



**Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Azalia Imani Bastonus**

**NIM : 14030113120015**

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

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azalia Imani Bastonus

NIM : 14030113120015

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

### **Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki**

Adalah benar- benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Desember 2017

Pembuat Pernyataan,

Azalia Imani Bastonus

NIM 14030113120015

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi : Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki**

**Nama Penyusun : Azalia Imani Bastonus**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1**

Semarang, Agustus 2017

Dekan

Pembantu Dekan Bidang Akademis

Dr. Sunarto, M.Si

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

NIP 196607271992031001

NIP 196105101989021002

### **Dosen Pembimbing :**

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

### **Dosen Penguji**

1. Dr Adi Nugroho (.....)
2. Djoko Setyabudi , S, Sos, M. Si (.....)
3. Dr. Sri Widowati Herieningsih, MS (.....)

## HALAMAN MOTTO

*“Tak selamanya langit itu kelam suatu  
saat kan cerah juga Hiduplah dengan  
sejuta harapan Habis gelap akan terbit  
terang”*

**-Rhoma Irama-**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, dengan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih telah memberikan masukan, dan saran selama penulis menjadi mahasiswa di Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP.
3. DR. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA. Selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Terima kasih atas segala fasilitas dan bantuan yang diberikan selama penulis mengerjakan skripsi.
4. Dr. Adi Nugroho, dan Djoko Setyabudi. S, Sos, M. Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan bagi penulis.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro yang telah memberi banyak ilmu dan bimbingan kepada penulis selama masa studi.
6. Kedua orang tua saya, Ibu Hanny dan Ayah Baston yang selalu sabar menunggu anaknya yang satu ini untuk lulus, makasih banyak ibu dan ayah, maafin Aca kalau selalu ngerepotin ibu dan ayah.
7. Engang Gengges, terima kasih Rizky Amalia, Safira Maharani, Kinasih Dwi Cessia, Auriga Agustina, dan Putri Maulia. Serta Ghultom's, Listia Aulia, Nur Hayati, Rhenita Christiani dan Vashni Euodia. Terimakasih selalu menjadi penyemangat di dalam hidup aca, dan selalu baik sama aca, sayang kalian banget!!!

8. Terimakasih untuk ade dan kaka yang selalu membantu aca dan menyemangati aca dikala sedih, dan selalu menjadi bantuan finansial kalau aca di akhir bulan.

Semarang, Desember 2017

Azalia Imani Bastonus

## ABSTRAKSI

**Judul : Hubungan antara terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki- laki**

Perilaku merokok pada remaja semakin meningkat dari tahun ke tahun. Data menunjukkan bahwa usia merokok semakin muda. Begitu masifnya iklan rokok di televisi menjadi salah satu pemicu dalam mempengaruhi perilaku merokok remaja. Standar maskulinitas di Indonesia yang bersifat kontekstual juga menjadi salah satu penyebab tingginya perilaku merokok remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas dengan perilaku merokok remaja. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Advertising Exposure* dan teori Konsep diri. Populasi penelitian adalah remaja laki- laki dengan kategori umur 12-18 tahun yang terkena terpaan iklan rokok di televisi. Sampel penelitian yang diambil yaitu sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental* sampling.

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan menggunakan analisis Kendall Tau-b, menunjukkan hasil bahwa: Pertama, terdapat hubungan antara terpaan iklan rokok dengan perilaku merokok remaja dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,798. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan yang kuat dengan arah hubungan yang positif. Semakin tinggi terpaan iklan, maka semakin tinggi perilaku merokok remaja, begitu pula sebaliknya. Kedua, terdapat hubungan yang positif antara persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki- laki, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi sebesar 0,824. Keeratan hubungan yang diperoleh kuat dan arah hubungan bersifat positif. Hal ini berarti, semakin positif persepsi maskulinitas pada perokok maka semakin tinggi perilaku merokok remaja laki- laki, begitu pula sebaliknya. Saran yang diberikan yaitu pada pemerintah, agar mengkaji ulang regulasi penayangan iklan rokok di televisi dengan cara membatasi frekuensi penayangan iklan rokok setiap harinya, untuk mengurangi prevalensi merokok di kalangan remaja.

**Kata kunci : Terpaan Iklan, persepsi maskulinitas, perilaku merokok**

## ABSTRACT

**Judul : The Correlation Between Cigarette Advertising Exposure and Perception of Masculinity at Smoker with Smoking Behavior on Teenage Boys.**

Smoking behavior in teenager increasing each year. The data shows that the age of smoking behavior is getting younger. The massive cigarette advertisement on television become one of the triggers in influencing smoking behavior on teenager. Standards of masculinity in Indonesia that are contextual also become one of the causes high smoking behavior. This research aims to determine the relation between cigarette advertising exposure and perceptions of masculinity with smoking behavior on teenage boys. The theory that used in this research are, Advertising Exposure theory and Self-concept theory. Population for this research are teenage boys with smoking behavior in category 12-18 years old who have been exposed by cigarette advertising exposure. Whereas the sample for this research is taken from 100 respondents by using accidental sampling technique.

Hypothesis analysis which is conducted by using Kendall Tau-b correlation analysis shows that : First, there's a correlation between cigarette advertising exposure with smoking behavior on teenage boys showed by significant value of 0,000 and correlation coefficient value of 0,798. This presents a strong relation with positive value for relation direction. This tells that bigger increase of advertising exposure will cause bigger increase of smoking behavior on teenager. Second, there's a positive correlation between perception of masculinity at smokers with smoking behavior in teenage boys showed by significant value of 0,000 and correlation coefficient value of 0,824. This presents a strong relation with positive value for relation direction. This tells that the bigger increase the perception of masculinity at smoker will cause bigger increase of smoking behavior on teenager. The advice gave to the advertisers, better not showing the cigarette advertisement that represent young generation in each advertisement that suitable with Broadcasting rules. So that, not start the interest with the wrong target.

**Keywords : advertising exposure, perception of masculinity, smoking behavior.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, berkah, dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki” sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas dengan perilaku merokok remaja laki- laki. Munculnya ide penelitian ini berawal ketika penulis membaca berita di koran tentang meningkatnya jumlah perokok pada remaja yang diakibatkan dari paparan iklan rokok di televisi. Beberapa hasil penelitian menunjukkan, pembatasan jam tayang iklan rokok di televisi tidak efektif. Sehingga, menjadi relevan bagi penulis untuk mengetahui bagaiman perilaku merokok di kalangan remaja laki- laki.

Skripsi ini terdiri atas empat bab. Bab pertama berisikan masalah yang melatarbelakangi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, teori- teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran penelitian yaitu Teori *Advertising Exposure* dan Teori Konsep Diri. Bab kedua menguraikan temuan penelitian tentang terpaan iklan rokok, persepsi maskulinitas pada perokok dan perilaku merokok remaja laki- laki. Bab ketiga membahas hubungan antara terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki- laki. Bab keempat menyajikan kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sepenuhnya sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kemajuan penulis di masa mendatang.

Semarang, Desember 2017

Penulis,

Azalia Imani Bastonus

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

## BAB I PENDAHULUAN

<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Signifikansi Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4.1 Akademis .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4.2 Praktis .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.3 Sosial .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Kerangka Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.1 State of The Art.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.2 Terpaan Iklan Rokok .....</b>	<b>12</b>

<b>1.5.3 Persepsi Maskulinitas pada Perokok</b> .....	<b><u>13</u></b>
<b>1.5.4 Perilaku Merokok pada Remaja</b> .....	<b><u>14</u></b>
<b>1.5.5 Hubungan Terpaan Iklan Rokok dengan Perilaku merokok Remaja</b> .....	<b><u>16</u></b>
<b>1.5.6 Hubungan Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja</b> .....	<b><u>18</u></b>
<b>1.6 Hipotesis</b> .....	<b><u>21</u></b>
<b>1.7 Definisi Konseptual</b> .....	<b><u>21</u></b>
<b>1.8 Definisi Operasional</b> .....	<b><u>22</u></b>
<b>1.9 Metode Penelitian</b> .....	<b><u>23</u></b>
<b>1.9.1 Tipe Penelitian</b> .....	<b><u>23</u></b>
<b>1.9.2 Populasi dan Sampel</b> .....	<b><u>23</u></b>
<b>1.9.3 Teknik Sampling</b> .....	<b><u>24</u></b>
<b>1.9.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	<b><u>25</u></b>
<b>1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b><u>25</u></b>
<b>1.9.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas</b> .....	<b><u>26</u></b>
<b>1.9.7 Analisis Data</b> .....	<b><u>27</u></b>

## **BAB II TERPAAN IKLAN ROKOK, PERSEPSI MASKULINITAS PADA PEROKOK DAN PERILAKU MEROKOK REMAJA LAKI- LAKI**

<b>2.1 Uji Validitas</b> .....	<b><u>28</u></b>
<b>2.2 Uji Reliabilitas</b> .....	<b><u>35</u></b>
<b>2.3 Identitas Responden</b> .....	<b><u>37</u></b>
<b>2.3.1 Usia Responden</b> .....	<b><u>37</u></b>
<b>2.3.2 Pendidikan</b> .....	<b><u>38</u></b>

<b>2.4 Terpaan Iklan Rokok .....</b>	<b><u>39</u></b>
<b>2.4.1 Kemampuan Responden Menjelaskan Isi Iklan .....</b>	<b><u>39</u></b>
<b>2.4.2 Kemampuan Responden Menyebutkan Tagline Iklan Rokok .....</b>	<b><u>40</u></b>
<b>2.4.3 Kemampuan Responden Menyebutkan Endorser Iklan Rokok .....</b>	<b><u>41</u></b>
<b>2.4.4 Kemampuan Responden Menyebutkan Merek Rokok .....</b>	<b><u>43</u></b>
<b>2.4.5 Terpaan Iklan Rokok di Televisi .....</b>	<b><u>44</u></b>
<b>2.5 Persepsi Maskulinitas pada Perokok .....</b>	<b><u>45</u></b>
<b>2.5.1 Pria yang merokok memiliki Postur Tubuh yang Gagah .....</b>	<b><u>46</u></b>
<b>2.5.2 Pria yang merokok memiliki sifat Pemberani.....</b>	<b><u>47</u></b>
<b>2.5.3 Pria yang merokok memiliki sifat Kompetitif.....</b>	<b><u>48</u></b>
<b>2.5.4 Pria yang merokok berjiwa Petualang .....</b>	<b><u>49</u></b>
<b>2.5.5 Pria yang merokok merupakan sosok pria yang Kuat.....</b>	<b><u>50</u></b>
<b>2.5.6 Pria yang merokok cenderung bersifat lebih Dominan .....</b>	<b><u>51</u></b>
<b>2.5.7 Persepsi Maskulinitas pada Perokok .....</b>	<b><u>52</u></b>
<b>2.6 Perilaku Merokok remaja Laki- Laki.....</b>	<b><u>53</u></b>
<b>2.6.1 Rokok yang dihisap responden dalam sehari.....</b>	<b><u>54</u></b>
<b>2.6.2 Rokok yang dihisap responden dalam kurun waktu satu tahun.....</b>	<b><u>55</u></b>
<b>2.6.3 Berapa lama responden sudah merokok .....</b>	<b><u>56</u></b>
<b>2.6.4 Perilaku merokok remaja laki-laki .....</b>	<b><u>57</u></b>

**BAB III HUBUNGAN ANTARA TERPAAN IKLAN ROKOK DAN  
PERSEPSI MASKULINITAS PADA PEROKOK DENGAN PERILAKU  
MEROKOK REMAJA LAKI- LAKI**

<b>3.1 Uji Hipotesis .....</b>	<b><u>59</u></b>
<b>3.2 Pembahasan.....</b>	<b><u>63</u></b>
<b>3.2.1 Analisis Korelasi antara Terpaan iklan rokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki- laki.....</b>	<b><u>63</u></b>
<b>3.2.2 Analisis Korelasi antara Persepsi Maskulinitas pada Perokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki- laki.....</b>	<b><u>65</u></b>

**BAB IV PENUTUP**

<b>4.1 Kesimpulan.....</b>	<b><u>68</u></b>
<b>4.2 Saran .....</b>	<b><u>68</u></b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 .....	<u>29</u>
Tabel 2.2 .....	<u>31</u>
Tabel 2.3 .....	<u>32</u>
Tabel 2.4 .....	33
Tabel 2.5 .....	<u>34</u>
Tabel 2.6 .....	35
Tabel 2.7 .....	<u>36</u>
Tabel 3.1 .....	<u>61</u>
Tabel 3.2 .....	<u>62</u>

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 .....	<u>37</u>
Diagram 2.2 .....	<u>38</u>
Diagram 2.3 .....	<u>40</u>
Diagram 2.4 .....	<u>41</u>
Diagram 2.5 .....	<u>42</u>
Diagram 2.6 .....	<u>43</u>
Diagram 2.7 .....	<u>45</u>
Diagram 2.8 .....	<u>46</u>
Diagram 2.9 .....	<u>47</u>
Diagram 2.10 .....	<u>48</u>
Diagram 2.11 .....	<u>49</u>
Diagram 2.12 .....	<u>50</u>
Diagram 2.13 .....	<u>51</u>
Diagram 2.14 .....	<u>53</u>
Diagram 2.15 .....	<u>54</u>
Diagram 2.16 .....	<u>55</u>
Diagram 2.17 .....	<u>56</u>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Matriks Penelitian

Kuesioner

Uji Validitas

Uji Reliabilitas

Uji Korelasi

Tabel Induk





