

PENGARUH IKLAN ROKOK TERHADAP PERILAKU MEROKOK REMAJA DI DAERAH KOTA DAN DESA KABUPATEN PAMEKASAN

Fildza Fadhila¹, Sri Widati², Mohammad Zainal Fatah³

^{1,2,3} Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga

Email: fildza.fadhila-2019@fkm.unair.ac.id

ABSTRACT

Background: Data shows that smoking behavior in adolescents in Indonesia is a health problem that still deserves to be considered. The prevalence of smoking in the population aged 10-18 in 2013-2018 in Indonesia has increased due to Riskesdas, which in 2013 (7.2%), 2016 (8.8%), 2018 (9.1%). Pamekasan is one of the regencies in Indonesia that has a adolescent smoking rate of 25.64% with outdoor cigarette advertisements that are still scattered, especially in urban areas. **Purpose:** Analyzing the influence of cigarette advertising in Pamekasan Regency, by emphasizing comparisons in urban areas and rural areas in Pamekasan Regency.. **Method:** This study was an observational study. The study was cross-sectional because the data collection, which includes independent and dependent variables, was conducted over a period of time. The samples were achieved by random sampling methods. **Results:** There was a significant influence between the role of cigarette advertising on adolescent smoking behavior in urban areas with a value of $p = 0.029$ (OR 2.718 95% CI 1,110-6,652). Meanwhile in rural areas there was no influence between the role of cigarette advertising on adolescent smoking behavior with a value of $p = 0,406$ (OR 1,682 95% CI 0,493-5,747) . **Conclusion:** A Cigarette advertising has an influential role on adolescent smoking behavior in urban areas, while in rural areas there is no influence between cigarette advertising and adolescent smoking behavior, both the frequency and role of cigarette advertising..

Keywords: Smoking Behavior, Adolescents, Cigarette Advertising, Urban, Rural

ABSTRAK

Pendahuluan: Data menunjukkan bahwa perilaku merokok pada remaja di Indonesia merupakan masalah kesehatan yang masih patut untuk terus diperhatikan. Data menunjukkan bahwa prevalensi merokok pada penduduk usia 10-18 di tahun 2013-2018 di Indonesia mengalami peningkatan, yakni Riskesdas 2013 (7,2%), Riskesdas 2016 (8,8%), dan Riskesdas 2018 (9,1%). Pamekasan merupakan salah satu Kabupaten di Indonesia yang memiliki angka perokok remaja sebesar 25,64% (Riskesdas, 2018) dengan iklan rokok di luar ruang yang masih bertebaran, khususnya di daerah kota **Tujuan:** Menganalisa pengaruh iklan rokok di Kabupaten Pamekasan, dengan menekankan perbandingan pada daerah kota dan daerah desa di Kabupaten Pamekasan. **Metode:** Penelitian ini merupakan penelitian observasional. Berdasarkan dari segi waktu, penelitian ini bersifat *cross sectional* karena pengumpulan data, yang meliputi variabel bebas dan variabel terikat, dilakukan dalam satu periode waktu. Pengambilan sampel melalui kuesioner online dengan metode acak. **Hasil:** Terdapat pengaruh signifikan antara peran iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja di daerah perkotaan dengan nilai $p = 0,029$ (OR 2,718 95% CI 1,110-6,652). Sementara di daerah pedesaan tidak ditemukan pengaruh antara peran iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja dengan nilai $p = 0,406$ (OR 1,682 95% CI 0,493-5,747) **Kesimpulan:** Iklan rokok memiliki peran yang

berpengaruh terhadap perilaku merokok remaja di daerah perkotaan, sedangkan di daerah pedesaan tidak ada pengaruh antara iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja, baik frekuensi maupun peran iklan rokok.

Kata Kunci: Perilaku Merokok, Remaja, Iklan Rokok, Perkotaan, Pedesaan

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan periode penting yang beresiko untuk pengembangan perilaku merokok jangka panjang. Selain itu, perilaku merokok merupakan pintu masuk perilaku negatif yang lain seperti penyalahgunaan narkotika dan minuman keras. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui dan ditegaskan bahwa masa remaja adalah masa paling rawan dimulainya kebiasaan atau perilaku merokok yang dapat merugikan baik secara ekonomi maupun kesehatan. Remaja yang berada pada tahap kebimbangan untuk mengetahui seperti apa dirinya dan mau menjadi seperti apa nantinya, jika dalam masa itu remaja mempelajari kebiasaan negatif seperti merokok maka kebiasaan tersebut relatif akan menjadi kebiasaan jangka panjang atau bersifat langgeng (1).

Bahaya konsumsi rokok pada kesehatan bukan hanya dirasakan perokok itu sendiri akan tetapi asap rokok yang dihasilkan dapat pula berdampak pada orang lain disekitarnya. Penelitian terbaru menunjukkan adanya bahaya dari *secondsmoke*, yaitu asap rokok yang terhirup oleh orang-orang bukan perokok karena berada disekitar perokok atau bisa

disebut juga dengan perokok pasif. Perokok pasif menghisap lebih banyak zat berbahaya dibandingkan perokok aktif, perokok aktif hanya menghisap sekitar 25% dari asap rokok yang berasal dari ujung yang terbakar. Sementara 75% lainnya diberikan kepada non perokok ditambah separuh asap yang dihembuskan perokok. Perokok pasif menghisap 4.000 jenis bahan kimia saat terpapar asap rokok orang lain (15).

Data menunjukkan bahwa perilaku merokok pada remaja di Indonesia merupakan masalah kesehatan yang masih patut untuk terus diperhatikan. Indonesia merupakan negara terbesar ketiga di antara sepuluh negara Asia Tenggara dengan angka perokok tertinggi di dunia untuk usia 10 tahun ke atas, dengan total 53,7 juta penduduk yang merokok di tahun 2015, dimana 92.7% adalah laki-laki (*Southeast Asia Tobacco Control Alliance*, 2015). Berdasarkan *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) yang melakukan survei pada tahun 2019 kepada pelajar kelas 7-12 dengan total 9.992 pelajar dimana 5.125 di antaranya berusia 13-15 tahun, ditemukan bahwa 40,6% pernah menggunakan tembakau, dengan proporsi laki-laki lebih mendominasi sebesar 68,2% dan

perempuan 14,3%, dan 19.2% pengguna tembakau dalam sebulan terakhir dengan proporsi laki-laki sebesar 35,6% dan perempuan sebesar 3,5%. Pengguna tembakau yang dimaksud adalah siapa yang menghisap rokok, menghisap jenis tembakau lain, dan/atau menggunakan tembakau kunyah. Sedangkan khusus untuk tembakau hisap, sebanyak 39.6% pernah merokok (67,7% laki-laki dan 12,8% perempuan) dan 18.8% merupakan perokok saat ini dengan laki-laki masih mendominasi sebesar 35,5% dan 2,9% adalah perempuan (3). Kenaikan angka perokok pada usia remaja di Indonesia berdasarkan Riskesdas tahun 2018. Data menunjukkan bahwa prevalensi merokok pada penduduk usia 10-18 di tahun 2013-2018 di Indonesia mengalami peningkatan, yakni Riskesdas 2013 (7,2%), Riskesdas 2016 (8,8%), dan Riskesdas 2018 (9,1%).

Sementara di Jawa Timur berdasarkan Badan Pusat Statistik (2018) diperoleh bahwa persentase merokok pada penduduk usia ≥ 15 tahun juga mengalami kenaikan pada tahun 2018 yakni dari 27,69% (2017) menjadi 30,66% (2018). Lalu diketahui dari Riskesdas (2018) bahwa proporsi usia pertama kali merokok tiap hari di Jawa Timur yang tertinggi adalah pada usia 15-19 tahun dengan persentase 47,3% dan proporsi merokok dalam gedung/ruangan pada usia 15-19 tahun adalah 75,3% dengan jumlah tertimbang sebanyak 14.833 orang.

Salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki angka perokok yang cukup tinggi adalah Pamekasan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Jawa Timur (2018) sebanyak 21,7% adalah perokok di usia 15-24 tahun dalam satu bulan terakhir di tahun 2018. Sedangkan berdasarkan Riskesdas (2018), proporsi merokok pada penduduk umur di atas 10 tahun, yang merokok pada tahun tersebut sebanyak 25,64% dengan proporsi perokok setiap hari 21,3% dan perokok kadang-kadang sebanyak 4,44%.

Lingkungan media yang beragam menjadi salah satu pemicu perilaku merokok pada remaja. Perkembangan media melahirkan tantangan baru dalam kesehatan. Para remaja beresiko mendapat terpaan rentang rokok dari berbagai sumber, mulai dari pergaulan teman yang merokok, orang tua yang merokok, hingga iklan rokok. Berdasarkan *Global Youth Tobacco Survey* (2018) didapatkan 65,2% remaja di Indonesia berusia 13-15 tahun mengetahui adanya iklan atau promosi rokok di tempat penjualan dan 60,9% mengetahui adanya iklan atau promosi rokok di media luar ruang dalam satu bulan terakhir.

Gencarnya iklan, promosi, dan sponsor rokok dapat berdampak pada semakin meningkatnya prevalensi merokok pada remaja. Iklan, promosi, dan sponsor rokok yang dimaksud adalah iklan atau promosi yang dilakukan oleh perusahaan rokok berupa iklan luar ruang dalam bentuk

baliho atau poster. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa iklan, promosi, dan sponsor rokok menimbulkan keinginan remaja untuk mulai merokok, mendorong remaja perokok untuk terus merokok dan mendorong remaja yang telah berhenti merokok untuk kembali merokok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Megantoro (2018) bahwa terdapat pengaruh antara iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis di tahun 2019 juga menunjukkan bahwa sebanyak 98,2% yang merokok pernah terpapar dengan iklan rokok dan menyatakan bahwa iklan rokok dapat mendapat seseorang untuk merokok (9).

Pamekasan merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki angka perokok remaja sebesar 25,64% (11) dengan iklan rokok di luar ruang yang masih betebaran, khususnya di daerah kota. Penyebutan daerah kota yakni untuk daerah kecamatan Pamekasan, sedangkan daerah pedesaan yakni untuk daerah di luar kecamatan Pamekasan. Terdapat kurang lebih 30 iklan rokok di daerah kota yang berbentuk baliho besar dan kecil yang terpajang di luar ruang. Selain iklan rokok dalam bentuk baliho juga terdapat iklan rokok dalam bentuk *banner* yang terpasang pada hampir setiap warung atau toko. Tidak terkecuali warung atau toko yang letaknya berdekatan dengan sekolah. Lain halnya

dengan daerah desa yang hampir tidak ditemukan iklan rokok.

Iklan rokok memiliki sasaran kalangan muda dengan cenderung menampilkan bahwa perokok adalah lambang kejantanan yang membuat remaja dapat terpicu untuk mengikuti perilaku seperti iklan tersebut. Paparan iklan rokok yang terus menerus baik secara langsung maupun tidak langsung dapat memasuki alam bawah sadar remaja dan berhasil memberikan persuasi remaja sehingga remaja merasa merokok adalah hal yang umum, wajar, dan sangat biasa untuk dilakukan. Remaja yang sedang dalam usia pembentukan jadi diri akan tertarik dengan citra positif yang ditawarkan oleh iklan rokok(4). Berdasarkan hal ini maka peneliti ingin melihat dan menganalisa pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja di daerah perkotaan dan pedesaan Kabupaten Pamekasan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analitik observasional dengan desain *cross-sectional*. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di lingkungan sekolah menengah atas/ sederajat di Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Sampel penelitian yang akan dipilih yakni sejumlah siswa SMA/SMK di Pamekasan dengan

pengambilan sampel dalam rentang usia 16-19 tahun, yakni antara kelas XI hingga XII.

Penghitungan besar sampel dilakukan pada tiap sekolah yang terpilih berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, yakni SMKN 2 Pamekasan dan SMAN 4 Pamekasan di daerah perkotaan dan SMAN 1 Pademawu dan SMKN 1 Pakong di daerah pedesaan, dengan menggunakan rumus slovin. Setelah dilakukan perhitungan didapatkan besar sampel pada daerah perkotaan yakni pada SMKN 2 Pamekasan sebanyak 92 orang dan SMAN 4 Pamekasan sebanyak 80 orang. Lalu untuk daerah perkotaan didapatkan perhitungan besar sampel di SMKN 1 Pakong sebanyak 70 orang dan SMAN 1 Pademawu sebanyak 75 orang. Sehingga jika ditotal, sampel untuk daerah perkotaan sebanyak 172 orang dan untuk daerah pedesaan sebanyak 145 orang. Lalu pengambilan data dilakukan dengan menyebar kuesioner secara online menggunakan *google form* pada Desember 2021.

Uji dilakukan dengan menggunakan uji regresi logistik untuk menguji pengaruh antara iklan rokok yang terdiri dari kategori frekuensi paparan dan peran iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja. Sebelum dilakukan pengambilan data, instrumen dilakukan uji validitas menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA) dan uji realibilitas dengan menggunakan

Cronbach's coefficient alpha (Koefisien Alpha Cronbach).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Frekuensi paparan Iklan Rokok

Frekuensi paparan iklan rokok yakni berapa kali remaja melihat dan mengetahui keberadaan iklan rokok yang terpasang di luar ruang, baik berupa baliho di pinggir jalan atau di pertokoan dalam tiga hari terakhir. Terdapat tiga kategori hasil, yakni nol sampai dua kali, tiga sampai tujuh kali, dan lebih dari atau sama dengan delapan kali. Berikut hasil yang didapatkan di daerah perkotaan dan pedesaan.

Tabel 1. Gambaran Frekuensi Paparan Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Perkotaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

No.	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	0 – 2 kali	30	17,4
2.	3 – 7 kali	67	39,0
3.	≥ 8 kali	75	43,6
Total		172	100,0

Sumber: Uji Statistik 2022

Terlihat pada tabel 1 bahwa remaja di daerah perkotaan yang melihat iklan rokok lebih dari atau sama dengan 8 kali dalam tiga hari terakhir memiliki jumlah terbanyak dengan jumlah sebesar 43,6% (75 orang). Urutan terbanyak kedua yakni remaja yang melihat iklan rokok tiga hingga tujuh kali dalam tiga hari terakhir dengan jumlah sebesar 39,0% (67 orang). Sedangkan yang nol sampai dua kali dalam tiga hari terakhir sebanyak 17,4% (30 orang).

Tabel 2. Gambaran Frekuensi Paparan Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Pedesaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

No.	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	0 – 2 kali	20	13,8
2.	3 – 7 kali	47	32,4
3.	≥ 8 kali	78	53,8
Total		145	100,0

Sumber: Uji Statistik 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa remaja di daerah pedesaan dengan jumlah terbanyak sebesar 53,8% (78 orang) melihat iklan rokok lebih dari atau sama dengan delapan kali dalam tiga hari terakhir. Sedangkan yang melihat tiga hingga tujuh kali sebesar 32,4% (47 orang) dan yang melihat nol hingga dua kali dalam tiga hari terakhir memiliki jumlah yang sangat sedikit dibandingkan dengan yang lain yakni sebesar 13,8% (20 orang). Jika melihat hasil ini, maka dapat dilihat bahwa pada daerah perkotaan dan pedesaan memiliki hasil yang serupa yakni frekuensi paparan iklan rokok terbanyak terhadap remaja yaitu dengan jumlah lebih dari atau sama dengan delapan kali.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik pada tabel 5 dan 6 ditemukan bahwa tidak ada pengaruh yang diberikan oleh frekuensi paparan iklan terhadap perilaku merokok remaja di daerah perkotaan dengan nilai $p = 0,375$ (OR 1,806 95% CI 0,489-6,668) dan $p = 0,700$ (OR 1,286 95% CI 0,358-4,617). Juga tidak ada pengaruh yang diberikan oleh frekuensi

paparan iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja di daerah pedesaan dengan nilai $p = 0,569$ (OR 0,584 95% CI 0,092-3,723) dan $p = 0,842$ (OR 0,830 95% CI 0,131-5,233).

Hal ini dapat disebabkan oleh karena tidak seluruh remaja yang melihat iklan rokok memperhatikan dan menangkap isi pesan iklan rokok meskipun telah melihatnya berulang kali sekalipun. Seperti yang dikemukakan oleh Putra (2020) bahwa agar seseorang terpengaruh oleh strategi pemasaran rokok, maka orang tersebut perlu terpapar oleh pesan iklan rokok, namun bagaimanapun, tidak semua yang terpapar memberikan perhatian kepada pesan yang ingin disampaikan tersebut. Mereka yang memperhatikan dan menganggap bahwa iklan rokok memiliki pesan dan peran dalam mengubah sudut pandanginya, cenderung akan tertarik dan ingin mencoba apa yang ditampilkan oleh iklan rokok.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isa, et al (2017) bahwa dalam penelitiannya tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan perilaku merokok remaja. Hal serupa juga ditemukan oleh Utami (2019) bahwa adanya faktor lain yang lebih kuat, tidak menjadikan paparan iklan rokok sebagai suatu yang berpengaruh terhadap perilaku merokok siswa.

Peran Iklan Rokok

Peran iklan rokok menunjukkan nilai dan peran dari keberadaan iklan rokok di luar ruang, baik di pinggir jalan atau pertokoan, yang dirasakan oleh remaja khususnya yang dapat memberikan pengaruh buruk terhadap perilaku merokok remaja. Terdapat dua kategori penilaian, yakni berperan jika remaja merasa tampilan dan konten isi iklan rokok di luar ruang dapat mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk merokok dan kurang berperan jika kurang atau tidak dapat mempengaruhi untuk merokok.

Tabel 3. Gambaran Peran Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Perkotaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

No.	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Berperan	99	57,6
2.	Kurang Berperan	73	42,4
Total		172	100,0

Sumber: Hasil Olahan SPSS 2022

Tabel 3 menunjukkan hasil di daerah perkotaan bahwa kategori berperan terhadap perilaku merokok lebih besar daripada kategori kurang berperan terhadap perilaku merokok. Yakni sebanyak 57,6% (99 orang) merasa bahwa iklan rokok memiliki peran terhadap keinginan dan perilaku merokok, sedangkan yang merasa iklan rokok kurang berperan terhadap keinginan dan perilaku merokok sejumlah 42,4% (73 orang).

Tabel 4. Gambaran Peran Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Pedesaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

No.	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1.	Berperan	54	37,2
2.	Kurang berperan	91	62,8
Total		145	100,0

Sumber: Uji Statistik 2022

Hasil di daerah pedesaan ditunjukkan pada tabel 4 yang memperlihatkan hasil yang sebaliknya, yakni kategori kurang berperan terhadap perilaku merokok lebih besar sebanyak 62,8% (91 orang). dibandingkan dengan kategori berperan. dengan jumlah 37,2% (54 orang). Pada kedua hasil ini menunjukkan hasil yang berbeda antara daerah perkotaan dan pedesaan, yakni pada daerah perkotaan didominasi oleh responden yang merasa iklan rokok memiliki peran terhadap keinginan dan perilaku merokok mereka, sedangkan mayoritas responden pada daerah pedesaan menganggap iklan rokok kurang berperan terhadap kecenderungan perilaku merokok mereka.

Tabel 5. Gambaran Pengaruh Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Perkotaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

Frekuensi Paparan Iklan Rokok	<i>p</i>	OR (95% CI)
≥ 8 kali	0,375	1,806 (0,489-6,668)
3 – 7 kali	0,700	1,286 (0,358-4,617)

0 – 2 kali	Ref	Ref
Peran Iklan Rokok	<i>p</i>	OR (95% CI)
Berperan	0,029*	2,718 (1,110-6,652)
Kurang Berperan	Ref	Ref

Sumber: Uji Statistik 2022

Tabel 5 memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara peran iklan rokok terhadap perilaku remaja dengan nilai $p = 0,029$ (OR 2,718 95% CI 1,110-6,652). Berdasarkan nilai OR dapat diketahui bahwa seorang remaja di daerah perkotaan yang merasa bahwa iklan rokok berperan cenderung akan berperilaku merokok 2,718 kali (1,110-6,652) lebih tinggi dibandingkan remaja yang merasa bahwa iklan rokok tidak begitu berperan.

Tabel 6. Gambaran Pengaruh Iklan Rokok pada Remaja di Daerah Pedesaan Kabupaten Pamekasan Tahun 2022

Frekuensi Paparan Iklan Rokok	<i>p</i>	OR (95% CI)
≥ 8 kali	0,569	0,584 (0,092-3,723)
3 – 7 kali	0,842	0,830 (0,131-5,233)
0 – 2 kali	Ref	Ref
Peran Iklan Rokok	<i>p</i>	OR (95% CI)
Berperan	0,406	1,682 (0,493-5,747)
Kurang Berperan	Ref	Ref

Sumber: Uji Statistik 2022

Sedangkan di daerah pedesaan dapat dilihat pada tabel 6, bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan yang diberikan

oleh iklan rokok, baik dari segi frekuensi paparan dan peran iklan rokok, terhadap remaja di pedesaan Kabupaten Pamekasan.

Berbeda dengan variabel frekuensi paparan iklan rokok yang tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok remaja, variabel peran iklan rokok memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok. Namun peran iklan rokok hanya berpengaruh pada remaja di daerah perkotaan, sedangkan di pedesaan tidak. Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa nilai p untuk peran iklan rokok di pedesaan adalah kurang dari 0,05 ($p = 0,029$) yang berarti terdapat pengaruh terhadap perilaku merokok remaja, sedangkan untuk peran iklan di daerah perkotaan menunjukkan p lebih dari 0,05 ($P = 0,406$) yang berarti tidak terdapat pengaruh terhadap perilaku merokok remaja. Pada daerah perkotaan terdapat pengaruh antara peran iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja dengan nilai OR 2,718 yang berarti bahwa remaja yang merasa bahwa iklan rokok berperan cenderung akan berperilaku merokok 2,718 kali (1,110-6,652) lebih tinggi dibandingkan remaja yang merasa bahwa iklan rokok kurang berperan terhadap perilaku merokok mereka.

Hal ini dikarenakan remaja yang menganggap iklan rokok berperan terhadap keinginan merokok mereka, merasa iklan rokok benar dapat mempengaruhi sudut

pandangan mereka dalam mengambil keputusan dalam berperilaku merokok. Niat tinggi untuk merokok yang didasari oleh lingkungan keseharian, termasuk dari lingkungan orang terdekat atau lingkungan sosial mendukung remaja dalam berperilaku merokok (14).

Banyak remaja di daerah perkotaan menganggap bahwa rokok dapat menunjukkan maskulinitas seorang laki-laki sebagaimana yang mereka lihat pada desain dan tampilan iklan rokok yang terpasang di jalan ataupun pertokoan. Anggapan tentang desain dan gambar yang menarik membuat mereka ingin mencoba produk rokok yang ditawarkan. Anggapan mereka tersebut memberikan perhatian terhadap isi pesan iklan rokok, tanpa memerdulikan intensitas paparan iklan rokok yang mereka dapatkan (7).

Tampilan yang berkesan membuat remaja lebih memperhatikan isi pesan iklan rokok yang dapat mempengaruhi remaja untuk membeli rokok yang dimaksud. Sehingga remaja merasa iklan rokok memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku mereka untuk merokok ataupun mencoba rokok. Suatu penelitian menemukan bahwa sikap remaja terhadap suatu iklan produk, tidak hanya mempengaruhi perilaku mereka terhadap merk iklan yang ditawarkan, namun juga dapat mempengaruhi perilaku terhadap keseluruhan produk yang ditawarkan.

Dengan kata lain, memiliki ketertarikan dengan tampilan iklan rokok dapat mengarahkan perilaku remaja untuk menyukai produk yang ditawarkan, sehingga sikap yang demikian dapat mempengaruhi perilaku merokok remaja (5).

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, bahwa tampilan iklan dapat memicu tindakan berupa pembelian suatu produk secara cepat dan dapat bertahan dengan waktu yang lama. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian sebelumnya, bahwa berdasarkan *literature review*, terdapat tiga penelitian yang menemukan adanya keterkaitan antara iklan rokok dengan perilaku mencoba rokok juga persepsi responden (6).

Berbeda dengan hasil di daerah pedesaan yang tidak memiliki pengaruh antara iklan rokok terhadap perilaku remaja meskipun jumlah yang berperan lebih tinggi daripada yang kurang berperan, diakibatkan oleh minimnya iklan rokok dengan tampilan dan desain yang menarik, tidak seperti di perkotaan yang memiliki iklan rokok dengan tampilan menarik seperti di *billboard* dengan jumlah yang banyak. Adanya faktor lain yang lebih kuat juga menjadi sebab bahwa iklan rokok tidak dapat mempengaruhi remaja, meskipun banyak remaja yang merasa bahwa iklan rokok memiliki peran terhadap perilaku merokoknya.

Kemampuan mengelola informasi yang berbeda antara remaja di sekolah di daerah perkotaan dan pedesaan juga dapat membuat terjadinya perbedaan. Suatu penelitian memperlihatkan bahwa adanya perbedaan manajemen informasi yang dimiliki oleh siswa SMA di daerah perkotaan dan siswa SMA di daerah pedesaan di Surakarta. Siswa dikatakan baik dalam mengelola informasi apabila memerhatikan dengan seksama dan fokus. Ketika menemukan informasi penting dan dapat menerjemahkan informasi yang didapat dengan kata-kata sendiri. Kemampuan remaja di daerah pedesaan dalam menerima dan mengelola informasi yang diberikan oleh iklan rokok juga dapat menjadi salah satu sebab. Kemampuan menerima informasi penting yang lebih rendah dibandingkan remaja di daerah perkotaan, maka remaja di daerah pedesaan tidak memberikan perhatian terhadap informasi tersebut dan cenderung akan mengabaikan pesan. Sebagaimana mengelola informasi adalah keterampilan yang dipakai dalam memfokuskan informasi yang penting (12).

SIMPULAN DAN SARAN

Peran iklan rokok yang memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok di daerah perkotaan menunjukkan bahwa anggapan remaja terhadap desain dan konten iklan rokok yang mereka lihat dapat

memberikan pengaruh keinginan mereka untuk merokok perlu diperhatikan. Upaya preventif dengan memperhatikan faktor yang memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok remaja di daerah perkotaan dan pedesaan Kabupaten Pamekasan diharapkan dapat memberikan titik fokus kepada permasalahan. Penelitian lebih lanjut kepada faktor yang berpengaruh diperlukan untuk menggali lebih dalam faktor terkait lainnya.

REFERENSI

1. Trisanti, I. Remaja dan Perilaku Merokok. *The 3rd University Research Colloquium* ISSN 2407-9189. 2016.
2. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. *Factsheet Global Youth Tobacco Survey in Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kesehatan. 2018.
3. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. *Factsheet Global Youth Tobacco Survey in Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kesehatan. 2019.
4. Damang, S., Syakur, R., Andriani, R. Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok pada Remaja di SMP Negeri 7 Langgudu Kabupaten Bima. *Jurnal Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 1(1). 2019.
5. Friedman, K. L., Roberts, M. E., Keller-Hamilton, B., Yates, K. A., Paskett, E. D., Berman, M. L., Slater, M. D., Lu, B., & Ferketich, A. K. Attitudes toward Tobacco, Alcohol, and Non-Alcoholic Beverage Advertisement Themes among Adolescent Boys. *Substance Use and Misuse*, 2018. 53(10), 1706–1714. <https://doi.org/10.1080/10826084.2018.1429473>

6. Hasanah, R., Gayatri, R. W., & Ratih, S. P. Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Merokok Siswa: Literature Review. *Sport Science and Health*, 2021. 3(10), 757–760.
<https://doi.org/10.17977/um062v3i102021p757-760>
7. Helme, D. W., Morris, E., de la Serna, A., Zelaya, C., Oser, C., & Knudsen, H. K. “Country Boys Spit and Dip”: Masculinity and Rural Adolescent Smokeless Tobacco Use. *Journal of Men’s Studies*, 2021. 29(2), 213–234.
<https://doi.org/10.1177/1060826520946458>
8. Isal, L., Lestari, H., & Afa, J. ubungan Tipe Kepribadian, Peran Orang Tua dan Saudara, Peran Teman Sebaya, dan Peran Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok pada Siswa Smp Negeri 9. *JIMKESMAS*, 2(7). 2017.
9. Munir, M. Gambaran Perilaku Merokok pada Remaja Laki-Laki. *Jurnal Kesehatan*, 12(2). 2019.
10. Putra, H. S., Rosemary, R., Yanuar, D., & Ahsan, A. The effect of cigarette advertising on smoking behaviour of students in Banda Aceh City, Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 2020. 36(2), 348–363. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3602-21>
11. Riskesdas. Hasil Utama Riskesdas 2018. Jakarta:Kementrian Kesehatan RI
12. Sugiharto, B., Malinda, E. R., Azizzah, H., Anugerah, J. F., Rani, M. J. M., Padmi, N. R. C., & Alifah, N. Perbedaan Kesadaran Metakognisi Siswa SMA di Desa dan di Kota. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 2020. 8(1), 78–91.
<https://doi.org/10.24815/jpsi.v8i1.15354>
13. Utami, D. R. R. B., & Susilowati, T. Relationship Of Smoking Behavior Factors With Smoking Behavior Student’s Of SLTPN 2 Plupuh Sragen. In *IJMS-Indonesian Journal On Medical Science*, 2019. 6(2).
<https://ejournal.ijmsbm.org/index.php/ijms/article/view/188>
14. Xu, X., Liu, D., Sharma, M., & Zhao, Y. Prevalence and determinants of current smoking and intention to smoke among secondary school students: A cross-sectional survey among Han and Tujia nationalities in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2017. 14(11).
<https://doi.org/10.3390/ijerph14111323>
15. Humaerah, Et Al. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Efektifitas Area Kawasan Tanpa Rokok (KTR) Di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 9 Banjarmasin Tahun 2020. 2020.