

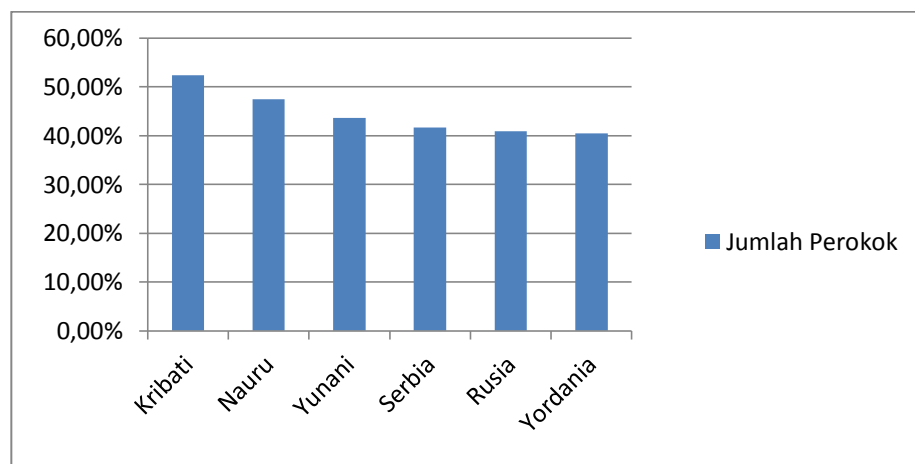
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rokok merupakan hasil dari olahan tembakau yang dibungkus dalam bentuk cerutu maupun bentuk lain yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana glauca* yang mengandung nikotin (Lestari, 2018:95). Rokok sangat berbahaya bagi kesehatan karena dapat mengakibatkan penyakit kanker mulut, jantung, paru-paru obstruktif kronis, hingga kelainan kehamilan dan janin (Kemenkes, 2012: 40).

Berdasarkan laporan dari *World Health Organization* tahun 2020, rokok telah menjadi penyebab dari 8 juta kasus kematian per tahun di dunia. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat dunia yang mengonsumsi rokok, khususnya masyarakat di kawasan Asia. Hal ini terlihat dari persentase perokok di negara Kiribati yang menjadi negara dengan persentase perokok tertinggi di dunia, yakni sebesar 52,4 persen. Kemudian adapun negara lain yang juga menjadi negara dengan jumlah perokok tinggi, yakni Nauru dengan persentase sebesar 47,5 persen, dan Yunani dengan persentase sebesar 43,65 persen (economy.okezone.com, 2020).

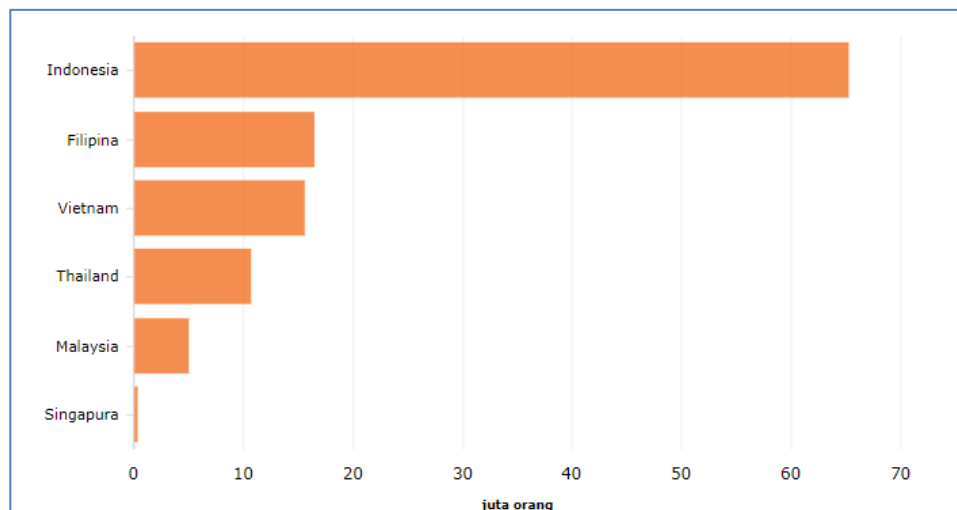


Gambar.1.1. Diagram Peringkat Perokok di Dunia Tahun 2020 (Sumber: economy.okezone.com)

Di Indonesia, rokok juga menjadi salah satu penyumbang kasus kematian tertinggi. Hal ini dibuktikan dengan jumlah orang yang meninggal akibat rokok dan penyakit lain terkait dengan penggunaan tembakau per tahun

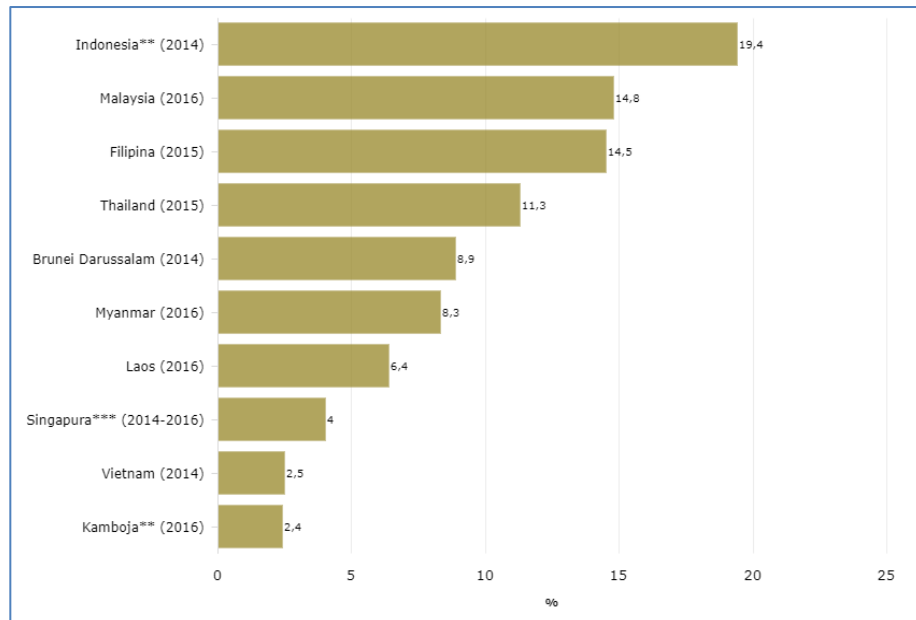
yang menjapai sebanyak 225.700 orang (Amani, 2020). Meski demikian, menurut hasil riset Kesehatan Dasar pada tahun 2018, tercatat sebanyak 2,1 persen anak usia 10-14 tahun sudah mengkonsumsi rokok dan 2 persen diantaranya merupakan mantan perokok. Selain itu, dilihat dari prevalensi merokok, jumlah keseluruhan penduduk merokok dengan usia 10-18 tahun mencapai 9,1 persen (kemenpppa.go.id, 2020).

Pada tahun berikutnya, Indonesia menjadi negara dengan jumlah perokok terbanyak di ASEAN. Hal ini didasarkan pada Laporan dari *Southeast Asia Tobacco Control Alliance* (SEATCA) tahun 2019 yang dikutip dari Widowati yang berjudul “*The Tobacco Control Atlas, Asean Region*” dimana sebanyak 65,19 juta (34%) masyarakat Indonesia mengkonsumsi rokok. Pada tahun tersebut, Indonesia menduduki peringkat pertama, mengalahkan negara Filipina dengan jumlah perokok sebanyak 16,4 juta orang (16,5%) dan Vietnam sebanyak 15,6 juta orang (15,97%) (Widowati, 2019).



Gambar.1.2. Diagram Peringkat Perokok di Asean Tahun 2019 (Sumber: Databoks.Katadata)

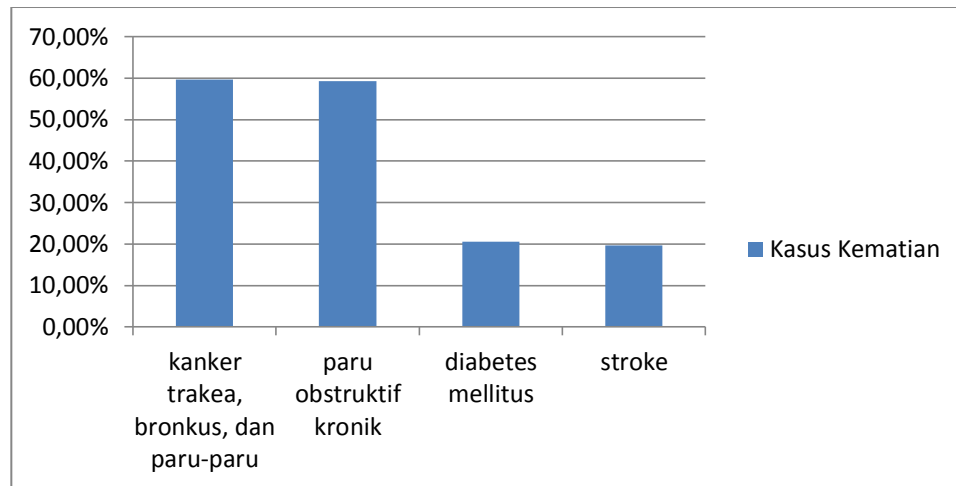
Melalui data yang diterbitkan oleh SEATCA tersebut juga diketahui bahwa remaja perokok Indonesia menjadi yang tertinggi di negara ASEAN. Hal ini ditunjukkan dari persentase perokok remaja Indonesia yang berusia 13-15 tahun yang mencapai 19,4 persen. Persentase yang didapatkan Indonesia tentu lebih tinggi jika dibandingkan dengan negara Malaysia dan Filipina yang hanya mencapai 14,8 persen dan 14,5 persen saja (Widowati, 2019).



Gambar.1.3. Diagram Perangkat Perokok di Asean Tahun 2019 (Sumber: Databoks.Katadata)

Banyaknya pengguna rokok usia remaja menjadi hal yang harus diperhatikan mengingat bahwa bagi remaja, rokok memiliki dampak lebih mematikan jika dibandingkan perokok dewasa. Hal ini dikarenakan zat nikotin yang terkandung di dalamnya. Zat tersebut tidak hanya memberikan efek ketagihan saja, tetapi juga dapat merusak jaringan otak, menyebabkan penggumpalan darah, dan penyempitan pembuluh darah. Selain itu, rokok juga dapat berdampak pada berkurangnya fokus belajar, penurunan daya tangkap, kecemasan berlebih, hingga depresi (herminahospitals.com, 2020).

Dikutip dari laman Organisasi Tobacco Free Kids, sebanyak 33,8 persen penduduk Indonesia usia 15 tahun keatas mengkonsumsi tembakau, 19,2 persen pengguna tembakau adalah remaja usia 13 hingga 15 tahun (tobaccofreekids.org, 2021). Rokok yang paling banyak dikonsumsi adalah jenis rokok kretek, yakni sebesar 95 persen. Konsumsi rokok ini berdampak negatif bagi kesehatan, yakni dimana sebanyak 59,6 persen kasus kematian diakibatkan kanker trakea, bronkus dan paru-paru, kemudian adapun sebesar 59,3 persen kasus kematian akibat penyakit paru obstruktif kronik, 28,6 persen kematian akibat jantung iskemik, 20,6 persen akibat diabetes mellitus, dan 19,7 persen diakibatkan oleh stroke (tobaccofreekids.org, 2021). Penyakit yang timbul tersebut merupakan dampak dari konsumsi rokok (tobaccofreekids.org, 2021).



Gambar.1.4. Kasus Kematian Akibat Konsumsi Rokok tahun 2018 (Sumber: *tobaccofreekids.org*)

Berdasarkan pernyataan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia dalam buku “Gizi dan Kesehatan Remaja” yang di tulis oleh Judhiastuty Februhartanty, Purnawati Hustina Rachma, Evi Emayani, Heffy Dianawati, dan Harsian Henry, yang terbit pada tahun 2016 terdapat dua faktor yang memengaruhi remaja merokok, yakni faktor eksternal (lingkungan) dan internal yang meliputi persepsi rokok sebagai simbol kematangan, kekuatan, kepemimpinan, dan daya tarik bagi lawan jenis. Pada faktor eksternal, lingkungan disekitar remaja tidak dapat terkontrol karena remaja pada masa ini akan melakukan eksplorasi terhadap lingkungannya. Lingkungan terdekat yang dapat memengaruhi remaja merokok sendiri adalah lingkungan keluarga, sekolah, dan teman sebaya (Februhartanty, 2016: 30).

Penelitian milik Retno Sulistyani, Setyo Sri Rahardjo, dan Pawito pada tahun 2021 dengan judul “*Multilevel Analysis of the Biopsychosocial Determinants and Contextual Peer Groups on Smoking Habit in High School Students in East Lampung, Lampung, Indonesia*” yang dilakukan dengan menggunakan metode *cross sectional* dimana mengambil sebanyak 200 responden remaja laki-laki ini menyebut bahwa keluarga, teman sebaya, terpaa media, uang saku, harga rokok, niat merokok dapat meningkatkan kemungkinan merokok pada remaja laki-laki (Sulistyani, 2021: 9-8).

Dijelaskan lebih jauh pada penelitian yang dilakukan oleh Fathin Faridah di tahun 2015 dengan judul “Analisis Faktor-faktor Penyebab Perilaku Merokok Remaja di SMK “X” Surakarta” ini disebutkan bahwa faktor dari

remaja merokok diantaranya adalah adanya ajakan dari teman dengan memiliki persentase sebesar 50,6 persen, kemudian adapun rasa penasaran tinggi dari dalam diri remaja dengan persentase 41,2 persen, dan akibat dari anggota keluarga yang juga merokok sebesar 8,2 persen (Faridah, 2015:887-892). Penelitian yang menggunakan metode pendekatan *cross sectional* ini juga menghasilkan kesimpulan bahwa sebagian besar remaja mengenal rokok dari lingkungan pertemanan sebesar 60 persen, kemudian adapun dari diri sendiri sebesar 29,5 persen, dan keluarga sebesar 9,4 persen (Faridah, 2015:887-892).

Hal serupa juga dikemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mirnawati, Nurfitriani, Febriana Maya Zulfiarini, dan Widya Hary Cahyati dengan judul “Perilaku Merokok pada Remaja Umur 13-14 Tahun” di tahun 2018 dengan menggunakan metode *Cross sectional* dalam mengambil data di wilayah desa Candirejo, Kabupaten Semarang, ini menyebut bahwa mayoritas responden remaja mengaku bahwa faktor yang menjadi penyebab mereka merokok adalah pengaruh dari teman, yakni sebesar 20 persen, kemudian adapun faktor lainnya, yakni rasa penasaran dalam diri siswa sebesar 10 persen. Namun dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan 30 remaja dengan usia 10-24 tahun sebagai sampel dalam penelitian ini juga menjelaskan bahwa keluarga dan iklan rokok tidak menjadi faktor remaja untuk merokok (Mirnawati, 2018:394-404).

Cukup berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mirnawati, pada riset yang dilakukan oleh *The Conversation* Indonesia pada 2021 yang dilakukan di kota Semarang melalui metode wawancara kepada 400 siswa laki-laki (SM, SMA, SMK, MA) dan 492 laki-laki dewasa yang tinggal di dekat sekolah diketahui bahwa iklan rokok dapat menjadi salah satu faktor remaja untuk merokok. Di dalam hasil riset tersebut dijelaskan bahwa remaja yang bersekolah di area yang memiliki kepadatan sedang maupun tinggi akan iklan rokok di luar ruang memiliki kecenderungan 2,16 kali lebih tinggi untuk merokok, jika di bandingkan dengan remaja yang bersekolah di area yang memiliki kepadatan iklan rendah (Kusuma, 2021).

Iklan rokok dapat dikatakan sebagai salah satu faktor dari penyebab remaja merokok dikarenakan berdasarkan riset yang dilakukan oleh lembaga riset Nielsen Media, dalam Nielsen Consumer Media & View pada tahun 2019

mencatat bahwa terdapat 3.000 titik iklan rokok di luar ruang yang terdapat di wilayah Jabodetabek. Lebih jauh lagi dijelaskan bahwa sebanyak 46 persen iklan rokok yang ada berupa Billboard, kemudian adapun iklan berbentuk baliho sebesar 18 persen dan LED sebanyak 13 persen (Dwinandra, 2019). Selain di media luar ruang, iklan juga dapat ditemukan di layanan online, sebanyak 600 titik, dan telekomunikasi sebanyak 300 titik. Melalui studi yang dilakukan oleh Nielsen Consumer Media and View juga diketahui bahwa media luar ruang lebih bisa menjangkau masyarakat, yakni sebanyak 66 persen dari total keseluruhan (Dwinandra, 2019).

Berdasarkan data tersebut, maka meskipun Pandemi Covid-19 melanda namun jumlah remaja merokok justru kian meningkat. Terdapat beberapa asumsi faktor yang dimungkinkan berpengaruh dengan peningkatan kasus remaja merokok saat ini yang mana diantaranya adalah *peer group*, keluarga yang merokok, dan terpaan iklan rokok yang juga menjadi variabel di dalam penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Jumlah remaja merokok di Indonesia yang meningkat hingga mencapai 19,4 persen pada tahun 2019 (Widowati, 2019) menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, mengingat bahwa penggunaan rokok pada remaja memiliki dampak yang lebih berbahaya jika dibandingkan dengan pengguna rokok dewasa. Dampak tersebut diantaranya adalah kerusakan jaringan otak, penggumpalan darah, penurunan daya tangkap, kecemasan berlebih, hingga depresi (herminahospitals.com, 2020).

Guna mendapatkan penyelesaian atas permasalahan tersebut, maka perlu untuk mengetahui faktor yang menjadi penyebab remaja merokok. Terdapat beberapa asumsi faktor yang menjadi penyebab dari remaja berkeinginan untuk merokok, yakni diantaranya seperti *peer group*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok dan terpaan iklan rokok.

Maka berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini yakni apakah terdapat pengaruh *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok, dan terpaan iklan rokok terhadap Keinginan merokok pada remaja.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ialah agar dapat mengetahui pengaruh *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok, dan terpaan iklan rokok terhadap keinginan merokok pada remaja.

1.4. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil peneilitian diharapkan dapat mampu mengembangkan teori *Planned Behavior* dan *Embodied Motivated Cognitive* dalam mengkaji pengaruh *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok, dan terpaan iklan rokok terhadap keinginan merokok pada remaja.

2. Manfaat Praktis

Memberikan saran kepada pemerintah mengenai strategi yang dapat dilakukan pemerintah untuk bisa mengatasi jumlah kenaikan remaja yang merokok di Indonesia.

3. Manfaat Sosial

Mampu memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dengan faktor yang menjadi penyebab remaja merokok sehingga dapat turut terlibat dalam program pemerintah untuk mengurangi jumlah remaja merokok.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Serangkaian keyakinan di prinsip utama sebuah penelitian disebut dengan Paradigma. Paradigma Positivistik merupakan paradigma yang digunakan dimana ia memiliki sifat *Logico-hypothetico-verifikatif* yang mana berlandaskan pada asumsi bahwa objek bersifat empiris yang artinya adalah dimana objek dapat diklasifikasi menurut jenis, sifat, struktur, warna, bentuk, dan lainnya. Selain itu, dalam paradigma ini juga memiliki dijelaskan bahwa setiap gejala pasti memiliki penyebab (sebab-akibat) sehingga paradigma ini digunakan untuk melihat hubungan sebab-akibat dari suatu peristiwa yang bersifat kausal (Sinambela, 2014:18).

Penelitian tersebut menggunakan variabel *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok, terpapar iklan rokok, dan keinginan merokok pada remaja untuk mencari hubungan sebab-akibat

1.5.2. State Of The Art

Penelitian yang sedang dilakukan maupun yang telah dilakukan tentu memiliki perbedaan maupun persamaan yang dapat menjadi referensi didalam penelitian ini, yang mana diantaranya:

Penelitian tahun 2013 yang berjudul “*Parent and Peer Influence Models in the Onset of Adolescent Smoking*” dilakukan oleh Daniel Lloret Irlles, Monica Gazquez Pertusa, Alvaro Botella Guijarro, dan Maria Jose Ferri Carbonell dengan tujuan untuk menganalisa pengaruh perbedaan agen sosialisasi, yakni orang tua dan teman sebaya dalam penggunaan dan niat penggunaan rokok pada remaja. Teori yang digunakan didalam hal ini adalah *Social Learning theory*. Responden yang digunakan pada penelitian adalah sebanyak 5.828 responden dengan kriteria usia antara 12 hingga 17 dengan metode pengambilan sampel melalui teknik *Random Sampling*. Hasil penelitian disebutkan bahwa orang tua berperan penting dalam timbulnya kebiasaan merokok pada remaja sedangkan untuk perilaku teman sebaya (*peers*) memainkan peran utama dan penggunaan rokok dan dalam hal ini, siswi justru lebih rentan terpengaruh untuk merokok dibandingkan siswa laki-laki (Irlles, 2013:59-64).

Penelitian yang berjudul “*Parents’ and peers’ normative influence on adolescents’ smoking: results from a Swiss-Italian sample of Middle Schools Students*” dilakukan oleh Francesca Scalici dan Peter J. Schulz pada tahun 2017 ini memiliki tujuan untuk menyelidiki bagaimana perubahan merokok remaja ketika terpapar faktor pengaruh normatif yang mendukung kegiatan merokok oleh orang tua dan teman sebaya serta bagaimana usia memiliki hubungan didalamnya. Teori yang digunakan didalam penelitian ini adalah *Social Learning Theory* sebagai landasan pelaksanaan penelitian. Responden yang digunakan oleh peneliti

sebanyak 5657 responden yang mana merupakan siswa yang memiliki rentan usia 11 hingga 14 tahun dan duduk di sekolah menengah yang ada di wilayah Italia, Swiss, yang diambil melalui *A Cross Sectional Survey*. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa faktor normatif dapat meningkatkan kecenderungan remaja untuk merokok. Faktor tersebut diantaranya adalah model perilaku orang tua dan teman sebaya. (Scalici, 2017:1-9).

Penelitian berjudul “*Multilevel Analysis of the Effect of School and Peer Group on Smoking Behavior in Adolescents in Banjarnegara*” ini dilakukan oleh Annisa Widya Panduwinata, Bhisma Murti, Pawito pada tahun 2018. Penelitian yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan dalam melaksanakan penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh sekolah dan teman sebaya terhadap perilaku merokok pada remaja. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 200 siswa di Banjarnegara, Jawa Tengah melalui metode *Simple Random Sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah dimana perilaku merokok pada remaja dipengaruhi secara negatif oleh keluarga, sikap, perilaku yang dirasakan sehingga perilaku merokok tidak dikaitkan dengan uang saku (Panduwinata, 2018:166-175).

Penelitian tahun 2019 yang disusun oleh Minji Kim, Lucy Popova, Bonnie Halpern-Felsher, dan Pamela M. Ling yang berjudul “*Effects of e-Cigarette Advertisements on Adolescents’ Perceptions of Cigarettes*” ini bertujuan guna mengetahui pengaruh paparan iklan rokok elektrik “cigalike” (produk yang menyerupai rokok) pada persepsi remaja mengenai rokok. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sebanyak 802 siswa yang berusia diantara 13 hingga 17 tahun melalui metode *Random Sampling*. Pada penelitian ini disebutkan bahwasanya iklan rokok elektrik dapat memengaruhi persepsi remaja terhadap rokok terutama bagi remaja yang tidak pernah merokok, dimana pesan yang dimuat dalam iklan seperti keunggulan rokok elektrik dibandingkan rokok lainnya akan memicu remaja untuk mencoba (Minji, 2019:290-296).

Penelitian yang dilakukan oleh Emi Nakaseko, Sayaka Kotera, dan Minato Nakazawa yang dilakukan pada tahun 2020 berjudul “*Factors Associated with Smoking and Drinking among Early Adolscents in Vanuatu: A Cross-Sectional Study of Adolescents and Their Parents*” tersebut memiliki tujuan mengetahui apakah faktor perilaku orang tua, sikap, pengetahuan, dan perilaku saudara kandung, dan teman sebaya memengaruhi perilaku remaja di Republik Vanuatu untuk merokok dan minum. Jumlah Responden yang diambil melalui teknik *random sampling* ini sendiri sebanyak 157 siswa dengan rata-rata usia 13 tahun, termasuk orang tua/wali mereka dari tiga sekolah umum di Vanuatu. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yakni dimana orang tua dan saudara kandung tidak berpengaruh pada remaja merokok, sedangkan teman sebaya justru sebaliknya, yang mana memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku remaja merokok (Nakaseko, 2020: 1-18).

Penelitian yang dilakukan oleh Lijun Wang, Jianjiu Chen, Sai Yin Ho, Lok Tung Leung, Man Ping Wang, dan Tai Hing Lam pada tahun 2020 dengan judul “*Exposure to e-cigarette advertising, attitudes, and use susceptibility in adolscents who had never used e-cogarettes or sicagettees*” ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara paparan iklan EC dan aspek penggunaan EC pada remaja yang tidak pernah menggunakan rokok atau EC. Dalam penelitian yang menggunakan responden sebanyak 7082 siswa yang memiliki rata-rata usia adalah 14 tahun dan tidak pernah menggunakan rokok atau EC dengan metode pengambilan sampel yakni *Stratified Random Sampling*, diketahui bahwa paparan iklan EC dengan intensitas rendah memiliki hubungan pada remaja yang tidak pernah menggunakan rokok atau EC (Wang, 2020:1-9).

Berdasarkan keenam penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *peer group*, keluarga, dan iklan rokok terhadap keinginan merokok. Terkait dengan penelitian yang dilakukan ini, penelitian ini memiliki posisi dimana penelitian ini mencoba untuk mengkaji variabel yang berbeda. Variabel tersebut

meliputi: *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok, terpaan iklan rokok, dan keinginan merokok pada remaja.

1.5.1. **Peer Pressure**

Peer pressure dimaknai ketika seseorang dipengaruhi oleh teman sebaya untuk berperilaku dengan cara tertentu dan mengadopsi jenis perilaku, pakaian, atau sikap tertentu guna menyesuaikan diri. Hal ini juga mencakup apa yang disebut dengan negative pressure, yakni ketika seseorang merasa dipaksa untuk melakukan sesuatu agar dapat membuat teman lainnya terkesan dan diterima di dalam pergaulan (Winston, 2017:192).

Perubahan tingkah laku yang dilakukan karena adanya keinginan untuk mengikuti keyakinan dan standar orang lain adalah suatu bentuk dari apa yang disebut dengan konformitas. Konformitas ini timbul karena adanya tekanan dari pihak lain, dalam hal ini adalah teman sebaya, baik berupa *normatif social influence* maupun *informational social influence* (Firdaus, 2012:182).

Indikator yang dapat menunjukkan peer pressure mempengaruhi remaja merokok adalah ketika seorang remaja dibujuk oleh remaja lain yang melakukan tindakan merokok untuk melakukan kegiatan tersebut secara paksa, adanya ejekan, maupun penolakan dari kelompok yang diinginkan dan keinginan dalam diri remaja untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari suatu kelompok tersebut sehingga menciptakan identitas diri yang ia inginkan (Geldard, 2016:47-50)

Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa *Peer Pressure* merupakan Tekanan yang diberikan oleh teman sebaya untuk berperilaku dengan cara tertentu dan mengadopsi perilaku tertentu, yang mana dalam hal ini merokok untuk bisa menyesuaikan diri dengan teman sebaya lainnya di dalam kelompok. Indikator dalam hal ini diantaranya adalah adanya kegiatan membujuk, ejekan, ataupun penolakan yang dilakukan kelompok dan keinginan untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari kelompok.

1.5.2. Keluarga yang Merokok

Keluarga merupakan lembaga sosial pertama yang ditemukan dalam semua lapisan masyarakat dengan menyatukan orang-orang dalam kelompok untuk bisa saling menjaga satu-sama lain. Terdapat dua macam keluarga, yakni keluarga besar yang mencakup orang tua, anak-anak, serta kerabat lainnya dan keluarga inti yang terdiri dari sepasang orang tua dan anak-anak mereka (Macionis, 2018 :484).

Keluarga menjadi arena pertama seseorang melakukan interaksi sosial dan mengenal perilaku yang dilakukan oleh orang lain dalam hal ini adalah merokok, serta budaya yang ada di dalam masyarakat (Ulfiah, 2016 :1).

Keluarga menjadi lembaga pendidikan pertama bagi seseorang yang mana di dalam keluarga terjadi interaksi antar orang tua, saudara, maupun anggota keluarga lain dengan seseorang yang akan membentuk proses mentransfer pengetahuan, ketrampilan, sikap, nilai dan kebiasaan melalui asuhan, suruhan, larangan, dan pembimbingan yang terjadi di dalam lingkungan keluarga (Indrawan, 2020:2). Maka dengan demikian keluarga memiliki peran dalam pembentukan nilai dalam diri seseorang serta menjadi rujukan seseorang dalam melakukan suatu perilaku tertentu, yang mana dalam hal ini adalah perilaku merokok ini sendiri.

1.5.3. Sikap pada perilaku Merokok

Maio dan Haddock mendefinisikan sikap sebagai evaluasi keseluruhan dari suatu objek dalam hal ini adalah merokok yang didasarkan pada informasi kognitif (keyakinan tentang merokok dengan didasarkan pada persepsi tentang fakta yang ada), afektif (perasaan kita mengenai merokok yang bergantung pada nilai), dan perilaku (keputusan bersikap terhadap merokok yang didasarkan pada pengamatan diri sendiri mengenai cara seseorang melakukan perilaku tersebut). Kendati demikian, sikap tidak selalu diwakilkan oleh ketiga komponen tersebut. Seperti contohnya adalah sikap terhadap suatu merek produk yang mungkin hanya didasarkan pada keyakinan kognitif saja. Meski begitu, di dalam sikap terdapat satu

komponen yang lebih penting dalam memprediksi sikap, yakni keyakinan kognitif yang mana lebih memungkinkan untuk memprediksi sikap terhadap kelompok yang tidak disukai, sedangkan perasaan dan emosi lebih cenderung memprediksi sikap terhadap kelompok yang disukai. Dalam hal ini dapat dilihat melalui emosi yang dirasakan seseorang terhadap perilaku tersebut yang mengarah pada hal positif ataupun sebaliknya (Mercer, 2012:3-4).

1.5.4. Terpaan Iklan Rokok

Terpaan merupakan aktivitas melihat, membaca, dan mendengar pesan yang ada di media maupun memiliki perhatian dan pengalaman terhadap pesan yang terjadi pada seseorang. Terpaan juga dimaknai sebagai keterbukaan seseorang terhadap informasi yang diberikan. Terpaan ini diukur melalui pengetahuan terhadap isi pesan yang ditampilkan. (Kriyantono, 2006:207).

Informasi yang diberikan tersebut merupakan iklan yang menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk, dalam hal ini adalah rokok (Jatmika, 2019:168).

Sehingga terpaan iklan rokok bisa dikatakan sebagai keadaan ketika seseorang melihat, membaca, dan mendengar keterangan produk pada iklan rokok.

1.5.5. Keinginan Merokok pada Remaja

Keinginan dimaknai sebagai dorongan dalam diri seseorang dimana dorongan ini diberikan oleh orang lain untuk mencapai tujuannya. Di dalam keinginan juga dapat merujuk kepada suatu alasan dorongan yang menyebabkan suatu tindakan tertentu (Jahja, 2021:356-358). Keinginan juga dapat diartikan sebagai keadaan dalam diri individu yang mendorong mereka untuk melakukan kegiatan sesuai dengan apa yang orang lain lakukan dalam hal ini adalah merokok (Saleh, 2018:121-122).

Menurut McClelland dan Boyatzis, keinginan merupakan dorongan yang muncul dalam diri seseorang karena dipengaruhi oleh adanya kebutuhan terkait dengan hubungan antar individu dan imbalan yang ada dalam hubungan tersebut (Busro, 2018:64).

Berdasarkan hal tersebut maka keinginan memiliki tiga dimensi yakni kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berafiliasi dan kebutuhan untuk kekuasaan. Indikator didalam dimensi keinginan merokok ini diantaranya adalah:

- Keinginan untuk mencoba rokok,
- Keinginan untuk tampil meniru perilaku orang tua, saudara kandung dan kerabat, maupun kelompok teman sebaya yang merokok,
- Kebutuhan untuk tampil dewasa yang ditunjukkan dengan perilaku merokok,
- Keinginan untuk mendapatkan perasaan rileks ketika merokok,
- Keinginan untuk merasakan rasa senang melalui kegiatan merokok (Wetterer, 1986:30-40).

1.5.6. Pengaruh Peer Pressure, Keluarga yang Merokok, Sikap pada merokok, terhadap Keinginan Merokok pada Remaja

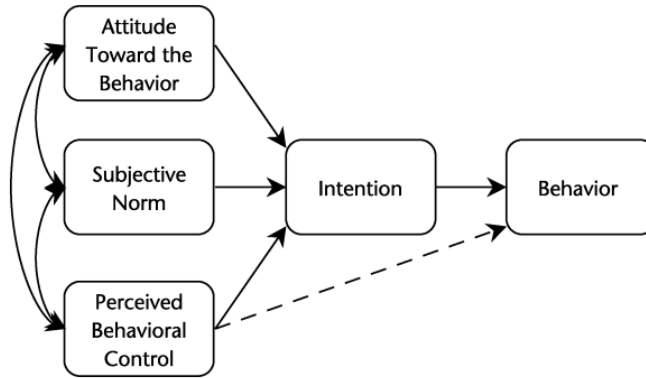
Planned Behavior Theory atau teori perilaku berencana merupakan teori yang digagaskan oleh Fishbein dan Ajzen yang merupakan bentuk pengembangan dari teori *theory of reasoned action* yang mana tidak lagi relevan untuk menjelaskan konsep sikap sebagai alat untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku. Pada teori ini, Ajzen mengemukakan bahwa perilaku individu tidak selalu didasarkan pada kontrol individu, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengaruh sosial yang mendukung perilaku (Ajzen, 2005:117-118). Asumsi yang ada dalam teori ini ialah dimana seseorang akan berperilaku sesuai dengan informasi yang diambil seseorang mengenai tingkah laku tersebut, secara langsung maupun tidak langsung Terdapat tiga komponen, yakni adalah sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2005:117-118). .

Komponen pertama, yakni sikap terhadap perilaku dihasilkan melalui keyakinan yang dimiliki seseorang setelah melalui proses mempertimbangkan konsekuensi yang didapatkan dari suatu

perilaku. Keyakinan ini sendiri didasarkan pada penilaian subjektif seseorang terhadap pemahaman diri dan lingkungan yang mana dilakukan dengan cara mengkaitkan perilaku tertentu pada kebermanfaatan maupun kergian yang diperoleh oleh pelaku dari perilaku tersebut. Ketika keuntungan dari perilaku dirasa lebih banyak didapat, maka keyakinan terhadap perilaku tersebut menjadi kuat dan hal ini dapat pula memperkuat sikap seseorang terhadap perilaku tersebut.

Komponen kedua adalah norma subjektif ialah perasaan seseorang terhadap penerimaan dari orang-orang yang ada disekitar terkait dengan suatu perilaku, apakah perilaku tersebut dapat dilakukan atau tidak. Disebut norma subjektif sendiri, dikarenakan perasaan disini sifatnya adalah subjektif. Norma subjektif sangat ditentukan oleh sikap terhadap perilaku karena didalamnya terdapat keyakinan. Berbeda dengan keyakinan di dalam sikap terhadap perilaku, dalam norma subjektif, keyakinan diperoleh dari pandangan orang disekitar mengenai perilaku tersebut yakni teman ataupun keluarga (Connolly, 2020:34).

Komponen ketiga adalah persepsi kontrol perilaku, yakni perasaan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu yang didasarkan pada sumber daya yang dimiliki dan kesempatan untuk bisa melakukan perilaku tersebut. Ketika persepsi kontrol seseorang untuk perilaku tersebut kuat maka seseorang akan terdorong untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005:117-119). Persepsi kontrol perilaku di dalam Gambar 1.5. memiliki panah putus terhadap perilaku yang mana menunjukkan bahwa perilaku akan muncul ketika terdapat kesepakatan antara persepsi kontrol dan kontrol aktual tersebut terhadap perilaku. Sehingga dengan demikian peran komponen ketiga digunakan untuk menambah sedikit keakuratan untuk menentukan keinginan seseorang berperilaku maupun perilaku seseorang ini sendiri (Ajzen, 2005:119).



Gambar 1.5. *Bagan Planned Behavior Theory*

Pada diagram diatas menunjukan bahwa sebelum seseorang melakukan suatu perilaku, terdapat keinginan yang menjadi awal dari terbentuknya perilaku seseorang yang mana dalam hal ini seseorang akan memutuskan untuk melakukan suatu tindakan tertentu dengan didasarkan pada stimulus untuk melakukan perilaku tersebut. Sehingga keinginan akan menentukan apakah seseorang akan melakukan suatu tindakan tertentu atau tidak (Fishbein, 1975:13-14). Keinginan (intention) dapat membantu menjelaskan mengapa seseorang melakukan tindakan tersebut, apakah agar dapat melepas stres, merasa dengan melakukan perilaku tertentu dapat membuat seseorang menjadi semakin akrab dan diakui, dan sebagainya. Kendati demikian, untuk komponen ketiga yakni persepsi kontrol perilaku, seseorang dapat melakukan perilaku tanpa harus mempertimbangkan atau membentuk suatu keinginan terlebih dahulu untuk melakukan. (Ajzen, 2005:130).

Keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku seringkali dipengaruhi oleh adanya ketergantungan seseorang terhadap orang lain, sehingga peranan orang terdekat seperti keluarga dan teman sebaya untuk membentuk sikap terhadap perilaku hingga berujung pada munculnya keinginan untuk berperilaku tertentu menjadi penting. Ketika terdapat penolakan atau ketidakwajaran untuk melakukan sesuatu yang didapat dari keluarga maupun teman sebaya, maka seseorang tidak akan memiliki keinginan untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005:110)

Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat tiga komponen yang menyebabkan seseorang berkeinginan untuk merokok. Komponen pertama adalah sikap terhadap perilaku, yang mana seseorang telah mempertimbangkan setiap konsekuensi dari perilaku merokok. Ketika perilaku merokok lebih banyak memberikan manfaat bagi diri seseorang, maka sikap terhadap perilaku merokok akan kuat dan membentuk keinginan untuk merokok.

Pada komponen kedua, yakni norma subjektif ini adalah dimana perasaan seseorang terhadap perilaku merokok, dipengaruhi oleh keyakinan normatif atau persepsi seseorang terhadap suatu perilaku yang dipengaruhi oleh adanya tekanan maupun penerimaan dari orang serta penilaian orang-orang di sekitar, baik keluarga hingga kelompok teman sebaya terhadap perilaku merokok. Penilaian akan perilaku merokok tersebut di dapat dari teman sebaya maupun orang tua (Connolly, 2020:34).

Di komponen ketiga ada yang disebut dengan persepsi kontrol, yang mana merupakan perasaan seseorang untuk melakukan perilaku merokok karena ia memiliki sumber daya yang mendukung dan adanya kesempatan seseorang untuk bisa melakukan perilaku merokok, sehingga ia terdorong untuk melakukan perilaku merokok ini sendiri. Sumber daya yang mendukung ini diantaranya adalah adanya informasi mengenai merokok, rokok, hingga penerimaan dari orang disekitar yakni keluarga dan teman sebaya mengenai merokok. Meski demikian, komponen ketiga ini tidak ditekankan pada penelitian ini. Dari konsep teori *Planned Behavior* hanya konsep pertama dan kedua yang diteliti mendalam. Hal ini dikarenakan pada komponen pertama memiliki erat kaitannya dengan komponen kedua yang mana seseorang dapat memiliki sikap baik positif maupun negatif terhadap suatu perilaku juga diakibatkan oleh adanya keyakinan normatif yang dibentuk dari adanya penerimaan maupun penolakan terhadap suatu perilaku, yang dalam hal ini merokok. Sedangkan untuk komponen ketiga hanya digunakan sebagai fitur tambahan untuk memprediksi perilaku sehingga fokus dalam penelitian ini hanya sikap terhadap perilaku

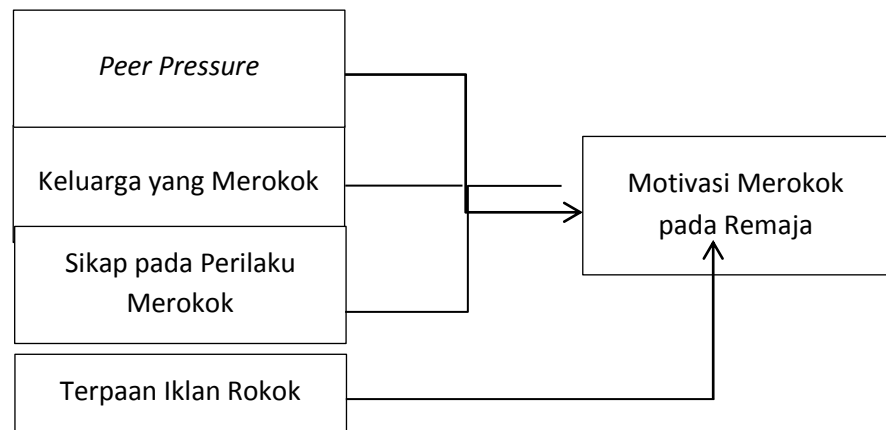
dan juga norma subjektif yang tercermin dari variabel *peer pressure* dan keluarga yang merokok.

1.5.7. Pengaruh Terpaan Iklan Rokok terhadap Keinginan Merokok pada Remaja

Embodied Motivated Cognitive theory dikemukakan oleh Paul D. Bolls, Kevin Wise, dan Samuel D. Bradley yang berasumsi bahwa seseorang memproses iklan dan bagaimana media iklan dapat memengaruhi seseorang (Rodgers, 2012:105). Dalam teori ini, proses periklanan merupakan proses berkelanjutan dan dinamis yang mana terdapat interaksi antara otak individu sebagai penerima pesan merek yang disampaikan melalui saluran periklanan dan proses mental yang menghasilkan pengalaman sadar dari paparan iklan (Rodgers, 2012:106-107).

Ketika seseorang terpapar iklan, otak manusia mencoba untuk memahami dan menanggapi pesan yang ditampilkan di dalam iklan serta mengidentifikasi proses mental sebagai fenomena yang ada selama paparan iklan sehingga kemudian seseorang memiliki keinginan yang mana hal ini diwujudkan dengan menerima iklan dan fitur pesan yang ada untuk melakukan apa yang dicerminkan di dalam iklan. Dalam hal ini, karakteristik terpenting dalam fitur pesan yang ditunjukkan iklan adalah pengalaman sensorik dan keinginan dari pemrosesan pesan secara mental. Seperti ditampilkannya selebritas terkenal ataupun pengalaman emosional ketika menggunakan produk yang dapat memicu seseorang untuk memiliki keinginan melakukan suatu hal. (Rodgers, 2012:109-112).

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka dijelaskan bahwa ketika seseorang terpapar iklan, dalam hal ini adalah iklan rokok, maka remaja akan memproses pesan yang didapatkan dari iklan dengan mencoba memahami isi pesan dan menanggapi dengan didasarkan pada pengalaman sensorik yang dirasakan ketika melihat iklan maupun keinginan yang ditunjukkan di dalam iklan yang berupa pengalaman emosional menggunakan rokok secara eksplisit sehingga remaja berkeinginan untuk melakukan tindakan merokok tersebut.



Gambar 1.6. *Kerangka Berfikir*

1.6. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini ialah:

- Terdapat pengaruh *peer pressure*, keluarga yang merokok, sikap pada perilaku merokok terhadap keinginan merokok pada remaja.
- Terdapat pengaruh terpaan iklan rokok terhadap keinginan merokok pada remaja.

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. *Peer Pressure*

Peer Pressure ialah tekanan yang diberikan oleh teman sebaya untuk berperilaku dengan cara tertentu dan mengadopsi perilaku tertentu, yang mana dalam hal ini merokok untuk bisa menyesuaikan diri dengan teman sebaya lainnya di dalam kelompok. *Peer pressure* diukur melalui adanya persuasi, intimidasi, serta keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok.

1.7.2. Keluarga yang Merokok

Keluarga yang merokok dimaknai sebagai anggota keluarga di dalam rumah, yakni orang tua, saudara maupun kerabat yang mengenalkan remaja pada perilaku merokok yang kemudian memberikan sikap penerimaan dan kewajaran pada tindakan merokok.

1.7.3. Sikap pada Perilaku Merokok

Sikap pada Perilaku Merokok di definisikan sebagai evaluasi keseluruhan dari kegiatan merokok yang didasarkan pada informasi kognitif (keyakinan yang didasarkan pada persepsi mengenai fakta terhadap tindakan merokok), afektif (perasaan seseorang mengenai tindakan merokok berdasarkan nilai yang diyakini), perilaku (keputusan bersikap terhadap merokok yang didasarkan pada pengamatan diri sendiri mengenai cara seseorang melakukan perilaku tersebut), dan keyakinan kognitif (perasaan terhadap perilaku merokok yang mengarah pada hal positif maupun negatif).

1.7.4. Terpaan Iklan Rokok

Terpaan iklan rokok bisa dikatakan sebagai keadaan ketika seseorang melihat, membaca, maupun mendengarkan keterangan produk pada iklan rokok.

1.7.5. Keinginan Merokok Pada Remaja

Keinginan merokok adalah dorongan dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh tindakan yang dilakukan orang lain untuk merokok. Keinginan ini dapat diukur melalui indikator, yakni keinginan untuk mencoba rasa merokok, keinginan membeli rokok, keinginan untuk mencoba rokok jika tersedia kesempatan (disediakan atau diberikan sampel rokok), keinginan merokok jika diizinkan, dan keinginan merokok di dalam interaksi sosial (pergaulan dengan teman).

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Peer Pressure

Indikator di dalam *peer pressure* meliputi:

- Adanya tekanan dari teman sebaya di dalam kelompok membujuk teman lainnya untuk merokok;
- Adanya tindakan berupa ejekan maupun penolakan yang diberikan anggota kelompok terhadap teman lain yang tidak merokok;
- Adanya keinginan untuk bisa menjadi bagian di dalam kelompok yang merokok.

1.8.2. Keluarga yang Merokok

Indikator keluarga yang merokok adalah adanya sikap penerimaan atau pemberian izin terhadap tindakan merokok di dalam keluarga dan kewajaran terhadap tindakan merokok diantara anggota keluarga.

1.8.3. Sikap terhadap Merokok

Indikator pada sikap terhadap merokok diantara adalah:

- Sikap terhadap fakta tentang rokok dan merokok;
- Sikap terhadap nilai-nilai umum yang melekat pada rokok dan merokok;
- Sikap terhadap tindakan merokok;

1.8.4. Terpaan Iklan Rokok

Terpaan iklan rokok ini diukur melalui pengetahuan responden terkait keseluruhan iklan rokok yang ada dengan indikator;

- Kemampuan untuk menyebutkan nama *brand* rokok yang beriklan di Indonesia dalam seminggu terakhir;
- Kemampuan untuk mengenali warna brand pada iklan rokok;
- Kemampuan untuk mengenali *tagline* yang ada dalam iklan rokok;
- Kemampuan untuk mengenali *brand* yang beriklan rokok pada media tertentu.

1.8.5. Keinginan Merokok pada Remaja

Indikator pada Keinginan Merokok pada Remaja ini yaitu

- Keinginan untuk mencoba rasanya merokok;
- Keinginan untuk membeli rokok;
- Keinginan untuk mencoba rokok jika tersedia kesempatan (disediakan atau diberikan sampel rokok);
- Keinginann untuk merokok jika diizinkan,
- Keinginan untuk merokok di dalam interaksi sosial (pergaulan dengan teman).

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Penelitian eksplanatori digunakan untuk menjelaskan maupun menganalisis pengaruh intensitas komunikasi di dalam *peer group*, keluarga yang merokok dan terpapar iklan rokok terhadap keinginan merokok pada remaja.

1.9.2. Populasi

Pelajar SMA Negeri 1 Ungaran, dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan dan berdomisili di Kabupaten Semarang merupakan populasi yang digunakan. Jumlah populasi yang ada diperkirakan sebanyak 1.188 siswa (SMA N 1 Ungaran, 2021).

1.9.3. Sampling

1.9.3.1. Teknik Sampling

Non-probability, yakni cara yang diaplikasikan untuk mengambil sampel dengan tidak memberikan kesenjangan atau peluang bagi anggota populasi untuk terpilih (Siyoto, 2015:56). Teknik ini dipilih karena ketiadaan akses sehingga tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya (Raihan, 2017:94).

1.9.3.2. Sample Size

Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Jumlah ini diambil dengan didasarkan pada pemikiran Roscoe (1975) yang mengutarakan bahwa dalam penelitian yang layak, ukuran sampel yang digunakan diantara 30 hingga 500 orang (Raihan, 2017:86).

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

Data primer yang digunakan ini didapatkan dari proses pengumpulan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti melalui pengisian angket atau daftar pertanyaan yang dibagikan pada sejumlah responden.

1.9.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner menjadi alat yang dipakai yang mana nantinya kuesioner ini yang akan diberikan kepada narasumber atau responden. Teknik penghimpunan data yang dipakai adalah *self-administered* melalui aplikasi Google Form.

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

1.9.6.1. Editing

Pengecekan ini dilakukan oleh peneliti setelah data dihimpun dari kuesioner yang disebarkan disebut dengan editing. Editing dilakukan dengan melihat kelengkapan pada isi jawaban, kejelasan makna, dan juga kesesuaian antar jawaban.

1.9.6.2. Coding

Pemberian kode pada data yang sudah dihimpun dengan merubah bentuk data yang berbentuk huruf menjadi bilangan atau angka untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data.

1.9.6.3. Tabulasi

Tabulasi merupakan penyusunan data dalam bentuk tabel yang didasarkan pada pengelompokan atau klasifikasi data.

1.9.7. Teknik Analisis Data

Uji analisis Regresi adalah metode analisis yang dipilih didalam penelitian. Cara ini digunakan untuk menguji hipotesis yang memiliki jumlah variabel bebas lebih dari dua. (Hanief, 2005:102).