

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI IKLAN ROKOK MEDIA  
ELEKTRONIK DENGAN PERILAKU MEROKOK PADA  
REMAJA  
SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
YOGYAKARTA**

Oleh:

*Yudi Arianto*

*13081069*

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2018**

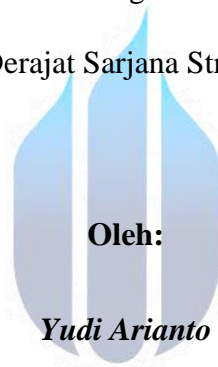
**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI IKLAN ROKOK MEDIA  
ELEKTRONIK DENGAN PERILAKU MEROKOK PADA  
REMAJA**

Diajukan Kepada

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Memperoleh Derajat Sarjana Strata Satu (S1) Psikologi



UNIVERSITAS  
13081069  
MERCU BUANA  
Pada Tanggal 1 Februari 2018  
YOGYAKARTA

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI IKLAN ROKOK MEDIA  
ELEKTRONIK DENGAN PERILAKU MEROKOK PADA  
REMAJA**

**Oleh:**

*Yudi Arianto*

*13081069*

Telah dipertanggungjawabkan dan diterima

Oleh Tim Penguji pada tanggal

21 Februari 2018

Mengetahui

Dekan,

Dosen Pembimbing

Dr. Kamsih Astuti, M.Si

Dr. Kamsih Astuti, M.Si

Penguji

Kondang Budiyan, M.A.

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 1 Februari 2018

Yang menyatakan,

*Yudi Arianto*

13081069

## **MOTTO**

*“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”*

*(QS. Ar Ra'd 13:11)*

*“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”*

*(Al-Baqarah: 153)*

*Hidup di dunia hanya sesaat, jangan melupakan tujuan utama kita: SurgaNya*

*(Ali bin Abi Thalib)*

## **PERSEMBAHAN**

*Karya ini penulis persembahkan untuk:*

*Bapak Subagya dan Ibu Atik yang tak pernah lelah menjadi sponsor penulis dan yang tak pernah berhenti mendoakan penulis*

*Keluarga tercinta Mas Yuda, Yoga, Mbak Genduk, Pak sunu*

*yang selalu mendukung dan mendoakan*

*Diriku, berkat diri ini dan kekuatan yang diberikan oleh Allah SWT skripsi ini akhirnya terselesaikan*

*Fakultas Psikologi dan Almamater tercinta*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah, dan inayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja”

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memerlukan dan menerima bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Alimatus Sahrah, Psi., M.M., M.Si., Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Dr. Kamsih Astuti, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan menjadi teladan bagi penulis hingga penyusunan skripsi ini selesai.
3. Nur Fachmi Budi S, M.Psi., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis baik secara fikriah maupun rohaniyah.
4. Dr. Triana Noor Edwina DS, M.Si., Muhammad Wahyu kuncoro, M.Si. & Sowanya Adi Prahara, MA yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk bisa mengikuti banyak kegiatan pengabdian dan penelitian.
5. Seluruh dosen yang dengan murah hati membagi ilmu-ilmunya pada penulis dan karyawan Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berjasa selama keberlangsungan peruliahan selama ini.
6. Keluarga besar SMA 2 Wates yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian.

7. Bapak Subagya dan Ibu Atik yang selalu mendoakan untuk kebaikan penulis dan sumber kekuatan serta motivasi bagi penulis.
8. Keluarga tercinta Mas Yuda, Yoga, Mbak Genduk, Pak sunu yang selalu menyemangati penulis.
9. Mbak Ajeng yang selalu mendampingi kegiatan asisten praktikum selama satu semester tanpa lelah.
10. Wahyu, Andi, Rikan, Dian, Yusuf yang telah berkenan berkawan dengan penulis dari SMP dan SMA hingga saat ini, terimakasih atas suka duka yang sudah kita lewati selama hampir 11 tahun ini.
11. Sahabat “LT” Ryza, Una, Adit, Resti, Sinta, dan Alvin, terimakasih kalian adalah makhluk super pembawa energi bagi penulis.
12. Mbak Yuni dan Mbak Ida yang selalu nebeng dan memberi nasihat kepada penulis tentang kehidupan dengan alasan emak-emak selalu benar.
13. Sahabat senasib Risa, Dewo, Dwi, Ayu, Jefri, Mamak, Joni terima kasih telah hadir dengan sejuta canda tawanya sehingga memecahkan kejenuhan dan membangkitkan semangat penulis di saat-saat menjelang sidang skripsi.
14. Keluarga besar Purna Paskibraka Indonesia Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis dalam berbagai kegiatan.
15. Keluarga besar Purna Paskibraka Indonesia DIY yang telah mempercayakan penulis menjadi pengurus dan memberi banyak pelajaran hidup untuk tetap bertahan dalam kondisi apapun.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



Dengan keterbatasan kemampuan penulis, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga sangat perlu untuk lebih diperbaiki lagi. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga Allah selalu member keberkahan sebagai imbalan atas bantuan dan dorongan semangat yang diberikan.

Yogyakarta, 1 Februari 2018

Penulis,

Yudi Arianto

13081069

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. perilaku merokok pada remaja .....	11
1. Pengertian perilaku merokok pada remaja .....	11
2. Aspek-aspek perilaku merokok pada remaja .....	12
3. Dampak perilaku merokok .....	16
4. Tahap-tahapan perilaku merokok .....	19
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku merokok pada remaja	21
B. Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	24
1. Pengertian Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	24
2. Aspek-aspek Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	26
C. Hubungan persepsi iklan rokok media elektronik dengan perilaku merokok pada remaja .....	31
D. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	37
1. Variabel Tergantung .....	37
2. Variabel Bebas .....	38
B. Subjek Penelitian .....	38
C. Metode Pengumpulan Data .....	39
1. Skala perilaku merokok .....	39

2. Skala Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	40
D. Pelaksanaan Penelitian .....	43
E. Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Deskripsi Data .....	45
2. Pengujian hipotesis .....	48
a. Uji prasyarat.....	48
b. Uji hipotesis .....	49
B. Pembahasan .....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Frekuensi Merokok Siswa SMA 2 Wates .....	39
Tabel 2. Sebaran Item Skala Perilaku Merokok.....	40
Tabel 3. Sebaran Item Skala Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	42
Tabel 4. Sebaran Item Skala Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik Hasil Uji Coba .....	43
Tabel 5. Deskripsi Data Skor Persepsi iklan rokok media elektronik .....	45
Tabel 6. Norma kategorisasi Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik .....	46
Tabel 7. Kategorisasi Skor Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik.....	46
Tabel 8. Deskripsi Data Skor Perilaku Merokok.....	47
Tabel 9. Kategorisasi Data Skor Perilaku Merokok .....	48
Tabel 11. Rangkuman Hasil Pengujian Normalitas Data.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

### LAMPIRAN 1. DATA UJI COBA

- a. Tabulasi Data Uji Coba Persepsi Iklan Rokok Media  
Elektronik..... 61

### LAMPIRAN 2. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ..... 63

### LAMPIRAN 3. HASIL ANALISIS DATA

- a. Uji Normalitas ..... 68
- b. Uji Linieritas..... 68
- c. Uji Korelasi..... 70

### LAMPIRAN 4. SKALA

- a. Skala Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik dan perilaku  
merokok Sebelum Uji Coba ..... 73
- b. Skala Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik dan perilaku  
merokok Setelah Uji Coba ..... 81

## 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 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  $p < 0,001$ . 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. Selain itu persepsi iklan rokok media elektronik mempengaruhi perilaku merokok remaja memperoleh presentase sebesar 40,45% dan 59,55% dipengaruhi oleh faktor lain.*

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, A. M. (2014). Hubungan Antara Persepsi Iklan Rokok Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja. *Skripsi*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Afriansyah. (2016). Perilaku Merokok Ditinjau Dari Konformitas Teman Sebaya Dan Harga Diri Pada Remaja Laki-Laki Di SMK IX Lurah Kota Jambi. *Tesis*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Ali, M. (2014). Pengetahuan, Sikap, Dan Faktor Psikologis Berhubungan dengan Perilaku Merokok Pada Pegawai Poltekkes Kemenkes Jakarta III. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kesehatan*, 2 (1). 101-107.
- Amstrong, M. (1990). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Elex. Media Komputindo.
- Ardiansyah, A. (2010). Dampak Media Elektronik dan Teknologi Terhadap Kekerasan Anak Remaja. *Jurnal Musawa*, 2 (2). 127-140.
- Aruan, D. A., Putri, Y. R., Mahadian, A, B. (2015). *Pengaruh Persepsi Iklan Televisi Traveloka Versi "Tiket Hotel" Terhadap Tindakan Pembelian Pada Komunitas Backpacker Indonesia Regional Bandung*. dalam [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/107342/jurnal\\_eproc/pengaruh-persepsi-iklan-televisi-travelola-versi-tiket-hotel-terhadap-tindakan-pembelian-pada-komunitas-backpacker-indonesia-regional-bandung.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/107342/jurnal_eproc/pengaruh-persepsi-iklan-televisi-travelola-versi-tiket-hotel-terhadap-tindakan-pembelian-pada-komunitas-backpacker-indonesia-regional-bandung.pdf).
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012a). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012b). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzumar, I., Utami, R. N. (2012). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A Mild Di Kota Bandung (Studi Pada Iklan A Mild Versi Untuk Diri). *Tugas Akhir*. Universitas Telkom.
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Brierley, S. (1995). *The Advertising Handbook*. New York: Routledge.



- Cahyo, K., Wigati, P. A., & Shaluhiyah, Z. (2012). Rokok, Pola Pemasaran dan Perilaku Merokok Siswa SMA/Sederajat di Kota Semarang. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, Vol. 11, No. 1, April 2012, halaman 75-84.
- Capella, M. L., Webster, C., Kinard, B. (2011). A Review of the Effect of Cigarette Advertising. *International Journal of Research in Marketing*, 28 (3). 269-279.
- Catherine, T., Romeo, P., & Nayoan, C.R. (2012). Pengaruh Iklan Rokok Melalui Media Massa Terhadap Perilaku Merokok Remaja di SMPN 2 Kota Kupang Tahun 2011. *Jurnal Manajemen Kesehatan Masyarakat*, 6 (2). 90-100.
- Dahal, S., Maharjan, S., Subedi, R. K., Maharjan, J. (2015). *Role of Media in Provoking Cigarette Smoking among Adolescents in Urban Nepal*. Dalam <http://dx.doi.org/10.4236/health.2015.71011>, diakses tanggal 5 November 2016.
- Depkes. (2013). *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Depkes RI.
- Desmita. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Dwiastuti, R., Shinta, A. & Isaskar, R. (2012). *Ilmu perilaku konsumen*. Malang : UB Press.
- Eriksen, M., Mackay, J., Schluger, N., Gomeshtapeh, F. I., Drope, J. (2015). *The Tobacco Atlas*. Atlanta: The American Cancer Society, Inc.
- Fauzi, R., Mohammad, K., Antoyo, A., Soewarso, K., Zakiyah. (2013). *Atlas Tembakau Indonesia*. Jakarta: Tobacco Control Support Center-Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia.
- Hasnida & Kemala, I. (2005). Hubungan antara Stres dan Perilaku Merokok Pada Remaja Laki-laki. *Jurnal Psikologia*, 1 (2). 105-111.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Erlangga.
- Istiqomah, Umi. (2003). *Upaya Menuju Generasi Tanpa Merokok Pendekatan Analisis Untuk Menanggulangi Dan Mengantisipasi Remaja Merokok*. Surakarta: CV Setia Aji.

- Juniawati. (2014). Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran dan Potensi Media Elektronik dalam Dakwah Islam di Kalimantan Barat. *Jurnal Dakwah*, 15 (2). 211-233.
- Kardes, F., Cronley, M., dan Cline, T. (2011). *Consumer Behavior. Edisi 2.* English: South-Western College.
- Komalasari, D & Helmi, A.F. (2000). Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok. Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Latipah, E. (2012). *Pengantar Psikologi Pendidikan.* Yogyakarta: Pedagogia.
- Lestari, R., & Purwandari, E. (2012). Perilaku Merokok Pada Remaja SMA/SMK di Kota dan Luar Kota. *Proceeding Temu Ilmiah Nasional VIII*, November 2012, halaman 136-145.
- Mufrikhah, (2010) Pengaruh Iklan Rokok Di Media Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap Siswa SMP Negeri 2 Dayun Kabupaten Siak). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Musdalifah & Setijadi, A. R. (2011). Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Stres, Orang Tua, Teman, dan Iklan Terhadap Perilaku Merokok Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Respirasi Indonesia*, 31 (4). 203-209.
- Nasution, I. K. (2007). *Perilaku Merokok pada Remaja.* dalam <http://library.usu.ac.id/download/fk/132316815>.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Metodologi Penelitian Kesehatan.* Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurhayati, (2011). Persepsi Remaja Terhadap Iklan Rokok Dan Perilaku Merokok Di Kota Banda Aceh. *Tesis.* Universitas Gajah Mada.
- Nurwulandari, I. (2014). *Hubungan Penggunaan Media Elektronik dengan Nyeri Kepala Pada Remaja di Surakarta.* dalam [http://eprints.ums.ac.id/28059/18/NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/28059/18/NASKAH_PUBLIKASI.pdf).
- Nururrahmah. (2014). Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan dan Pembentukan Karakter Manusia. *Prosiding Seminar Nasional.* Vol. 01 No. 1, halaman. 76-84.
- Ogden, J. (2004). *Health Psychology: A textbook.* New York: McGraw-Hill, Inc.

- Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo. Nomor 5 Tahun 2014. Tentang. Kawasan Tanpa Rokok.
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1995). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Rachmat, T, & Syafar. (2013). Perilaku Merokok Remaja Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 7 (11). 502-508.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Riwidikdo, H. (2013). *Statistik Kesehatan dan Aplikasi SPSS Dalam Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rohima Press.
- Riztiardhana, D., & Dewi, T. K. (2013). Prediktor *Protection Motivation Theory* terhadap Perilaku Merokok Wanita Dewasa Awal yang Belum Menikah di Surabaya. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, vol.02 No. 02, Agustus 2013, hlm. 79-87.
- Saputra, Conny Harry. (2005). Hubungan antara Persepsi terhadap Label Peringatan Bahaya Merokok dengan Perilaku Merokok pada Remaja Awal di Salatiga.
- Sarafino, E. P. (1998). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions Third Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2011). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sari, D. W., & Budiadi, S. (2015). *Pengaruh Persepsi Iklan di Televisi Produk Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi UKKI Angkatan 2011-2014 Universitas Negeri Surabaya di Ketintang)*. dalam <http://ejournal.unesa.ac.id/article/17011/54/article>.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Refika Aditama.
- Slameto. (2006). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. London: Prentice-Hall, Inc.

Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya : Srikandi.

Suryabrata, S. (2011). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Thabrany, H (editor). (2009). *Rokok, Mengapa Haram? (Bunga Rampai “Lomba Anti Rokok”)*. Jakarta: Unit Pengendalian Tembakau FKM-UI bekerjasama dengan The Fogarty International Center-National Institute of Health via Public Health Institute, Oakland, California, USA.

Tomkins, S. S. (1966) Psychological Model for Smoking Behavior. *AJPH*, 56 (12), 17-20

Trisanti, I. (2016). Remaja dan Perilaku Merokok. *The 3rd Universty Research Colloquium 2016*. dalam <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/6772/35.%20Ika%20Trisanti.pdf?sequence=1>.

TABULASI DATA UJI COBA PERSEPSI IKLAN MEDIA ELEKTRONIK

Resp	Item																														Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	87
2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	94
3	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	3	70
4	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	3	4	2	3	2	2	3	2	3	3	75
5	2	3	1	2	2	3	2	3	3	1	4	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	72
6	3	2	4	3	1	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	4	3	3	3	3	2	3	2	77
7	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	89
8	1	4	2	2	3	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	3	1	2	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	76
9	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	96
10	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	4	1	2	3	2	4	2	3	2	75
11	1	2	2	2	3	2	4	1	2	1	2	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	4	1	2	3	2	4	70
12	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	75
13	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	92
14	3	2	4	2	1	2	2	4	2	3	4	2	4	2	3	3	2	4	1	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	81
15	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	2	1	4	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	1	1	3	68
16	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	89
17	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	93
18	3	4	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	2	77
19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	94
20	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	4	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	70
21	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	1	1	3	2	4	2	3	2	3	2	2	3	71
22	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	75
23	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	94
24	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	69
25	3	2	2	4	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	80

26	3	1	2	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	77
27	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	96
28	2	4	2	4	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	71
29	3	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	2	2	2	3	75
30	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	95

## Reliability

### Scale: Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	78,2667	89,168	,475	,842
Item2	78,2667	94,823	,041	,856
Item3	78,2667	87,099	,590	,839
Item4	78,3000	93,459	,146	,852
Item5	78,2667	88,478	,460	,842
Item6	78,0333	88,447	,522	,841
Item7	78,0333	96,930	-,084	,858
Item8	78,2000	88,579	,456	,843
Item9	78,1667	90,626	,567	,842
Item10	78,3333	86,092	,626	,837
Item11	78,0000	86,207	,584	,838
Item12	77,8667	87,982	,451	,843
Item13	77,9333	96,202	-,032	,856
Item14	78,1000	89,610	,456	,843
Item15	77,7667	89,702	,426	,844
Item16	78,1333	92,809	,233	,849
Item17	78,3000	98,217	-,167	,861
Item18	77,9333	88,409	,519	,841
Item19	78,1000	88,093	,445	,843
Item20	78,1333	94,464	,091	,853
Item21	77,9667	89,206	,526	,841
Item22	78,0000	94,069	,087	,855
Item23	77,9667	88,585	,436	,843
Item24	78,0667	88,892	,519	,841
Item25	77,8667	89,637	,493	,842
Item26	78,0333	89,068	,443	,843
Item27	78,0000	90,345	,464	,843
Item28	78,1333	88,740	,517	,841
Item29	78,0333	89,206	,503	,842
Item30	77,7667	89,151	,467	,843

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	22

DATA PENELITIAN

PERSEPSI IKLAN ROKOK MEDIA ELEKTRONIK	PERILAKU MEROKOK REMAJA
64	100
58	33
58	72
58	72
64	72
72	76
77	74
57	49
84	83
69	67
82	82
82	82
68	52
85	86
80	80
65	85
83	70
62	68
66	39
60	66
62	63
52	47
63	58
44	47
73	78
64	51
60	66
65	74
68	72
96	64
82	89
70	62
75	68
70	64
67	72
81	89
90	87
60	55
47	44
88	93
78	84

69	77
84	91
65	67
65	77
60	59
75	66
68	65
65	71
82	86
54	67
62	70

## Explore

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Merokok	52	100.0%	0	.0%	52	100.0%
Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	52	100.0%	0	.0%	52	100.0%

### Descriptives

			Statistic	Std. Error
Perilaku Merokok		Mean	69.83	1.999
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	65.81	
		Upper Bound	73.84	
		5% Trimmed Mean	70.19	
		Median	70.50	
		Variance	207.715	
		Std. Deviation	14.412	
		Minimum	33	
		Maximum	100	
		Range	67	
		Interquartile Range	18	
		Skewness	-.391	.330
		Kurtosis	.004	.650
	Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik		Mean	69.19
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	66.07	
		Upper Bound	72.32	
		5% Trimmed Mean	69.17	
		Median	67.50	
		Variance	125.962	
		Std. Deviation	11.223	
		Minimum	44	
		Maximum	96	

	Range	52	
	Interquartile Range	18	
	Skewness	.204	.330
	Kurtosis	-.302	.650

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Perilaku Merokok	.093	52	.200*	.981	52	.564
Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	.107	52	.196	.976	52	.376

a. Lilliefors Significance Correction

\*. This is a lower bound of the true significance.

## Means

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Merokok * Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	52	100.0%	0	.0%	52	100.0%

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Merokok * Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	Between Groups	(Combined)	7744.226	29	267.042	2.062	.042
		Linearity	4291.694	1	4291.694	33.138	.000
		Deviation from Linearity	3452.531	28	123.305	.952	.554
	Within Groups		2849.217	22	129.510		
	Total		10593.442	51			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Merokok * Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	.636	.405	.855	.731

**Correlations**

**Correlations**

		Perilaku Merokok	Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik
Perilaku Merokok	Pearson Correlation	1	.636**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	52	52
Persepsi Iklan Rokok Media Elektronik	Pearson Correlation	.636**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	52	52

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

## SKALA PENELITIAN



FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2017



Yogyakarta, 5 Juli 2017

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, kami mohon keikhlasan/kerelaan Anda untuk berkenan mengisi kuesioner penelitian kami dalam menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Yogyakarta.

Saya berharap Saudara memberikan jawaban sesuai dengan pikiran, perasaan dan keadaan Saudara, karena tidak ada jawaban yang salah, jawaban yang benar adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi Saudara.

Akhirnya atas perhatian dan kesediaannya kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Hormat Saya  
(Peneliti)

Yudi Arianto

## KUESIONER

### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L / P
3. Kelas :
4. Jumlah rokok/hari:
5. Anda merokok saat berada di situasi apa saja:

### SKALA I

Berilah tanda silang di kotak yang disediakan dengan ketentuan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Menurut saya iklan rokok media elektronik, menampilkan gaya hidup modern.					
2.	Suara narasi iklan rokok media elektronik, membuat saya hanyut dalam suasana cerita iklan.					
3.	Slogan iklan rokok media elektronik, memberikan saya gambaran mengenai citra produk rokok yang diiklankan.					
4.	Gambar yang disajikan dalam iklan rokok,					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	memberikan saya gambaran mengenai tema dari iklan rokok.					
5.	Warna dominan yang digunakan dalam iklan rokok media elektronik, memberikan saya gambaran mengenai warna khas produk.					
6.	Menurut saya, tidak ada yang istimewa dari <i>style</i> (gaya) iklan rokok.					
7.	Menurut saya, suara narasi iklan rokok di media elektronik, tidak sesuai dengan adegan dalam iklan.					
8.	Menurut saya, slogan iklan rokok di media elektronik, berlebihan dan tidak realistis.					
9.	Gambar pada iklan, tidak dapat memberikan saya gambaran mengenai produk rokok yang diiklankan.					
10.	Menurut saya, efek pencahayaan pada iklan rokok tidak enak dilihat.					
11.	Saya merasa bahwa iklan rokok di media elektronik menampilkan sosok pribadi yang jantan.					
12.	Suara narasi iklan rokok di media elektronik, memberikan saya pemahaman mengenai pesan yang diinginkan.					
13.	Menurut saya, slogan iklan rokok di media elektronik, menguatkan pesan yang ingin disampaikan.					
14.	Gambar pada iklan, membantu saya mendapatkan penjelasan mengenai produk rokok yang diiklankan.					
15.	Saya melihat identitas produk dari kombinasi warna iklan rokok di media elektronik.					
16.	Kehidupan yang ditampilkan dalam iklan rokok, menurut saya tidak sesuai dengan					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	budaya yang dianut keluarga.					
17.	Menurut saya, dialog dalam iklan rokok, kurang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.					
18.	Slogan iklan rokok di media eletronik, menurut saya membodohi pemirsanya.					
19.	Gambar yang ditampilkan dalam iklan rokok media elektronik, menurut saya tidak menarik minat terhadap produk rokok yang diiklankan.					
20.	Kombinasi warna dalam iklan rokok media elektronik, tidak mampu mempengaruhi persepsi saya yang negatif terhadap rokok.					
21.	Saya suka dengan adegan yang muncul dalam iklan rokok.					
22.	Jingle pada iklan rokok, menurut saya membuat iklan lebih menarik.					
23.	Slogan iklan rokok di media eletronik, membuat saya mudah mengingat produk yang diiklankan.					
24.	Saya dapat menangkap dengan jelas pesan yang disampaikan dalam iklan rokok					
25.	Menurut saya, kombinasi warna yang digunakan dalam iklan rokok di media elektronik, serasi dan enak dilihat.					
26.	Gaya hidup yang ditampilkan dalam iklan rokok di media elektronik, menurut saya kurang sesuai dengan nilai-nilai keluarga.					
27.	Dialog dalam iklan rokok, menurut saya kurang menarik.					
28.	Slogan iklan rokok di media eletronik, menurut saya tidak sesuai dengan produk yang diiklankan.					
29.	Gambar iklan rokok media elektronik, tidak dapat membantu saya memahami isi pesan yang disampaikan dengan jelas.					

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>R</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
30.	Menurut saya, pencahayaan yang digunakan dalam iklan, menambah bagus tampilan iklan rokok.					

## SKALA II

Berilah tanda silang di kotak yang disediakan dengan ketentuan :

TP = Tidak pernah

J = Jarang

K = Kadang-kadang

S = sering

SS = Selalu

No.	Pernyataan	TP	J	K	S	SS
1.	Merokok menyebabkan mood saya menjadi baik.					
2.	Merokok membuat saya merasa lebih rileks/santai					
3.	Merokok membuat saya merasa berarti					
4.	Merokok memberi saya banyak kesenangan					
5.	Merokok membuat saya merasa nyaman/senang.					
6.	Saya merasa lebih senang merokok membuat merasa lebih senang lagi.					
7.	Merokok memperbaiki mood saya.					
8.	Merokok membantu saya melupakan masalah yang sedang saya hadapi.					
9.	Merokok membantu mengatasi stres.					
10.	Perasaan saya jauh menjadi lebih baik setelah merokok					
11.	Saya merasa sedih, merokok menghilangkan kesedihan saya					
12.	Segera setelah bangun tidur saya menyulut sebatang rokok.					
13.	Saya merokok tanpa memikirkannya.					

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>TP</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
14.	Saya menyalakan sebatang rokok tanpa berpikir (untuk merokok) sebelumnya.					
15.	Kadang-kadang tanpa disadari saya sudah merokok.					
16.	Setelah makan saya segera menyulut sebatang rokok.					
17.	Saya sulit menghindari dari kebiasaan merokok.					
18.	Saya sulit mengendalikan keinginan untuk merokok.					
19.	Dorongan merokok semakin kuat jika saya tidak sedang merokok.					
20.	Keinginan untuk merokok sering tidak tertahankan.					
21.	Jika tidak merokok saya merasa pusing.					
22.	Jika tidak merokok saya merasa tidak percaya diri.					

## SKALA PENELITIAN



FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2017



Yogyakarta, 14 November 2017

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, kami mohon keikhlasan/kerelaan Anda untuk berkenan mengisi kuesioner penelitian kami dalam menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Yogyakarta.

Saya berharap Saudara memberikan jawaban sesuai dengan pikiran, perasaan dan keadaan Saudara, karena tidak ada jawaban yang salah, jawaban yang benar adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi Saudara.

Akhirnya atas perhatian dan kesediaannya kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Hormat Saya  
(Peneliti)

Yudi Arianto

## KUESIONER

### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L / P
3. Kelas :
4. Jumlah rokok/hari:
5. Situasi saat merokok:

### SKALA I

Berilah tanda silang di kotak yang disediakan dengan ketentuan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Menurut saya iklan rokok media elektronik, menampilkan gaya hidup modern.					
2.	Slogan iklan rokok media elektronik, memberikan saya gambaran mengenai citra produk rokok yang diiklankan.					
3.	Warna dominan yang digunakan dalam iklan rokok media elektronik, memberikan saya gambaran mengenai warna khas produk.					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
4.	Menurut saya, tidak ada yang istimewa dari <i>style</i> (gaya) iklan rokok.					
5.	Menurut saya, slogan iklan rokok di media elektronik, berlebihan dan tidak realistis.					
6.	Gambar pada iklan, tidak dapat memberikan saya gambaran mengenai produk rokok yang diiklankan.					
7.	Menurut saya, efek pencahayaan pada iklan rokok tidak enak dilihat.					
8.	Saya merasa bahwa iklan rokok di media elektronik menampilkan sosok pribadi yang jantan.					
9.	Suara narasi iklan rokok di media elektronik, memberikan saya pemahaman mengenai pesan yang diinginkan.					
10.	Gambar pada iklan, membantu saya mendapatkan penjelasan mengenai produk rokok yang diiklankan.					
11.	Saya melihat identitas produk dari kombinasi warna iklan rokok di media elektronik.					
12.	Slogan iklan rokok di media elektronik, menurut saya membodohi pemirsanya.					
13.	Gambar yang ditampilkan dalam iklan rokok media elektronik, menurut saya tidak menarik minat terhadap produk rokok yang diiklankan.					
14.	Saya suka dengan adegan yang muncul dalam iklan rokok.					
15.	Slogan iklan rokok di media elektronik, membuat saya mudah mengingat produk yang diiklankan.					
16.	Saya dapat menangkap dengan jelas pesan yang disampaikan dalam iklan rokok					
17.	Menurut saya, kombinasi warna yang					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	digunakan dalam iklan rokok di media elektronik, serasi dan enak dilihat.					
18.	Gaya hidup yang ditampilkan dalam iklan rokok di media elektronik, menurut saya kurang sesuai dengan nilai-nilai keluarga.					
19.	Dialog dalam iklan rokok, menurut saya kurang menarik.					
20.	Slogan iklan rokok di media elektronik, menurut saya tidak sesuai dengan produk yang diiklankan.					
21.	Gambar iklan rokok media elektronik, tidak dapat membantu saya memahami isi pesan yang disampaikan dengan jelas.					
22.	Menurut saya, pencahayaan yang digunakan dalam iklan, menambah bagus tampilan iklan rokok.					

## SKALA II

Berilah tanda silang di kotak yang disediakan dengan ketentuan :

TP = Tidak pernah

J = Jarang

K = Kadang-kadang

S = sering

SS = Selalu

No.	Pernyataan	TP	J	K	S	SS
1.	Merokok menyebabkan mood saya menjadi baik.					
2.	Merokok membuat saya merasa lebih rileks/santai					
3.	Merokok membuat saya merasa berarti					
4.	Merokok memberi saya banyak kesenangan					
5.	Merokok membuat saya merasa nyaman/senang.					
6.	Saya merasa lebih senang merokok membuat merasa lebih senang lagi.					
7.	Merokok memperbaiki mood saya.					
8.	Merokok membantu saya melupakan masalah yang sedang saya hadapi.					
9.	Merokok membantu mengatasi stres.					
10.	Perasaan saya jauh menjadi lebih baik setelah merokok					
11.	Saya merasa sedih, merokok menghilangkan kesedihan saya					
12.	Segera setelah bangun tidur saya menyulut sebatang rokok.					
13.	Saya merokok tanpa memikirkannya.					

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>TP</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
14.	Saya menyalakan sebatang rokok tanpa berpikir (untuk merokok) sebelumnya.					
15.	Kadang-kadang tanpa disadari saya sudah merokok.					
16.	Setelah makan saya segera menyulut sebatang rokok.					
17.	Saya sulit menghindari dari kebiasaan merokok.					
18.	Saya sulit mengendalikan keinginan untuk merokok.					
19.	Dorongan merokok semakin kuat jika saya tidak sedang merokok.					
20.	Keinginan untuk merokok sering tidak tertahankan.					
21.	Jika tidak merokok saya merasa pusing.					
22.	Jika tidak merokok saya merasa tidak percaya diri.					