

# HUBUNGAN ANTARA *PROBLEM FOCUSED COPING* DENGAN KESEJAHTERAAN PSIKOLOGIS PADA IBU RUMAH TANGGA YANG MEMILIKI SUAMI BERPENGHASILAN TIDAK TETAP

Yudi Arianto<sup>1</sup>

Kamsih Astutiz

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Yudiarianto00@gmail.com

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 2 Wates Kulonprogo. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu: ada hubungan positif antara persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok remaja. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMA N 2 Wates yang memiliki kebiasaan merokok dengan jumlah subjek (N=52 siswa). Analisis data menggunakan korelasi product moment. Hasil analisis menunjukkan besarnya nilai koefisien korelasi antara Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik dengan perilaku merokok sebesar  $r_{xy} = 0,636$  dengan  $p < 0,001$ . Selain itu persepsi iklan rokok media elektronik mempengaruhi perilaku merokok remaja memperoleh presentase sebesar 40,45% dan 59,55% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.*

**Kata kunci:** *Perilaku Merokok, Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik, Remaja*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the relation of perception of cigarette electronic media advertising with smoking behavior in adolescents in SMA Negeri 2 Wates Kulonprogo. Hypothesis in this research that is: there is positive correlation between perception of advertisement of cigarette of electronic media with teenage smoking behavior. Subjects in this study were high school students N 2 Wates who have a habit of smoking with the number of subjects (N = 52 students). Data analysis using product moment correlation. The result of analysis shows the value of correlation coefficient between Perception of Electronic Media Cigarette advertisement with smoking behavior equal to  $r_{xy} = 0,636$  with  $p < 0,001$ . Besides the perception of cigarette advertisement of electronic media influence teenage smoking behavior get percentage equal to 40,45% and 59,55% influenced by other factor. These results indicate that there is a positive correlation between the perception of cigarette advertisement of electronic media with smoking behavior in adolescent. This shows that the hypothesis in this research is accepted.*

**Keywords:** *Smoking Behavior, Perception of Electronic Media Cigarette Advertising, Adolescents*