

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Wahyu Dwi Prasetyo
44312110087

Efek Iklan Bergambar Pada Kemasan Produk Tembakau Terhadap Afeksi Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMA XYZ Jakarta Selatan Tahun 2015

Jumlah halaman : vii + 112 halaman + 8 lampiran

Bibliografi : 39 acuan, 2002 - 2013

ABSTRAK

Kebiasaan merokok bagi remaja merupakan suatu pemandangan yang sangat umum. Merokok dianggap dapat memberikan kenikmatan bagi remaja sehingga sangat sulit untuk berhenti merokok, namun dilain pihak dapat menimbulkan dampak buruk bagi perokok sendiri maupun orang-orang disekitarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan bergambar pada kemasan produk tembakau terhadap perilaku kebiasaan merokok pada remaja di SMA XYZ Jakarta Selatan Tahun 2015.

Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah *survey eksplanatif* bersifat asosiatif, yaitu bermaksud untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa berjumlah 72 orang dengan pengambilan sampel *Simple Random Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang merokok sebagian besar erusia 16 tahun (53%), rata-rata duduk di kelas X (51%), pengalaman pertama kali merokok saat masuk SLTP (48%) dan rata-rata remaja memiliki keluarga perokok (86%).Sebagian besar iklan gambar pada kemasan produk tembakau tidak mempengaruhi niat remaja untuk melakukan kebiasaan merokok atau sebanyak 68% remaja tidak terpapar oleh iklan bergambar. Sebagian besar memiliki perilaku merokok kurang baik menunjukkan bahwa sebanyak 61% responden sebenarnya belum menyadari kebiasaan merokok yang berdampak pada diri remaja.Ada pengaruh iklan bergambar pada kemasan produk tembakau terhadap afeksi perilaku merokok pada remaja di SMA XYZ Jakarta Selatan Tahun 2015 dengan nilai P Value = 0.000.

Saran Penelitian ini adalah Bagi pemerintah seharusnya dalam membuat peraturan tentang pencantuman label peringatan gambar di kemasan rokok lebih besar ukurannya 100% *full*. Indikator-indikator yang harus dipenuhi perusahaan rokok dalam pembuatan label seharusnya dipertimbangkan oleh pemerintah agar tujuan yang diharapkan dari pencantuman gambar tersebut dapat terwujud. Gambar yang diterakan dalam kemasan harus lebih besar bahkan kalau perlu dicantumkan gambar penyakit paling berbahaya (kanker). Nilai cukai rokok juga jika perlu lebih tinggi.

Kata Kunci: Iklan Bergambar, Perilaku, Afeksi.