

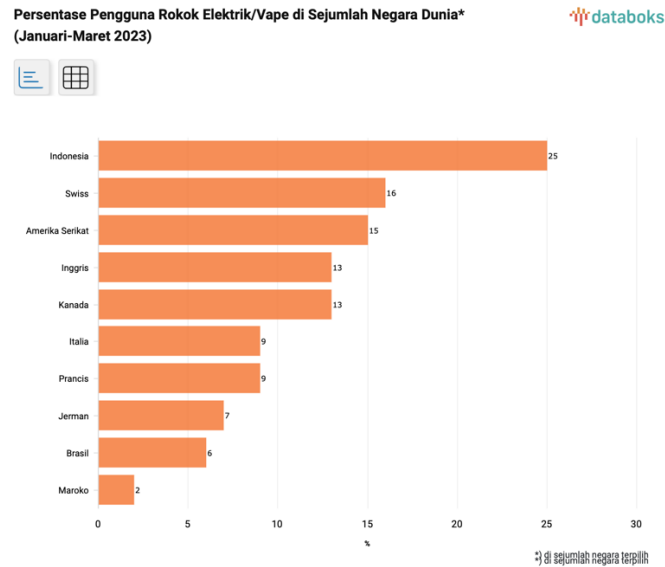
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Merokok elektrik merupakan aktivitas yang kian populer di Indonesia. Indonesia kini menempati posisi pertama dengan jumlah pengguna vape terbanyak di dunia pada Maret 2023. Survei yang dilakukan oleh Statista *Consumer Insight* pada 1.000 – 9.500 responden berusia 18 – 64 tahun dari sejumlah negara mencatat bahwa sebanyak 25% responden asal Indonesia menggunakan rokok elektrik (Mutia Annur, 2023). Selain itu, survei GATS (*Global Adult Tobacco Survey*) pada tahun 2021 menunjukkan bahwa pengguna rokok elektrik mengalami peningkatan sepuluh kali lipat dalam satu dekade terakhir. Jumlah pengguna rokok elektrik di Indonesia pada tahun 2011 sebanyak 480 ribu pengguna meningkat menjadi 6,6 juta pengguna pada tahun 2021. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa prevalensi pengguna rokok di Indonesia meningkat dari 0,3% pada tahun 2011 menjadi 3% pada tahun 2021. Keinginan masyarakat untuk berhenti merokok sebesar 63,4% dan sejumlah 43,8% berupaya untuk berhenti merokok. Remaja usia 15 – 24 tahun menjadi target para produsen rokok elektrik dikarenakan rentang usia mereka yang masih panjang untuk merokok elektrik (Handayani, 2021).

Gambar 1. 1. Grafik Persentase Pengguna Rokok Elektrik/Vape di Sejumlah Negara Dunia (Januari – Maret 2023)



Sumber: databoks.katadata.co.id

Indonesian Youth Council for Tobacco Control (IYCTC) berpendapat bahwa peningkatan pengguna rokok elektrik dipicu oleh maraknya iklan dan promosi rokok elektrik melalui media sosial. IYCTC juga menemukan bahwa masyarakat dapat dengan mudah membeli rokok elektrik di kedai rokok elektrik, mall, minimarket, dan platform belanja online. Presepsi rokok elektrik lebih sehat dibandingkan rokok konvensional juga menjadi salah satu penyebab masyarakat mencoba mengonsumsi rokok elektrik (Sulaiman & Efendi, 2022).

Rokok elektrik memiliki efek yang buruk bagi kesehatan penggunanya. Data WHO menunjukkan bahwa sekitar 225.700 nyawa di Indonesia melayang setiap tahun akibat dari merokok atau penyakit lain yang memiliki kaitan dengan tembakau (World Health Organization, 2020). Dr. Agus Dwi Susanto, Ketua Perhimpunan Dokter Paru Indonesia (PDPI),

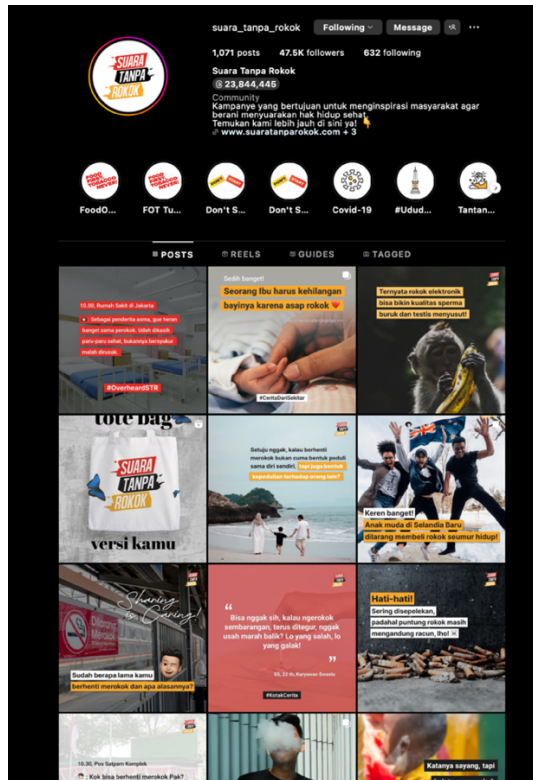
menyatakan bahwa baik rokok tradisional maupun rokok elektronik memiliki potensi bahaya yang sama, karena keduanya mengandung nikotin yang dapat menyebabkan ketergantungan atau adiksi. Selain itu, apabila digunakan secara terus – menerus dapat memicu munculnya penyakit kanker paru – paru, kardiovaskular, infeksi peradangan, asma, dan berbagai penyakit berbahaya lainnya. Kandungan karsinogen dalam rokok konvensional maupun elektrik memang tidak akan berdampak langsung pada pemakainya. Dampaknya baru akan terasa setelah 15 hingga 20 tahun ke depan. Selain itu, hasil penelitian Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga membuktikan bahwa rokok konvensional maupun elektrik dapat merusak jaringan dan menimbulkan penyakit paru – paru (Kementerian Kesehatan Republik Kesehatan, 2020). Rokok elektrik memiliki beberapa bahaya seperti kandungan nikotin yang dapat menimbulkan kecanduan, memicu depresi, kanker paru, napas pendek, kanker paru, kerusakan paru permanen, hingga kematian. Glikol dalam rokok elektronik juga dapat menyebabkan iritasi pada paru-paru dan mata, serta berpotensi menyebabkan masalah pada saluran pernapasan seperti asma, kesulitan bernafas, dan penyumbatan saluran napas. Penggunaan bahan penambah rasa atau diasetil pada rokok elektronik juga berisiko menyebabkan penyakit paru obstruktif kronis. Rokok elektrik juga dapat menyebabkan kanker (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022).

Terkait dengan dampak negatif rokok elektrik, banyak pihak yang mengadakan kampanye untuk menekan kebiasaan merokok. Pemerintah setiap tahunnya rutin mengadakan kampanye anti rokok untuk memperingati hari tanpa rokok sedunia seperti kampanye “Berani Merokok Apapun

Jenisnya” pada tahun 2021, “Rokok: Ancaman Kesehatan dan Lingkungan” pada tahun 2022, dan “*Food Over Tobacco*” pada tahun 2023. Meningkatnya keinginan atau minat masyarakat untuk berhenti merokok dapat dipicu oleh adanya kampanye berhenti merokok (Febri Andini, 2019). Dengan semakin meluasnya penggunaan social media, platform seperti Instagram dapat menjadi media dalam menyampaikan pesan – pesan anti-merokok pada masyarakat.

Salah satu akun media sosial Instagram yang menyediakan informasi mengenai bahaya rokok elektrik dan aktivitas berhenti merokok elektrik adalah @suara_tanpa_rokok. Akun @suara_tanpa_rokok merupakan akun kampanye anti rokok dengan 48.000 pengikut yang disuarakan oleh para perokok pasif dan mantan perokok aktif. Pesan yang disampaikan melalui akun ini mencakup informasi mengenai bahaya merokok elektrik, keuntungan dari berhenti merokok, dampak dari perilaku merokok, dan dukungan untuk berhenti merokok. Akun @suara_tanpa_rokok rutin mengunggah konten mereka sebanyak 3 kali dalam satu minggu. Konten mereka disajikan dengan gaya bahasa yang menarik dan mudah dipahami, serta didukung oleh elemen visual yang mendukung.

Gambar 1. 2. Konten Akun @suara_tanpa_rokok



Sumber: Instagram @suara_tanpa_rokok

Selain melalui kampanye, minat seseorang juga dapat dipicu oleh lingkungan teman sebayanya (Anggara & Pudjo Santosa, 2019). Survei yang dilaksanakan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) pada tahun 2016 di Kabupaten Semarang menyebutkan bahwa 72 persen perilaku remaja dapat dipengaruhi oleh teman sebayanya. Remaja memiliki kecenderungan untuk berkeluh kesah dengan teman sebayanya dibandingkan dengan orangtuanya. Apabila tanggapan dari teman sebaya membawanya pada perilaku positif, maka perilaku remaja tersebut akan menuju kearah positif dan apabila tanggapannya negatif, hal tersebut dapat membawa remaja tersebut menuju pada perilaku yang negatif (Setiawan, 2016).

Selain itu, psikolog Dian Wisnuwardhani mengatakan bahwa pengaruh dari tekanan teman sebaya dapat menjadi faktor yang berkontribusi terhadap timbulnya perilaku kekerasan pada remaja. Ketika remaja berada pada satu lingkungan, mereka akan melakukan minat mereka secara bersama sama dan akan takut kehilangan teman apabila tidak ikut dalam kegiatan tersebut (Prameswari, 2023). Tekanan yang ada pada teman sebaya juga dapat berdampak positif pada perilaku seseorang seperti kelompok belajar dan kelompok olahraga.

Penelitian terdahulu mengenai bagaimana pengaruh interaksi teman sebaya dengan minat menggunakan aplikasi Grab menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat seseorang berinteraksi dengan teman sebayanya maka semakin tinggi juga minat menggunakan aplikasi Grab orang tersebut

(Anggara & Pudjo Santosa, 2019). Remaja lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah bersama teman-temannya daripada bersama keluarganya di rumah. Oleh karena itu, teman sebaya dinilai dapat mempengaruhi sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku yang lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 1980).

Penelitian lain menunjukkan bahwa minat berhenti merokok dapat dibentuk melalui kelompok rujukan (Nur Masita & Pujo Santoso, 2019). Remaja memiliki kecenderungan interaksi yang lebih intensif dengan kelompok teman sebayanya dibandingkan dengan orangtuanya (Wiratini, 2015). Proses pertemanan pada kelompok teman sebaya membuat mereka merasa dibutuhkan di kelompok mereka. Hal ini menjadikan interaksi mengenai aktivitas berhenti merokok elektrik, dukungan untuk berhenti merokok elektrik, dan pengalaman pribadi dalam mengatasi kecanduan merokok elektrik akan menjadi acuan individu dalam menentukan sikap terkait dengan minat berhenti merokok elektrik.

Adanya berbagai faktor yang dapat memicu masyarakat untuk berhenti menggunakan rokok elektrik dapat ditimbulkan melalui kampanye anti rokok dan intensitas komunikasi peer group tentang berhenti merokok elektrik. Minat masyarakat untuk berhenti merokok elektrik akan meningkat seiring dengan adanya terpaan kampanye anti rokok elektrik dan intensitas komunikasi peer group tentang berhenti merokok elektrik.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk mengatasi tingginya perilaku merokok elektrik diantara masyarakat usia 15 - 24 tahun, komunitas suara tanpa rokok melakukan

kampanye anti rokok elektrik melalui akun Instagram mereka @suara_tanpa_rokok kepada *follower* mereka sejumlah 48.000 pengikut. Mereka rutin menyampaikan pesan tentang dampak dari perilaku merokok elektrik dan ajakan untuk berhenti merokok elektrik selama 3 kali postingan dalam satu minggu. Pesan – pesan tersebut mereka sampaikan dengan visual yang mendukung serta pemilihan gaya bahasa yang mudah dipahami.

Sayangnya, tidak semua pesan anti rokok bisa efektif (Febri Andini, 2019). Pesan anti rokok yang berisikan informasi yang rasional dan bersifat audio visual lebih efektif mempengaruhi minat perokok daripada pesan yang berisikan informasi hal – hal negatif dan menakut – nakuti (Febri Andini, 2019). Survey Global Adult Tobacco Survey (GATS) pada tahun 2021 menyebutkan bahwa keinginan masyarakat untuk berhenti merokok konvensional maupun elektrik masih tergolong cukup dengan presentase 63,4% dan sebesar 43,8% perokok berupaya untuk berhenti merokok (Rokom, 2022).

Minat berhenti merokok dapat timbul karena adanya terpapar informasi mengenai risiko dari merokok (Brewer , 2019). Adanya kelompok teman sebaya atau *peer group* yang didalamnya terdapat interaksi mengenai aktivitas berhenti merokok elektrik seringkali juga dapat memicu bagaimana pemikiran individu terhadap aktivitas berhenti merokok (Nur Masita & Pujo Santoso, 2019). *Peer group* akan menjadi rujukan individu untuk menentukan bagaimana sikapnya dalam hal ini yaitu minat berhenti merokok elektrik (Nur Masita & Pujo Santoso, 2019). Sehingga rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dengan minat berhenti merokok elektrik?
2. Bagaimanakah pengaruh intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dengan minat berhenti merokok elektrik.
2. Mengetahui pengaruh intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa membantu pemerintah dalam upaya mengurangi jumlah perokok elektrik elektrik di Indonesia.

1.4.2. Signifikansi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pada kajian Ilmu Komunikasi yang berhubungan dengan terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensitas komunikasi *peer*

group berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik..

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu membantu masyarakat dalam memahami pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik sehingga timbul keinginan untuk mengurangi penggunaan rokok elektrik.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *positivisme* dimana dalam paradigma ini ilmu pengetahuan, dunia, dan penelitian dipandang sebagai suatu cara untuk mendapatkan kebenaran. Paradigma ini percaya bahwa kita dapat memprediksi dan mengendalikan dunia dikarenakan tidak ada kebenaran objektif yang mampu memahaminya dengan baik. Dalam paradigma ini, dunia berjalan melalui aturan sebab-akibat yang dapat dipahami oleh kita melalui sebuah pendekatan ilmiah dengan menggunakan penalaran deduktif. Tujuan penelitian menurut paradigma ini adalah untuk menjelaskan peristiwa yang dapat diketahui secara langsung dan diukur secara obyektif oleh seseorang (Sekaran, 2017).

1.5.2. *State of The Art*

“Hubungan Terpaan Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan dan Tingkat Kepercayaan Akan Bahaya Merokok dengan Minat

Mengurangi Merokok” oleh Winanda & Herieningsih, 2018. Penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 60 mahasiswa perokok aktif. Teori *Cognitive Response Model* dan analisis korelasi Kendall’s Tau adalah metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa ada hubungan antara variable terpaan peringatan bahaya merokok dengan variable minat mengurangi merokok.

“Impact of E-cigarette Health Warnings on Motivation to Vape and Smoke” oleh Brewer, 2019. Penelitian ini dasari oleh hipotesis bahwa informasi akan bahaya kesehatan yang ditimbulkan oleh rokok elektrik dapat mengarahkan seseorang untuk menjauhi perilaku merokok baik itu memakai rokok elektrik maupun tembakau. Penelitian ini menggunakan 2218 responden orang dewasa yang menggunakan rokok elektrik, rokok konvensional, atau keduanya. Responden kemudian dihadapkan pada salah satu dari tiga tipe peringatan bahaya merokok. Hasil dari penelitian ini membuktikan adanya niat untuk berhenti merokok dari para responden. Peringatan bahaya kesehatan dalam bentuk teks menghasilkan niat untuk berhenti merokok paling tinggi daripada bentuk peringatan lainnya.

“Hubungan Terpaan Peringatan Risiko Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok dan Intensitas Komunikasi Peer Group dengan Minat Berhenti Merokok Perempuan” oleh (Nur Masita & Pujo Santoso, 2019). Penelitian ini menerapkan metode Accidental

Sampling dengan melibatkan 50 responden sebagai sampel. Teori Respons Kognitif dan Teori Kelompok Rujukan adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara terpaan peringatan risiko bahaya merokok pada kemasan rokok dengan minat berhenti merokok perempuan serta adanya hubungan positif antara intensitas komunikasi peer group dengan minat berhenti merokok perempuan.

“Hubungan Terpaan Informasi Rokok Elektrik Lebih Aman 95% dari Rokok Konvensional dan Tingkat Pengetahuan Tentang Rokok Elektrik dengan Minat Menggunakan Rokok Elektrik” oleh Abilangga, 2021. Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi dan Teori Respon Kognitif. Sampel yang digunakan berjumlah 100 sampel berusia 18 – 39 tahun yang mendapat terpaan informasi rokok elektronik lebih *safety* dari rokok tembakau dan memiliki wawasan mengenai rokok elektrik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variable yang diujikan.

“Kampanye Pengendalian Tembakau Terhadap Penurunan Minat Merokok” oleh Febri Andini, 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menguji keterkaitan antara perilaku merokok dengan preferensi pada pesan kampanye berhenti merokok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *survey* dengan kuisioner pada 104 responden. Penelitian ini menggunakan Teori Disonansi Kognitif, Elaboration Likelihood, dan Teori Pertimbangan Sosial. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa iklan berhenti merokok tidak efektif mempengaruhi perilaku berhenti merokok.

Dari beberapa penelitian sebelumnya dapat disimpulkan terpaan informasi mengenai aktivitas berhenti merokok dan bahaya merokok dapat memicu minat masyarakat mengenai aktivitas berhenti merokok. Perbandingan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini akan meneliti dengan objek yang berbeda yaitu rokok elektrik. Selain itu, variabel yang digunakan juga berbeda yaitu terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik.

1.5.3. Deskripsi Variabel

1. Terpaan Informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok

Terpaan informasi dapat memberikan efek yang berbeda – berbeda tergantung bagaimana pengaturan terpaan tersebut. Terpaan merupakan keadaan dimana audiens mengalami kontak dengan pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan (Shimp & Andrews, 2013). Aktivitas mendengar, melihat, dan membaca informasi yang terjadi pada individu atau kelompok dapat disebut sebagai terpaan (Kriyantono, 2006).

Jenis terpaan informasi menurut Peter & Olson terbagi menjadi dua yaitu *intentional exposure* dan *accidental exposure*. Terpaan akibat perilaku seseorang yang secara sengaja mencari tahu sesuatu karena alasan tertentu disebut dengan *intentional*

exposure sedangkan terpaan yang tidak sengaja dan tidak memiliki tujuan ketika mencarinya disebut dengan *accidental exposure* (Peter & Olson, 2013). Informasi dalam penelitian ini merupakan informasi mengenai ajakan berhenti merokok elektrik dan bahaya rokok elektrik pada akun Instagram @suara_tanpa_rokok.

2. Intensitas Komunikasi Peer Group Berhenti Merokok Elektrik

Peer Group merupakan kelompok teman sebaya dimana remaja biasa menghabiskan waktu nya bersama - sama. Kelompok teman sebaya memiliki pengaruh pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku yang lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 1980). Menurut DeVito (2011), intensitas komunikasi dapat diukur dari aspek berikut :

1. Frekuensi dan durasi komunikasi terkait yang merupakan tingkat keseringan dan durasi waktu yang diperlukan saat berkomunikasi.
2. Fokus partisipan yang diartikan sebagai perhatian saat berkomunikasi..
3. Keteraturan dalam berkomunikasi mengindikasikan adanya aktivitas komunikasi yang teratur.
4. Isi pesan yang mencakup keluasan pesan dan kedalaman pesan saat melakukan aktivitas komunikasi.

Intensitas komunikasi *peer group* yang dibahas dalam penelitian ini adalah seberapa sering terjadinya komunikasi antar

individu dalam kelompok teman sebaya tentang aktivitas berhenti merokok elektrik yang dapat ditinjau dari kedalaman dan keluasan pesan saat melakukan aktivitas komunikasi.

3. Minat Berhenti Merokok Elektrik

Minat merupakan salah satu alasan seseorang melakukan suatu perilaku. Minat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan suatu perilaku yang dapat berubah seiring berjalannya waktu (Jogiyanto, 2007). Dalam penelitian ini minat berhenti merokok elektrik didefinisikan sebagai keinginan untuk berhenti merokok menggunakan rokok elektrik.

4. Pengaruh Terpaan Informasi Bahaya Rokok Elektrik dengan Minat Berhenti Merokok Elektrik

Untuk melihat pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dengan minat berhenti merokok elektrik dapat dijelaskan menggunakan *Cognitive Response Theory*. Teori ini menjelaskan ketika seseorang menerima pesan persuasi, ia akan mengaitkan informasi tersebut dengan pengetahuan, sikap, dan perasaan yang dimiliki sebelumnya dimana hasil dari proses kognitif tersebut dapat menjadi dasar mereka untuk merespons informasi dan dapat mempengaruhi persepsi dan sikap seseorang terhadap informasi tersebut (Greenwald, 1968).

Ketika seseorang menerima terpaan informasi persuasi untuk berhenti merokok elektrik pada akun Instagram @suara_tanpa_rokok maka akan terjadi proses kognitif pada

dalam diri penerima pesan. Penerima pesan akan mengaitkan informasi tersebut dengan pengetahuan, sikap, dan perasaan yang ia miliki sebelumnya dimana hasil dari proses kognitif tersebut dapat menentukan bagaimana respons mereka terhadap pesan persuasi untuk berhenti merokok elektrik dalam hal ini yaitu minat mereka untuk berhenti merokok elektrik.

5. Pengaruh Intensitas Komunikasi Peer Group Berhenti Merokok Elektrik dengan Minat Berhenti Merokok Elektrik

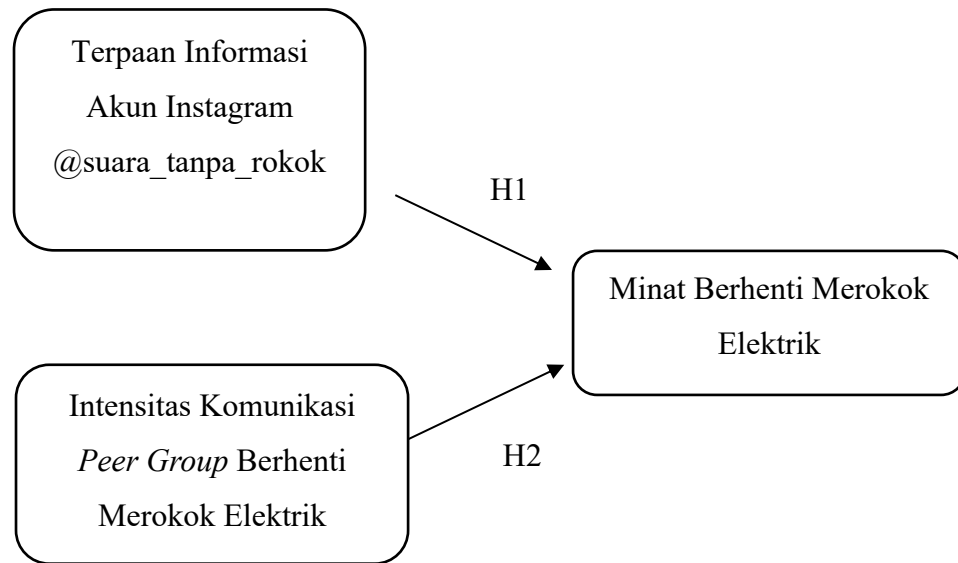
Untuk melihat pengaruh intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok elektrik dapat dijelaskan menggunakan *Reference Group Theory*. Kelompok acuan diartikan sebagai individu atau kelompok yang dijadikan rujukan dimana kelompok tersebut memiliki pengaruh nyata bagi individu (Suryani, 2008). Sedangkan menurut Hyman, kelompok acuan merujuk kepada kelompok atau individu yang signifikan dalam memengaruhi sikap, persepsi, perilaku, dan keyakinan seseorang. Individu akan membandingkan dirinya dengan kelompok referensi mereka untuk menilai diri mereka sendiri (Engel, 2012).

Kelompok acuan memiliki dua fungsi yaitu normatif dan komparatif (O'Shaughnessy & O'Shaughnessy, 2004). Fungsi normatif yaitu apabila individu menjadikan kelompok acuan sebagai standar dalam berperilaku sedangkan fungsi komparatif apabila individu menjadikan kelompok acuan sebagai dasar untuk

membandingkan kualitas pribadi dan perilaku yang berbeda.

Peer group berhenti merokok elektrik merupakan bentuk kelompok acuan dalam penelitian ini yang dapat dijadikan referensi bagi individu didalamnya untuk menentukan bagaimana sikap, persepsi, dan keyakinannya mengenai minat berhenti merokok elektrik. Minat berhenti merokok elektrik individu akan dipengaruhi oleh bagaimana kelompok teman sebaya yang dijadikan sebagai standar dan pembanding dirinya mengenai minat berhenti merokok elektrik.

1.5.4. Kerangka Pemikiran



1.6. Hipotesis

Berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

- H1 : Terdapat pengaruh positif antara terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dengan minat berhenti merokok elektrik.
- H2 : Terdapat pengaruh positif antara intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dengan minat berhenti merokok elektrik.

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. Terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dengan minat berhenti merokok elektrik

Terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok merupakan aktivitas mendengarkan, menonton, dan membaca pesan atau informasi mengenai aktivitas berhenti merokok elektrik dan bahaya rokok elektrik pada akun Instagram @suara_tanpa_rokok secara sengaja atau tidak disengaja.

1.7.2. Intensitas Komunikasi *Peer Group* Berhenti Merokok Elektrik

Intensitas komunikasi peer group merupakan tingkat aktivitas komunikasi antar individu dalam kelompok teman sebaya tentang aktivitas berhenti merokok elektrik yang dijadikan kelompok acuan.

1.7.3. Minat Berhenti Merokok Elektrik

Keinginan untuk berhenti merokok menggunakan rokok elektrik.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok

Untuk mengetahui terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dapat diukur menggunakan indikator :

1. Pengetahuan akan konten anak usia 12 tahun yang mengalami kerusakan paru – paru akibat rokok elektrik yang disampaikan oleh akun @suara_tanpa_rokok.
2. Pengetahuan akan konten larangan WHO terkait rokok dan rokok elektrik di sekolah yang disampaikan oleh akun @suara_tanpa_rokok.
3. Pengetahuan akan konten “merokok dapat menghilangkan stress mitos atau fakta” yang disampaikan oleh akun @suara_tanpa_rokok.
4. Pengetahuan mengenai hashtag yang digunakan akun Instagram kampanye @suara_tanpa_rokok.
5. Pengetahuan akan desain konten akun Instagram kampanye @suara_tanpa_rokok.

1.8.2. Intensitas Komunikasi Peer Group

Untuk mengetahui intensitas komunikasi *peer group* berhenti merokok elektrik dapat diukur menggunakan indikator :

1. Keluasan pesan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya tentang rokok elektrik.
2. Kedalaman pesan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya tentang rokok elektrik.
3. Keluasan pesan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya tentang aktivitas berhenti merokok elektrik.
4. Kedalaman pesan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya tentang aktivitas berhenti merokok elektrik.
5. Keluasan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya mengenai bahaya merokok elektrik.
6. Kedalaman pesan dalam berkomunikasi dengan teman sebaya mengenai bahaya merokok elektrik.

1.8.3. Minat berhenti merokok elektrik

Untuk mengetahui minat merokok elektrik dapat diukur menggunakan :

1. Responden memiliki keinginan untuk berhenti merokok elektrik.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatori atau studi kausal, yang bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penyebab suatu masalah yang sedang diteliti. Dengan kata lain, maksud dari peneliti adalah untuk menyatakan bahwa variable X menyebabkan variable Y (Sekaran & Bougie, 2017). Pada penelitian ini terdapat dua variable independent yaitu Terpaan Informasi Akun Instagram @suara_tanpa_rokok (X1) dan Intensitas Komunikasi *Peer Group* Berhenti Merokok Elektrik (X2) dengan variable dependen pada penelitian ini yaitu Minat Berhenti Merokok Elektrik (Y).

1.9.2. Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat berdomisili Semarang laki - laki dan perempuan berusia 15 - 24 tahun yang menggunakan rokok elektrik. Individu atau kelompok masyarakat yang menjadi subjek atau fokus dalam penelitian ini juga menggunakan Instagram dan mengikuti akun kampanye @suara_tanpa_rokok atau mengetahui akun Instagram @suara_tanpa_rokok. Selain itu, objek dalam penelitian ini juga harus memiliki *peer group* atau kelompok teman sebaya. Pemilihan usia 15 – 24 tahun didasari oleh *survey* GATS yang menyatakan bahwa usia tersebut merupakan target market dari para produsen rokok elektrik (Handayani, 2023).

1.9.3. Sampel

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling*, di mana pendekatan ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk diambil sebagai sampel. *Purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini dimana dalam sampel ditentukan dengan pertimbangan atau kriteria – kriteria tertentu (Sujarweni, 2015) . Roscoe memberikan pedoman penentuan jumlah sampel di antara 30 s/d 500 elemen (Sujarweni, 2015). Peneliti akan menggunakan 100 sampel pada penelitian ini.

1.9.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh responden.

1.9.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui teknik wawancara dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen yang akan diberikan kepada responden.

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Tahap pengecekan kelengkapan dan kejelasan pengisian instrumen pengumpulan data (Sujarweni, 2015).

2. Coding

Tahap identifikasi dan pengklasifikasian data dari setiap pertanyaan (Sujarweni, 2015).

3. Tabulasi

Tahapan memasukan data kedalam tabel untuk diolah (Sujarweni, 2015).

1.9.7. Teknik Analisis Data

Penelitian pengaruh terpaan informasi akun Instagram @suara_tanpa_rokok dan intensitas komunikasi *peer group* dengan minat berhenti merokok elektrik menggunakan teknik analisis bivariat dikarenakan terdapat lebih dari dua variable dalam penelitian. Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variable dalam penelitian ini (Sekaran & Bougie, 2017).

