

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi wilayah penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang terletak di Jl. Lingkar Selatan Yogyakarta Kabupaten Bantul, propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang salah satunya adalah Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, program studi yang terdapat di Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan adalah Kedokteran Umum, Kedokteran Gigi, Farmasi dan Ilmu Keperawatan. Program Studi Ilmu Keperawatan terdiri dari 4 angkatan mulai dari angkatan 2013 – 2010. Program Studi Ilmu Keperawatan memiliki fasilitas yang dapat mendukung siswanya dalam meningkatkan kemampuan proses pembelajaran yang didukung dengan adanya laboratorium biomedis, mini hospital dan ruangan IT. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2014. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi angkatan 2012 dan 2013.

B. Hasil penelitian

1. Jenis kelamin

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	53	70,67%
Perempuan	22	29,33%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2012 dan 2013 terlihat bahwa jenis kelamin responden sebagian besar adalah perempuan 53 orang 71%.

2. Iklan rokok terhadap remaja

Paparan iklan terhadap responden diukur dengan skor berdasarkan jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Dengan pemberian skor tinggi bila >75% 100% sedang bila skor 60%-74% dan rendah bila

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan iklan tentang rokok

No	Iklan Rokok	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	30	40%
2	Sedang	45	60%
3	Rendah	0	0%
Total		75	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa paparan iklan tentang rokok terhadap responden tentang merokok secara keseluruhan adalah sedang untuk menjadi perokok yaitu sebanyak 45 responden (60%).

3. Sikap remaja tentang merokok

Sikap responden diukur dengan skor berdasarkan jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Dengan pemberian skor: positif (>50%) dan negatif (\leq 50%).

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan sikap tentang merokok

No	Sikap remaja	Frekuensi	Persentase
1	Positif	48	64%
2	Negatif	27	36%
Total		75	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa sikap positif responden tentang merokok yaitu sebanyak 48 responden (64%)

4. Perilaku remaja tentang merokok

Perilaku responden diukur dengan skor berdasarkan jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Dengan pemberian skor: positif (>50%) dan negatif (\leq 50%).

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan perilaku merokok

No	Perilaku remaja	Frekuensi	Persentase
1	Positif	36	48%
2	Negatif	39	52%
Total		75	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa perilaku negatif responden tentang merokok yaitu sebanyak 39 responden (52%).

5. Hubungan antara iklan dengan sikap remaja tentang merokok

Ada tidaknya hubungan antara paparan iklan rokok dengan sikap responden tentang merokok di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta disajikan dalam *Cross Table* sebagai berikut:

Tabel 7. Hubungan antara iklan rokok terhadap sikap remaja tentang merokok.

		Sikap tentang merokok		Total	
		Positif	Negatif		
Paparan iklan rokok	Tinggi	17	13	30	P: 0,28
		56, 7%	43, 3%	100%	
	Sedang	31	14	45	
		68, 9%	31, 1%	100%	
Total		48	27	75	
		64, 0%	36, 0%	100%	

Hasil penelitian yang didapatkan kemudian diuji statistik dengan menggunakan *Chi Square* dengan bantuan SPSS for windows release 18. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5%. Ada tidaknya hubungan yang signifikan dinyatakan dengan angka pada sig. (2-sided). Jika hasil yang diperoleh kurang dari 0,05 (p) maka terdapat hubungan yang signifikan.

Hubungan antara iklan rokok dengan sikap remaja tentang merokok diperoleh nilai sig. (2-sided) sebesar 0,28 didapat dari hasil uji statistik. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara paparan iklan rokok dengan sikap remaja merokok di program studi Ilmu Kesehatan angkatan 2012 dan 2013 Universitas

6. Hubungan antara sikap dengan perilaku remaja tentang merokok

Ada tidaknya hubungan antara sikap dengan perilaku responden tentang merokok di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta disajikan dalam *Cross table* sebagai berikut:

Tabel 8. Hubungan antara sikap dengan perilaku remaja tentang merokok.

		Perilaku tentang merokok		Total	
		Positif	Negatif		
Sikap tentang merokok	Positif	27 56,3%	21 43,8%	48 100%	P: 0,06
	Negatif	9 33,3%	18 66,7%	27 100%	
Total		36 48,0%	39 52,0%	75 100%	

Hasil penelitian yang didapatkan kemudian diuji statistik dengan menggunakan *Chi Square* dengan bantuan SPSS for windows release 18. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5%. Ada tidaknya hubungan yang signifikan dinyatakan dengan angka pada sig. (2-sided). Jika hasil yang diperoleh kurang dari 0,05 (p) maka terdapat hubungan yang signifikan, tetapi jika $p > 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Hubungan antara sikap dan perilaku remaja tentang merokok diperoleh nilai sig. (2-sided) sebesar 0,06 didapat dari hasil uji statistik. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara sikap dengan perilaku remaja tentang merokok di

program studi Ilmu Keperawatan angkatan 2012 dan 2013 Universitas Muhammdiyah Yogyakarta.

C. Pembahasan

1. Iklan

Iklan dan promosi adalah kegiatan penting bagi perusahaan yang ingin mempertahankan atau meningkatkan penjualan suatu produk, dan perusahaan tembakau. Sedangkan iklan produk tembakau didefinisikan sebagai benda utilitarian bantalan logo produk tembakau atau merek atau visibilitas bentuk produk tembakau. Faktor-faktor berikut meningkatkan kemungkinan penggunaan produk tembakau di kalangan remaja: melihat aktor di TV dan banyaknya iklan rokok berupa poster atau *billboard* didekat rumah atau sekolah Braham & Britton (2011).

Iklan, promosi ataupun sponsor kegiatan yang dilakukan oleh para produsen rokok merupakan sarana yang sangat ampuh untuk mempengaruhi remaja & anak-anak. Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Hamka beserta Komnas Anak pada tahun 2007 memperlihatkan bahwa sebanyak 99,7 % anak melihat iklan rokok di televisi, dimana 68 % mengatakan memiliki kesan positif terhadap iklan rokok tersebut & 50 % mengatakan menjadi lebih percaya diri seperti di

Dalam penelitian Benson & Hedges dalam (Monyeki, 2013) iklan rokok berusaha memberikan kesan yang positif seperti merokok membuat hidup lebih santai, terlihat keren dan bahkan terlihat lebih kaya. Dalam penelitian Wellman (2006) produsen rokok megiklankan rokok mereka dengan menggunakan slogan yang sangat dekat dengan remaja misalnya: “Gak Ada Loe Gak Rame”, “Ekspresikan Aksi Loe”, “Enjoy Aja”.

Dalam penelitian Arora, *et al.*, (2013) taktik penjualan rokok mereka dengan menggunakan kemasan yang berwarna. Seperti pemilihan warna yang mencolok dan penggunaan *font* (penulisan). Strategi yang lain yaitu dengan pemberian *merchendis* untuk menarik konsumen dalam membeli produk rokok mereka, seperti handuk, dan gelas.

Dalam penelitian ini dari 75 responden didapatkan bahwa 87% menjawab, responden tidak akan seperti bintang iklan rokok setelah mereka melihat iklan rokok dan tidak akan membeli rokok setelah melihat iklan rokok. Sedangkan untuk pesan kesehatan sendiri dari 75 responden didapatkan bahwa 76% responden menjawab mereka tidak pernah membaca pesan kesehatan yang terdapat dalam iklan rokok. Dan lebih dari 68% menjawab responden tidak percaya bahwa pesan kesehatan yang terdapat dalam iklan rokok benar adanya

2. Hubungan iklan terhadap sikap remaja merokok

Berdasarkan hasil analisa statistik menggunakan *Chi Square*, didapatkan hasil yang diperoleh untuk sig. (2-sided) adalah 0,30 yang berarti lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan sikap remaja tentang merokok. Dikarenakan sebagian besar responden adalah perempuan dan penelitian ini dilakukan di Fakultas Kesehatan. Hal ini didukung dalam penelitian Ariani (2011) dengan hasil bahwa pengaruh iklan terhadap sikap remaja tentang merokok berpengaruh sangat lemah akan tetapi memiliki kontribusi kepada pembentukan sikap awal remaja terhadap merokok, dimana apabila remaja lebih sering terpapar oleh iklan rokok maka remaja akan mulai tertarik untuk mulai membeli dan memulai untuk merokok. Yang pada akhirnya akan menilai bahwa sikap merokok itu adalah hal yang positif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2008) faktor yang mempengaruhi sikap tentang merokok meliputi faktor kepribadian, pengaruh teman dan orang tua. Dalam hal ini faktor lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia baik secara langsung maupun tidak langsung dan akan mempengaruhi perubahan sikap seseorang karena sikap dipengaruhi oleh komponen afektif dan kognitif

komponen afektif selalu berhubungan dengan komponen kognitif. Sikap dapat berubah-ubah karena sikap dapat dipelajari. Sikap tidak dapat berdiri sendiri, akan tetapi senantiasa berhubungan terhadap suatu objek yang dapat dipelajari dan sikap dapat berkaitan dengan satu objek.

Hasil ini berkebalikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Sudaryanto (2010) yaitu dengan hasil uji statistik dengan menggunakan Chi Square diperoleh nilai (p) sebesar 0,006 ($p < 0,05$). Yang berarti ada hubungan yang signifikan antara iklan rokok terhadap sikap remaja merokok. Akan tetapi pengaruh ini didukung atau lebih besar dipengaruhi oleh pengaruh orang tua ataupun asuh orang tua dan pengaruh teman.

Hasil signifikan juga terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Djapri (2011), dengan hasil $p = 0,00 < 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan sikap remaja merokok. Bahwa semakin meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk merokok, khususnya remaja tidak terlepas dari pengaruh tanyangan iklan di media massa. Yang lebih memprihatinkan menurut beliau iklan-iklan rokok semakin lihai menjerat konsumen. Tidak jarang hal-hal positif diselipkan dan disalahgunakan untuk menanamkan persepsi tentang merokok yang sebenarnya merugikan. Mereka beritanya bagaimana

caranya masuk dalam persepsi masyarakat bahwa *it's oke* untuk merokok. Misalnya memakai ilustrasi solidaritas dan keakraban teman.

Perubahan sikap remaja untuk menjadi perokok terbagi dalam beberapa fase. Pada fase awal remaja menerima iklan rokok, namun mereka belum mempunyai inisiasi untuk mulai merokok Elizabeth, *et al.*, (2007). Tiga fase awal ketika remaja ingin merokok yaitu penggunaan awal dari tembakau, terus menggunakan dan akhirnya ketergantungan Curry, Mermelstein & Sporer (2010).

3. Hubungan antara sikap dengan perilaku remaja tentang merokok

Berdasarkan hasil analisa statistik menggunakan *Chi Square*, didapatkan hasil yang sig. (2-sided) adalah 0.06 yang berarti lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara sikap dengan perilaku remaja tentang merokok. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi *et al.* (2013) dengan hasil uji statistik menunjukkan tidak terdapat hubungan yang bermakna antara sikap dengan kebiasaan merokok ($p=1,00$). Dengan hasil penelitian didapatkan proporsi siswa yang merokok lebih tinggi dengan sikap negatif daripada sikap positif (32,6% : 28,6%).

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maseda *et al.* (2013) dengan hasil penelitian dari 91 responden dengan sikap positif

sebanyak 22 orang yang mempunyai perilaku merokok dan 69 orang yang

tidak merokok, sedangkan untuk 37 responden dengan sikap negatif terdapat 30 orang mempunyai perilaku merokok dan 7 orang tidak merokok, dari uji statistik *Chi Square* diperoleh nilai $p = 0,00 < \alpha = 0,05$ berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap tentang bahaya merokok dengan perilaku merokok yang berarti hipotesis (H_a) diterima. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kebiasaan merokok.

Sebelum menjadi perokok aktif, seseorang melalui beberapa tahapan yang dilaluinya terlebih dahulu. Levental & Clearly (dalam Sukma, 2011) mengungkapkan terdapat empat tahapan dalam perilaku merokok sehingga seseorang menjadi perokok, yaitu: tahap yang pertama yaitu tahap *prepatory*, dimana seseorang mendapatkan gambaran yang menyenangkan mengenai merokok dengan cara mendengar, melihat atau dari hasil bacaan. Hal-hal seperti ini dapat menimbulkan minat untuk merokok. Tahap yang kedua yaitu tahap *initiation*, merupakan tahap perintisan merokok yaitu tahap apakah seseorang akan meneruskan atau tidak terhadap perilaku merokok. Tahap yang ketiga yaitu tahap *becoming a smoker*, apabila seseorang telah mengkonsumsi rokok sebanyak empat batang per hari maka mempunyai kecenderungan menjadi perokok. Tahap yang keempat yaitu *maintenance of smoking*, tahapan ini

merokok sudah menjadi salah satu bagian dari cara pengaturan diri (*self regulating*).

Menurut Sarafino dalam Aula (2010) menyebutkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku merokok selain faktor lingkungan yaitu faktor genetik dan faktor psikologis demi relaksasi atau ketenangan serta mengurangi kecemasan maupun ketegangan. Perubahan psikososial pada masa remaja juga kemungkinan menjadi faktor lain perilaku merokok yang tidak dipengaruhi oleh teman sebaya seperti bersifat rasa ingin tahu yang tinggi (Sejati, 2008).

Pada kuisioner perilaku yang telah dibagikan menunjukkan bahwa faktor dalam diri responden mempengaruhi untuk merokok, ini ditunjukkan bahwa dari 75 responden menyatakan bahwa (92,67%) dari pernyataan responden dengan merokok maka termasuk dalam jajaran anak gaul dan bisa berkonsentrasi ketika sedang gelisah.

Adapun pada kuisioner perilaku yang telah dibagikan menunjukkan bahwa faktor keluarga responden mempengaruhi untuk merokok, ini ditunjukkan bahwa dari 75 responden menyatakan bahwa (83,33%) dari pernyataan responden dengan orang tua yang merokok maka dapat menyebabkan seseorang untuk merokok. Sedangkan pada kuisioner perilaku yang telah dibagikan menunjukkan bahwa faktor teman responden mempengaruhi untuk merokok ini ditunjukkan bahwa

(66,67%) dari pernyataan responden menyatakan bahwa teman dapat mempengaruhi seseorang untuk merokok.

Kebiasaan merokok pada remaja dipengaruhi oleh orang tua, teman sebaya, kepribadian dan media informasi yang mengiklankan rokok. Menurut Berry dalam Oktavia (2010), teman sebaya mempunyai peran yang sangat berpengaruh bagi remaja, karena remaja lebih sering menghabiskan waktunya bersama teman-teman sebaya mereka. Di antara remaja yang memiliki kebiasaan merokok, 87% diantaranya mempunyai sekurang-kurangnya satu sahabat yang memiliki kebiasaan merokok begitu pula dengan remaja non perokok.

D. Faktor pendukung dan penghambat

Pada waktu melaksanakan penelitian ini, ada faktor yang mendukung diantaranya adalah:

1. Lokasi yang dekat dan mudah untuk dijangkau.
2. Adanya bantuan dari teman angkatan dalam melakukan penelitian dan beberapa teman yang berbeda angkatan yang membantu dalam pengambilan data penelitian.
3. Responden yang sangat kooperatif dalam melakukan pengisian kuisioner.

Adapun faktor yang menghambat dalam penelitian ini diantaranya yaitu beberapa mahasiswa yang tidak mau dan tidak lengkap dalam mengisi kuisioner

E. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Instrument penelitian yang digunakan adalah bentuk kuisisioner, baik untuk aspek iklan, sikap dan perilaku merokok pada remaja. bentuk kuisisioner belum memberikan informasi yang lengkap tentang iklan, sikap dan perilaku merokok remaja pada responden karena kemungkinan ada unsur subjektif dalam menjawab pertanyaan.

Sebenarnya informasi yang lengkap harus ditunjang dengan pengumpulan data yang lebih cermat yaitu dengan teknik wawancara dan observasi. Namun karena keterbatasan peneliti dalam hal waktu penelitian sehingga peneliti tidak dapat melakukan teknik wawancara dan observasi langsung dengan responden.

2. Ada beberapa variabel pengganggu yang tidak dapat dikendalikan oleh peneliti yaitu orang tua, lingkungan atau pergaulan sehingga timbul bias sangat memungkinkan terjadi dan mempengaruhi hasil penelitian. Hal ini disebabkan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian