.2	Membuktikan rasa dari merokok .....	61
3.5.3	Keterlibatan dalam hal merokok .....	62

## **BAB IV PEMBAHASAN**

4.1	Uji Hipotesis.....	66
4.1.1	Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dengan Minat Merokok Remaja Perempuan .....	67
4.1.2	Hubungan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Merokok Remaja Perempuan .....	69
4.2	Pembahasan.....	71
4.2.1	Hubungan Terpaan Iklan Rokok di Televisi dengan Minat Merokok Remaja Perempuan .....	71
4.2.2	Hubungan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Merokok Remaja Perempuan .....	72

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
	DAFTAR PUSTAKA .....	76
	LAMPIRAN .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	32
Gambar 2.2.....	32
Gambar 2.3.....	34
Gambar 2.4.....	35
Gambar 3.1.....	47
Gambar 3.2.....	49
Gambar 3.3.....	50
Gambar 3.4.....	51
Gambar 3.5.....	52
Gambar 3.6.....	53
Gambar 3.7.....	54
Gambar 3.8.....	55
Gambar 3.9.....	56
Gambar 3.10.....	57
Gambar 3.11.....	58
Gambar 3.12.....	59
Gambar 3.13.....	60
Gambar 3.14.....	61
Gambar 3.15.....	62
Gambar 3.16.....	63
Gambar 3.17.....	64
Gambar 3.18.....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	6
Tabel 3.1.....	43
Tabel 3.2.....	44
Tabel 3.3.....	45
Tabel 3.4.....	46
Tabel 4.1.....	68
Tabel 4.2.....	70