

# Peranan pendidik sebaya dalam mencegah perilaku mencoba untuk merokok pada remaja: studi dan intervensi pada siswa kelas VII SMP Negeri 163 Jakarta = The role of peer educators in preventing smoking behavior among at risk students study and intervention in grade 7 SMP 163 Jakarta

Irawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432923&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Studi dan intervensi ini bertujuan untuk mencegah perilaku mencoba merokok pada remaja melalui dukungan sosial dari pendidik sebaya. Terdapat dua macam intervensi yang dilakukan, yaitu pemberian informasi mengenai bahaya merokok terhadap kesehatan kepada siswa yang dilakukan oleh pendidik sebaya, dan intervensi social marketing berupa pembagian stiker dan gantungan kunci "be smart don't start". Hasil intervensi oleh pendidik sebaya menemukan bahwa pengetahuan siswa meningkat 1,355 poin, uji statistik menunjukkan terdapat perbedaan signifikan antara pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi ( $p$ -value < 0,05). Nilai sikap siswa meningkat 0,564 poin, hasil uji statistik menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antara sikap sebelum dan sesudah intervensi ( $p$ -value > 0,05). Intensi siswa untuk tidak mencoba merokok meningkat 0,256 poin, hasil uji statistik menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antara intensi sebelum dan sesudah intervensi ( $p$ -value > 0,05). Sementara pembagian stiker dan gantungan kunci berdampak positif, tidak hanya mengingatkan siswa akan bahaya merokok bagi kesehatan, namun juga digunakan oleh siswa untuk mengingatkan temannya untuk tidak mencoba merokok.

<hr>This studies and interventions aimed to prevent trying smoking behavioral among at risk students through social support from peer educators. There are two kinds of intervention, namely providing information for students on health risks of smoking conducted by peer educators and social marketing intervention by distribution of stickers and key chains "be smart don't start". The intervention result by peer educators conclude that students' knowledge increased 1.355 points, the test of statistics confirmed significant difference between student knowledge before and after intervention ( $p$ -value < 0.05). Students attitudes value increased 0.564 points, however results on statistics explained no significant differences between student attitudes before and after intervention ( $p$ -value > 0.05). Students intention for not to try smoking rose 0.256 points, although results on statistics showed no significant difference between student intention before and after intervention ( $p$ -value > 0.05). Social marketing interventions trough stickers and key chains distribution have a positive impact, not only to remind students on health risks of smoking, but also used to remind them not to try smoking.