

BAB 5 HASIL PENELITIAN

5.1. Gambaran Umum FISIP UI

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang didirikan sejak tahun 1968, saat ini merupakan salah satu fakultas dengan jumlah program studi dan mahasiswa terbanyak yang terdapat di Universitas Indonesia. Dikatakan demikian karena sejak berdiri sampai dengan tahun 2005, FISIP UI berkembang dengan pesat sehingga memiliki 8 Departemen, 35 program studi dengan 52 program kekhususan, dengan jumlah mahasiswa sebanyak 7912 orang. Adapun 8 Departemen di FISIP UI dapat dilihat di bawah ini, yaitu:

1. Ilmu Komunikasi
2. Ilmu Politik
3. Ilmu Administrasi
4. Kriminologi
5. Sosiologi
6. Kesejahteraan Sosial
7. Antropologi
8. Hubungan Internasional

Secara kelembagaan, FISIP UI merupakan bagian dari BHMN (Badan Hukum Milik Negara) Universitas Indonesia. Sejak tahun 2001, melalui Peraturan Pemerintah nomor 152, Universitas Indonesia ditempatkan sebagai BHMN, yaitu sebuah lembaga yang secara manajemen otonom dari pemerintah. Dengan status tersebut Universitas memiliki Anggaran Rumah tangga sendiri, yang dituangkan dalam bentuk keputusan Majelis Wali Amanat Universitas Indonesia tahun 2003 melalui SK No. 01/SK/MWA-UI/2003.

Melalui Keputusan No. 662/SK/R/UI/2002, tanggal 28 November 2002, tentang pemberhentian dan pengangkatan Dekan FISIP UI, Rektor mengangkat Dr. Gumilar Rusliwa Somantri sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Bersama dengan wakil Dekan bidang akademik Dr.

Bambang Shergi Laksmono MSc, Wakil Dekan bidang non akademik Drs. Tafsir Nurchamid, Ak.M.Si, beserta berbagai jajaran pimpinan. Para pimpinan FISIP UI berusaha bersama untuk melakukan transformasi empat tahun ke depan menuju format kelembagaan yang lebih sesuai dengan “ruh” dan dinamika sebuah badan yang otonom, mandiri (non subsidi) dan profesional. Transformasi ini tentu bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, karena membutuhkan prasyarat perubahanan “mindset” dari semua warga sivitas-akademika. Salah satu cara yang dapat ditempuh dalam rangka menggulirkan transformasi secara sistematis adalah dengan merumuskan Visi, Misi, dan Rencana Strategis (Renstra) serta program-program yang konstruktif.

5.1.1. Visi dan Misi

Visi FISIP UI menunjukkan posisi dan arahan yang dapat dipergunakan fakultas dalam rangka mencapai posisi yang akan dicapai pada masa beberapa tahun ke depan. Visi FISIP UI merupakan format interpretatif dan akomodatif kondisi fakultas terhadap Visi Universitas Indonesia. Rumusan Visi FISIP UI memuat beberapa kata kunci yang tercakup dalam Visi UI seperti “fakultas pengajaran berbasis riset”, “mengembangkan riset unggulan”, serta “memberi kontribusi pada pengembangan kehidupan bangsa”. Rumusan Visi FISIP-UI secara lengkap adalah sebagai berikut:

”Menjadi fakultas pengajaran yang berbasis riset dan mengembangkan riset unggulan di bidang ilmu sosial dan ilmu politik, yang secara manajerial, intelektual, serta moral memberi kontribusi pada pengembangan kehidupan bangsa sebagai bagian dari tata peradaban yang lebih luas”.

Dengan Visi tersebut maka FISIP UI menetapkan Misinya sebagai berikut:

- Menyelenggarakan proses pengajaran yang bermutu, melalui rintisan pengajaran berbasis riset, dalam rangka mencetak lulusan berdaya saing tinggi baik secara akademis maupun moral.

- Mengembangkan kebijakan dan kegiatan karya riset "noble" serta riset komersial yang berkualitas dan yang berguna bagi komunitas akademik, mahasiswa, pemerintah maupun industri.
- Mengembangkan SDM tenaga akademik (pengajar/peneliti) dan non akademik (administrasi) yang profesional (handal, beretika dan sejahtera) dalam rangka peningkatan mutu pelayanan terhadap stakeholders dan pasar.
- Menerapkan sistem manajemen profesional berbasis transparansi dan akuntabilitas dalam rangka menciptakan tata kerja yang baik, kinerja tinggi, serta efisiensi dan efektivitas organisasi.
- Menciptakan iklim kerja yang kondusif ditandai oleh berkembangnya semangat kerja sama, saling percaya (mutual-trust), dan terbentuknya nilai-nilai bersama (shared value).

5.2. Karakteristik Responden

Tabel 5.1

Mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang merokok

No.	Jurusan	Frekuensi	%
1.	Ilmu Komunikasi	24	48
2.	Ilmu Politik	5	10
3.	Kriminologi	3	6
4.	Ilmu Administrasi Negara	2	4
5.	Ilmu Administrasi Niaga	6	12
6.	Ilmu Administrasi Fiskal	10	20
Total mahasiswi		50	100

5.3. Analisa Univariat

Pada analisa univariat ini ditampilkan distribusi frekuensi dari setiap variabel yang diteliti baik variabel dependen maupun variabel independen. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang menjadi responden adalah 50 orang mahasiswi. Berikut ini adalah hasil pengolahan datanya:

5.3.1. Gambaran Tingkat Pengetahuan

Tingkat pengetahuan yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 6 pertanyaan, namun pada pertanyaan nomer 2 pertanyaan dipecah lagi menjadi 8 pertanyaan, sehingga total dari pertanyaan untuk pengetahuan adalah 13 pertanyaan. Pengetahuan tersebut meliputi bahaya rokok terhadap kesehatan, bahaya yang ditimbulkan oleh rokok pada wanita hamil terhadap janin/bayi yang dikandung, kandungan rokok yang menyebabkan kecanduan, bahaya asap rokok terhadap kesehatan, dampak rokok terhadap perempuan dan laki-laki, dan risiko pada perokok pasif.

Berikut ini adalah distribusi responden berdasarkan jawaban terhadap pertanyaan pengetahuan:

Tabel 5.2
Distribusi responden menurut jawaban pertanyaan pengetahuan

No.	Pertanyaan	Distribusi Jawaban Responden (n)	
		Benar	%
A.01	Menurut Anda apakah rokok berbahaya bagi kesehatan	50	100
A.02	Bahaya apa saja yang ditimbulkan oleh wanita hamil yang merokok pada janin/bayi yang dikandung:		
	a. Berat badan lahir rendah (BBLR), berat badan bayi dibawah berat normal	27	54
	b. Bayi lahir prematur	31	62
	c. Beresiko tinggi mengalami keguguran	48	96
	d. Kematian janin	36	72
	e. Kematian bayi sesudah lahir	17	34
	f. Kematian mendadak pada bayi	21	42
	g. Mengganggu daya intelektual bayi	34	68
h. Mengganggu kesehatan fisik bayi	41	82	
A.03	Tar merupakan kandungan rokok yang dapat menyebabkan kecanduan	19	38
A.04	Apakah asap rokok berbahaya bagi kesehatan	48	96
A.05	Apakah dampak merokok berbeda untuk perempuan dan laki-laki	33	66
A.06	Apakah perokok pasif (<i>secondhand smoker</i>) memiliki resiko lebih tinggi terhadap kesehatan dari pada perokok aktif	44	88

Berdasarkan hasil uji normalitas data yang nilainya $-0,98$ maka distribusi data termasuk normal, sehingga tingkat pengetahuan yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean pada tingkat pengetahuan sebagai standar untuk kategori tingkat pengetahuan yang baik dan buruk. Nilai Mean dari tingkat pengetahuan adalah $8,64$ maka responden yang memiliki nilai $\geq 8,64$ memiliki tingkat pengetahuan yang baik dan apabila $< 8,64$ memiliki tingkat pengetahuan yang buruk.

Berikut ini adalah gambaran distribusinya:

Tabel 5.3
Distribusi responden menurut tingkat pengetahuan

Tingkat Pengetahuan	n	%
Baik	26	52
Buruk	24	48
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 52% dari seluruh responden memiliki tingkat pengetahuan yang baik dan 48% responden memiliki tingkat pengetahuan yang buruk.

5.3.2. Gambaran Sikap

Sikap responden terhadap perilaku merokok meliputi 7 pernyataan dengan 4 pilihan jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Pernyataan tersebut seputar sikap responden terhadap perilaku merokok mereka masing-masing.

Berikut adalah distribusi jawaban dari pernyataan sikap:

Tabel 5.4
Distribusi responden menurut jawaban pernyataan sikap

No.	Pernyataan	Distribusi Jawaban Pernyataan Responden (n)							
		STS		TS		S		SS	
		n	%	n	%	n	%	n	%
B.01	Merokok adalah perbuatan yang banyak ruginya			12	24	32	64	6	12
B.02	Perlu dibuat peraturan pemerintah untuk mengendalikan bahaya rokok terhadap kesehatan	2	4	19	38	28	56	1	2
B.03	Dampak yang ditimbulkan rokok tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh dari cukai rokok			11	22	30	60	9	18
B.04	Merokok di tempat-tempat umum seperti: di bus, bioskop, ruang kantor, mall dll harus dilarang karena asap rokoknya dapat mengganggu dan membahayakan orang lain			8	16	33	66	9	18
B.05	Merokok membuat saya terlihat keren	1	2	11	22	29	58	9	18
B.06	Pada bungkus rokok harusnya ditambah dengan gambar efek samping dari merokok, misalnya ditambahkan gambar kanker mulut akibat rokok, seperti bungkus rokok yang dijual di luar negeri	1	2	16	32	22	44	11	22
B.07	Merokok adalah syarat bagi remaja untuk dapat diterima di kelompok atau gengnya			5	10	27	54	18	36

Pemberian skoring dilakukan sesuai dengan pernyataan. Apabila pernyataan positif maka skor paling tinggi (nilai 4) terdapat pada jawaban sangat setuju (SS). Namun apabila pernyataan negatif maka skor paling tinggi (nilai 4) terdapat pada jawaban sangat tidak setuju (STS).

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai 2,65 yang berarti distribusi datanya tidak normal, sehingga sikap yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Median sebagai standar untuk kategori sikap positif dan negatif. Nilai Median sikap adalah 13,00 artinya apabila nilai sikap responden $\geq 13,00$ maka dikategorikan memiliki sikap yang positif dan yang memiliki nilai sikap responden $< 13,00$ maka dikategorikan memiliki sikap yang negatif.

Berikut ini hasil distribusi sikap responden terhadap perilaku merokok:

Tabel 5.5
Distribusi responden menurut sikap

Sikap	n	%
Sikap Positif	29	58
Sikap Negatif	21	42
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 58% dari seluruh responden memiliki sikap positif terhadap rokok dan 42% responden memiliki sikap negatif terhadap rokok.

5.3.3. Gambaran Perilaku

Perilaku merokok yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 5 pertanyaan. Pertanyaan tersebut mengenai perilaku merokok responden.

Berikut adalah distribusi jawaban dari pertanyaan perilaku merokok responden:

Tabel 5.6
Distribusi responden menurut jawaban pertanyaan perilaku

No.	Pertanyaan:	Distribusi Jawaban Responden (n)	
		n	%
C.01.	Sudah berapa lama Anda merokok?		
	1. Kurang dari 1 tahun	6	12
	2. 1-2 tahun	8	16
	3. 3-4 tahun	15	30
	4. lebih dari 4 tahun	21	42
C.02.	Pada umur berapa Anda mulai merokok?		
	1. 10-14	7	14
	2. 15-20	27	54
	3. 21-25	16	32
C.03.	Dimana biasanya Anda merokok? Pilih 1 jawaban saja		
	1. Tempat pribadi (kamar, kost, toilet pribadi, dll)	11	22
	2. Tempat-tempat umum (kampus, mall, kendaraan umum, dll)	39	78
C.04.	Berapa batang Anda merokok dalam sehari?		
	1. 1-4 batang/hari	25	50
	2. 5-14 batang/hari	21	42
	3. >15 batang/hari	4	8
C.05.	Apakah Anda pernah mencoba untuk berhenti merokok?		
	1. Pernah	28	56
	2. Tidak Pernah	22	44

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai 0,89 yang berarti distribusi datanya normal, sehingga perilaku yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean sebagai standar untuk kategori perilaku merokok tinggi dan rendah. Nilai Mean 3,78 artinya apabila nilai perilaku responden $\geq 3,78$ maka dikategorikan memiliki tingkat perilaku merokok yang tinggi dan yang memiliki nilai perilaku responden $< 3,78$ maka dikategorikan memiliki tingkat perilaku merokok yang rendah.

Berikut ini hasil distribusi perilaku merokok responden:

Tabel 5.7
Distribusi responden menurut tingkat perilaku merokok

Tingkat perilaku merokok	n	%
Tinggi	32	64
Rendah	18	36
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 64% dari seluruh responden memiliki tingkat perilaku merokok yang tinggi dan 36% responden memiliki tingkat perilaku merokok yang rendah.

5.3.4. Gambaran Pengaruh Teman Sepermainan (*peer group*)

Tingkat pengaruh teman yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 6 pertanyaan yang memiliki 2 pilihan jawaban yaitu Ya dan Tidak. Pertanyaan tersebut mengenai seberapa besar tingkat pengaruh teman dalam perilaku merokok responden.

Berikut adalah distribusi jawaban dari pertanyaan pengaruh teman terhadap responden:

Tabel 5.8

Distribusi responden menurut jawaban pertanyaan pengaruh teman

No.	Pertanyaan:	Distribusi Jawaban Responden (n)	
		n	%
D.01.	Apakah anda mempunyai banyak teman Perempuan yang perokok?	48	96
D.02.	Apakah anda mempunyai banyak teman Laki-laki yang perokok?	50	100
D.03.	Apakah teman Perempuan Anda pernah memaksa Anda untuk merokok?	16	32
D.04.	Apakah teman Laki-laki Anda pernah memaksa Anda untuk merokok?	8	16
D.05.	Apakah teman Perempuan Anda selalu menawarkan rokok kepada Anda, ketika Ia akan merokok?	28	56
D.06.	Apakah teman Laki-laki Anda selalu menawarkan rokok kepada Anda, ketika Ia akan merokok?	26	52

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai 0,23 yang berarti distribusi datanya normal, sehingga tingkat pengaruh teman yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean sebagai standar untuk kategori tingkat pengaruh teman tinggi dan rendah. Nilai Mean 3,16 artinya apabila nilai pengaruh teman terhadap responden $\geq 3,16$ maka dikategorikan memiliki tingkat pengaruh yang tinggi dan yang memiliki nilai tingkat pengaruh teman terhadap responden $< 3,16$ maka dikategorikan memiliki tingkat pengaruh yang rendah.

Berikut ini hasil distribusi keterampilan pengaruh teman terhadap responden:

Tabel 5.9
Distribusi responden menurut tingkat pengaruh teman

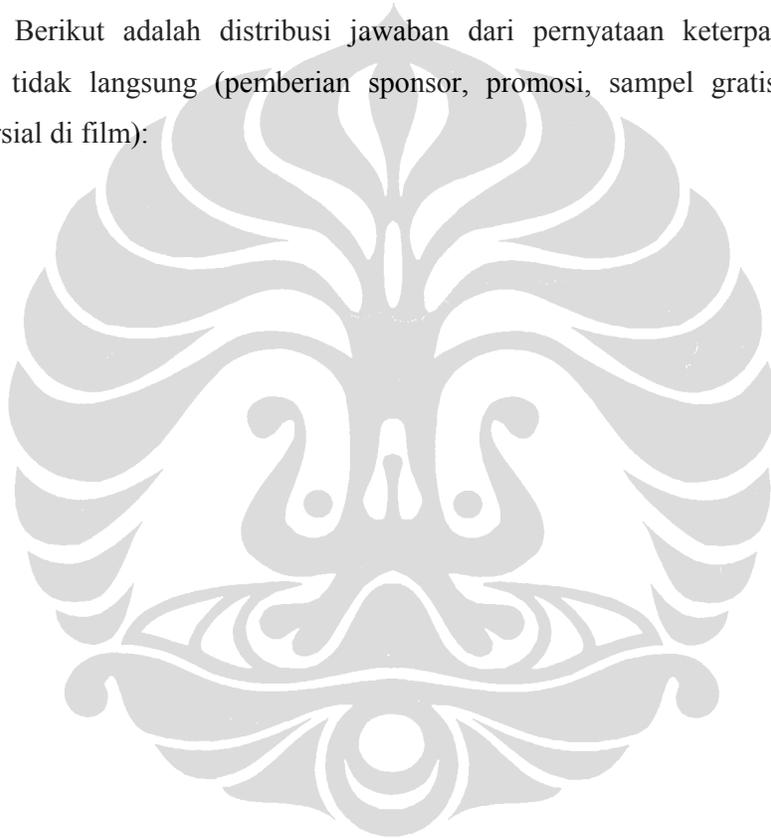
Pengaruh teman	n	%
Tinggi	22	44
Rendah	28	56
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 44% dari seluruh responden memiliki tingkat pengaruh teman yang tinggi dan 56% responden memiliki tingkat pengaruh teman yang rendah.

5.3.5. Gambaran Keterpaparan Iklan Rokok Tidak Langsung (Pemberian Sponsor, Promosi, Sampel Gratis dan Iklan Komersial di Film)

Tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 6 pernyataan yang memiliki 5 pilihan jawaban yaitu tidak pernah (TP), sangat jarang (SJ), jarang (J), sering (S), sangat sering (SS). Pernyataan tersebut mengenai seberapa sering responden melihat iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film).

Berikut adalah distribusi jawaban dari pernyataan keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film):



Tabel 5.10
 Distribusi responden menurut jawaban pernyataan
 keterpaparan iklan rokok tidak langsung
 (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, iklan komersial di film)

No.	Pernyataan	Distribusi Jawaban Pernyataan Responden (n)									
		TP		SJ		J		S		SS	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
E.01.	Pada saat Saya pergi ke Mall (dan tempat rekreasi lainnya) Saya ditawari sampel rokok gratis oleh SPG (<i>Sales Promotion Girl</i>).	4	8	7	14	24	48	14	28	1	2
E.02.	Pada saat Saya datang ke acara konser musik, Saya di berikan 1 bungkus rokok oleh panitia acara tersebut (gratis).	4	8	5	10	16	32	21	42	4	8
E.03.	Pada saat Saya mengikuti acara olah raga (sepak bola, basket, voli dll), Saya melihat bahwa acara tersebut di sponsori oleh perusahaan rokok.	4	8	4	8	7	14	23	46	12	24
E.04.	Pada saat Saya menonton film di bioskop, Saya melihat film tersebut di sponsori oleh perusahaan rokok.	1	2	5	10	17	34	18	36	9	18
E.05.	Pada saat Saya melakukan aktivitas di luar ruangan, di sepanjang jalan Saya melihat Poster iklan konser musik yang disponsori oleh perusahaan rokok.					4	8	29	58	17	34
E.06.	Dengan adanya promosi gratis oleh perusahaan rokok, membuat Saya tertarik untuk merokok.	18	36	10	20	14	28	8	16		

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai $-0,02$ yang berarti distribusi datanya normal, sehingga tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean sebagai standar untuk kategori tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) tinggi dan rendah. Nilai Mean $14,12$ artinya apabila nilai keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) responden $\geq 14,12$ maka dikategorikan memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi dan yang memiliki nilai keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) responden $< 14,12$ maka dikategorikan memiliki tingkat keterpaparan yang rendah.

Berikut ini hasil distribusi keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, dan iklan komersial di film) responden:

Tabel 5.11

Distribusi responden menurut tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, dan iklan komersial di film)

Tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung	n	%
Tinggi	22	44
Rendah	28	56
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 44% dari seluruh responden memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok yang tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, dan iklan komersial di film) yang tinggi dan 56% responden memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, dan iklan komersial di film) yang rendah.

5.3.6. Gambaran Pengaruh Orang Tua

Pengaruh orang tua yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 7 pertanyaan yang memiliki 2 pilihan jawaban yaitu Ya dan Tidak. Pertanyaan tersebut mengenai pengaruh orang tua terhadap perilaku merokok responden.

Berikut adalah distribusi jawaban dari pertanyaan pengaruh orang tua terhadap perilaku merokok responden:

Tabel 5.12

Distribusi responden menurut jawaban pertanyaan pengaruh orang tua

No.	Pertanyaan:	Distribusi Jawaban Responden (n)	
		n	%
F.01.	Apakah dahulu/sekarang orang tua (Ibu) Anda seorang perokok?	20	40
F.02.	Apakah dahulu/sekarang orang tua (Ayah) Anda seorang perokok?	32	64
F.03.	Apakah orang tua Anda sering merokok di depan Anda? (saat ada Anda)	27	54
F.04.	Apakah orang tua Anda tahu, kalau Anda adalah perokok? (kalau tidak langsung ke pertanyaan F.07)	20	40
F.05.	Apakah orang tua Anda marah saat mengetahui Anda seorang perokok?	9	18
F.06.	Apakah orang tua Anda bersikap biasa saja saat mengetahui Anda seorang perokok?	39	78
F.07.	Apakah orang tua Anda mengizinkan Anda menjadi seorang perokok?	42	84

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai $-0,81$ yang berarti distribusi datanya normal, sehingga tingkat pengaruh orang tua yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean sebagai standar untuk kategori tingkat pengaruh orang tua tinggi dan rendah. Nilai Mean $3,78$ artinya apabila nilai pengaruh orang tua $\geq 3,78$ maka dikategorikan memiliki tingkat pengaruh orang tua yang tinggi dan yang memiliki nilai pengaruh orang tua $< 3,78$ maka dikategorikan memiliki tingkat pengaruh orang tua yang rendah.

Berikut ini hasil distribusi pengaruh orang tua terhadap perilaku merokok responden:

Tabel 5.13
Distribusi responden menurut tingkat pengaruh orang tua

Pengaruh Orang Tua	n	%
Tinggi	29	58
Rendah	21	42
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 58% dari seluruh responden memiliki tingkat pengaruh orang tua yang tinggi dan 42% responden memiliki tingkat pengaruh yang rendah.

5.3.7. Gambaran Keterpaparan Iklan Rokok oleh Media (Cetak dan Elektronik)

Tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 4 pernyataan yang memiliki 5 pilihan jawaban yaitu tidak pernah (TP), sangat jarang (SJ), jarang (J), sering (S), sangat sering (SS). Pernyataan tersebut mengenai seberapa sering responden melihat iklan rokok pada media (cetak dan elektronik).

Berikut adalah distribusi jawaban dari pernyataan keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik):

Tabel 5.14
Distribusi responden menurut jawaban pernyataan keterpaparan iklan rokok
oleh media (cetak dan elektronik)

No.	Pernyataan	Distribusi Jawaban Pernyataan Responden (n)									
		TP		SJ		J		S		SS	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
G.01.	Pada saat membaca Koran, Majalah, dan media cetak lainnya, Saya melihat iklan rokok.	1	2	3	6	10	20	31	62	5	10
G.02.	Pada saat Saya menonton Televisi, mendengarkan Radio, dan media elektronik lainnya, Saya melihat dan mendengar iklan rokok.			4	8	9	18	31	62	6	12
G.03.	Iklan rokok yang Saya lihat di Televisi pada jam 05.00 – 21.30 WIB	2	4	17	34	18	36	9	18	4	8
G.04.	Iklan rokok yang Saya lihat di Televisi pada jam 21.30 – 05.00 WIB.			3	6	7	14	32	64	8	16

Dari hasil pengolahan data terhadap uji normalitas data, didapatkan nilai $-0,74$ yang berarti distribusi datanya normal, sehingga tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) yang dikategorikan pada penelitian ini akan melihat nilai Mean sebagai standar untuk kategori tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) tinggi dan rendah. Nilai Mean $10,32$ artinya apabila nilai keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) responden $\geq 10,32$ maka dikategorikan memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi dan yang memiliki nilai keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) responden $< 13,00$ maka dikategorikan memiliki tingkat keterpaparan yang rendah.

Berikut ini hasil distribusi keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik):

Tabel 5.15

Distribusi responden menurut tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik)

Tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik)	n	%
Tinggi	24	48
Rendah	26	52
Total	50	100

Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa 48% dari seluruh responden memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) yang tinggi dan 52% responden memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) yang rendah.

5.4. Analisis Bivariat

Uji statistik yang digunakan untuk melihat hubungan kemaknaan dari variabel-variabel independen dengan variabel dependen ini adalah menggunakan uji statistik *chi square*. Variabel yang diteliti dalam analisis bivariat ini adalah tingkat pengetahuan, sikap, keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik), keterpaparan iklan rokok tidak langsung (Pemberian Sponsor, Promosi, Sampel Gratis, dan Iklan Komersial di Film), tingkat pengaruh orang tua serta tingkat pengaruh teman.

5.4.1. Hubungan Pengetahuan dengan Perilaku Merokok

Tabel 5.16

Distribusi responden menurut pengetahuan dan perilaku merokok

Pengetahuan	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi		n	%		
	n	%	n	%				
Buruk	7	29	17	70,8	24	100	0,561 0,173-1,818	0,501
Baik	11	42,3	15	57,7	26	100		
Total	18	36	32	64	50	100		

Hasil analisis hubungan antara pengetahuan dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 15 (57,7%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan baik mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan buruk, ada 17 (70,8%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p = 0,501$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan baik dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan buruk.

5.4.2. Hubungan Sikap dengan Perilaku Merokok

Tabel 5.17

Distribusi responden menurut sikap dan perilaku merokok

Sikap	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi					
	n	%	n	%	n	%		
Negatif	8	38,1	13	61,9	21	100	1,169 0,364-3,756	1,000
Positif	10	34,5	19	65,5	29	100		
Total	18	36	32	64	50	100		

Hasil analisis hubungan antara sikap dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 19 (65,5%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap positif mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap negatif, ada 13 (61,9%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 1,000$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap positif dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap negatif.

5.4.3. Hubungan Pengaruh Teman dengan Perilaku Merokok

Tabel 5.18

Distribusi responden menurut pengaruh teman dan perilaku merokok

Pengaruh teman	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi					
	n	%	n	%	n	%		
Rendah	10	35,7	18	64,3	28	100	0,972 0,304-3,110	1,000
Tinggi	8	36,4	14	63,6	22	100		
Total	18	36,0	32	64,0	50	100		

Hasil analisis hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 14 (63,6%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman yang tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman rendah, ada 18 (64,3%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 1,000$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman rendah.

5.4.4. Hubungan Keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, iklan komersial di film) dan Perilaku Merokok

Tabel 5.19

Distribusi responden menurut keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, iklan komersial di film) dan perilaku merokok

Keterpaparan iklan rokok tidak langsung	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi		n	%		
	n	%	n	%				
Rendah	13	46,6	15	53,6	28	100	2,947 0,850-10,216	0,151
Tinggi	5	22,7	17	77,3	22	100		
Total	18	36	32	64	50	100		

Hasil analisis hubungan antara keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, iklan komersial di film) dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 17 (77,3%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung rendah, ada 15 (53,6%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,151$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung rendah.

5.4.5. Hubungan Pengaruh Orang Tua dengan Perilaku Merokok

Tabel 5.20

Distribusi responden menurut pengaruh orang tua dan perilaku merokok

Pengaruh orang tua	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi					
	n	%	n	%	n	%		
Rendah	10	47,6	11	52,4	21	100	2,386 0,732-7,780	0,247
Tinggi	8	27,6	21	72,4	29	100		
Total	18	36	32	64	50	100		

Hasil analisis hubungan antara pengaruh orang tua dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 21 (72,4%) mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua rendah, ada 11 (52,4%) yang mempunyai perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p=0,247$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua tinggi dengan mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua rendah.

5.4.6. Hubungan Keterpaparan Iklan Rokok di Media (Cetak dan Elektronik) dengan Perilaku Merokok

Tabel 5.21

Distribusi responden menurut keterpaparan iklan rokok di media
(cetak dan elektronik) dan perilaku merokok

Keterpaparan media (cetak dan elektronik)	Perilaku merokok				Total		OR (95% CI)	P value
	Rendah		Tinggi		n	%		
	n	%	n	%				
Rendah	13	50	13	50	26	100	3,800 1,089-13,258	0,064
Tinggi	5	20,8	19	79,2	24	100		
Total	18	36	32	64	50	100		

Hasil analisis hubungan antara keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 19 (79,2%) mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) rendah, ada 13 (50%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p = 0,064$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) tinggi dengan mahasiswa ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) rendah.

BAB 6 PEMBAHASAN

6.1. Keterbatasan penelitian

6.1.1. Keterbatasan Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional*, karena peneliti mengukur hubungan antara variabel independen, dan variabel dependen, yang dilakukan pada waktu yang bersamaan untuk melihat adanya keterkaitan saja. Peneliti hanya menyimpulkan bahwa antara variabel dependen, dan variabel independen yang di ukur menunjukkan ada atau tidaknya hubungan.

6.1.2. Keterbatasan Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner, dan pertanyaan di desain secara tertutup. Dengan sistem ini responden mengisi kuesioner yang diberikan, dimana ada kemungkinan jawaban yang diberikan tidak sesuai dengan jawaban yang sebenarnya. Responden juga tidak bisa secara bebas mengemukakan pendapatnya, karena di dalam kuesioner sudah tersedia jawabannya.

6.1.3. Keterbatasan Sampel Penelitian

Penelitian ini tidak mencakup seluruh populasi mahasiswi ekstensi 2007 FISIP UI, namun hanya mahasiswi yang merokok saja yang menjadi sampel penelitian. Pencarian sampel dengan cara menanyakan langsung pada mahasiswi yang bersangkutan, bila mahasiswi tersebut perokok dan mengambil program studi ekstensi 2007 maka mahasiswi tersebut baru menjadi responden dari penelitian ini, hal ini berdasarkan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu yang dibuat sendiri oleh peneliti sendiri, berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Apabila sampel tersebut memiliki persyaratan/ciri/sifat-sifat penelitian maka sampel tersebut baru dapat diambil sebagai sampel penelitian. Sehingga peneliti tidak tahu berapa banyak sampel yang akan di dapat di lapangan, namun peneliti mencoba untuk melakukan observasi di lapangan, peneliti melihat keadaan di lapangan yaitu banyaknya mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki perilaku merokok dan peneliti sempat melakukan wawancara dengan

mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI apakah banyak diantara teman mereka yang memiliki perilaku merokok, dan mereka memberikan jawaban bahwa mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI banyak yang menjadi seorang perokok maka peneliti yakin bahwa sampel yang akan diteliti akan melebihi jumlah minimal penelitian kuantitatif yaitu 30 responden, dan ketika melakukan penelitian tersebut peneliti mendapatkan sebanyak 50 responden yaitu mahasiswi ekstensi 2007 yang merokok, dalam kurun waktu 3 hari, hal ini dikarenakan keadaan saat itu yang kurang memungkinkan untuk melakukan penyebaran kuesioner lebih lama, karena responden yaitu mahasiswi ekstensi 2007 sedang melakukan ujian akhir semester (UAS) dan setelah itu mereka libur sampai bulan September 2009.

6.2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku merokok mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI tahun 2009. Menurut penelitian Srisantyorini, Triana, (2005) pada tahun 1995 menunjukkan prevalensi merokok pada perempuan sebesar 0,5% dan meningkat menjadi 1,3% pada tahun 2001.

Hasil analisis gambaran variabel dependen (perilaku merokok mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI tahun 2009) adalah responden yang merokok kurang dari 1 tahun terdapat sebanyak 12%, 1-2 tahun sebanyak 16%, 3-4 tahun sebanyak 30%, dan merokok lebih dari 4 tahun sebanyak 42%.

Saat ini lebih dari 70.000 artikel ilmiah telah menunjukkan hubungan antara penggunaan tembakau dan terjadinya kanker pada mulut, pharynx, oesophagus, paru, pancreas, kandung kemih, penyakit jantung koroner, aneurisma aorta, penyakit pembuluh darah perifer, arteriosclerosis, gangguan pembuluh darah otak, bronchitis kronik, emfisema dan penyakit paru obstruktif kronik (PPOK), tuberculosis paru, asma, radang paru, dan penyakit saluran pernapasan lainnya.

Satu dari dua perokok jangka panjang, meninggal karena kebiasaan tersebut. Hal terpenting untuk diketahui adalah bahwa kematian ini sebenarnya dapat dicegah. Faktor utama dalam memperkirakan besarnya beban penyakit antara penggunaan tembakau dan terjadinya penyakit kronik adalah lamanya penggunaan rokok. Terdapat selang waktu 20-25 tahun diantara waktu

dimulainya kebiasaan merokok dan mulai timbulnya penyakit, seperti kanker paru. Bila lamanya penggunaan rokok menjadi dua kali, insiden kanker paru meningkat sebanyak dua puluh kali.

Sedangkan umur mulai merokok adalah 10-14 tahun sebanyak 14%, 15-20 tahun sebanyak 54%, dan 21-25 tahun sebanyak 32%. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu (analisis data Susenas 2001) yaitu umur mulai merokok kurang dari 20 tahun cenderung meningkat.

Tempo interaktif 16 April 2008 memberitakan bahwa dalam 3 tahun antara tahun 2001-2004, jumlah perokok permula di Indonesia naik dari 0,4% menjadi 2,8%. Bahkan penelitian terakhir di sejumlah daerah seperti Bandung, Padang, Yogyakarta dan Malang pada 2004 menyebutkan perokok pemula berusia 7 tahun.

Responden yang memiliki kebiasaan merokok di tempat-tempat pribadi (kamar, kost dll) terdapat sebanyak 22% sedangkan responden yang memiliki kebiasaan merokok di tempat-tempat umum (kampus, mall dll) terdapat sebanyak 78%. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Kartika Anggun dan Bayu Kurnia mahasiswa FKM UI yang melakukan penelitian mengenai hubungan pengetahuan dan sikap mahasiswa UI terhadap perilaku merokok di lingkungan kampus pada tahun 2009 dengan responden diambil secara acak, dan penelitian tersebut menunjukkan data bahwa frekuensi lokasi yang paling sering/jarang dijadikan tempat merokok diantaranya Kampus (sering 89%, jarang 11%), Rumah (sering 67%, jarang 33%).

Konsumsi rokok perhari di dapatkan hasil sebagai berikut merokok 1-4 batang/hari sebanyak 50%, 5-14 batang/hari sebanyak 42%, dan > 15 batang/hari sebanyak 8%.

Menurut Smet (1994) ada tipe perokok yang dapat diklasifikasikan menurut banyaknya rokok yang dihisap, 3 tipe perokok tersebut adalah:

1. Perokok berat yang menghisap lebih dari 15 batang rokok dalam sehari.
2. Perokok sedang yang menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari.
3. Perokok ringan yang menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari.

Sebanyak 56% responden menyatakan pernah mencoba untuk berhenti merokok, dan responden yang tidak menyatakan tidak pernah mencoba untuk berhenti merokok terdapat sebanyak 44% responden. Namun menurut hasil

analisis data Susenas 2001 prevalensi mantan perokok relatif kecil baik secara keseluruhan (2,8%) maupun pada laki-laki atau perempuan (5,3% pada laki-laki dan 0,3% pada perempuan).

6.3. Variabel Independen

Beberapa variabel independen yang akan dibahas dalam bab ini diantaranya adalah: hubungan pengetahuan dan perilaku merokok, hubungan sikap dan perilaku merokok, hubungan keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) dan perilaku merokok, hubungan keterpaparan iklan rokok tidak langsung (Pemberian Sponsor, Promosi, Sampel Gratis, dan Iklan Komersil di Film) dan perilaku merokok, hubungan pengaruh orang tua dan perilaku merokok, dan hubungan pengaruh teman dan perilaku merokok.

6.3.1. Hubungan pengetahuan dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara pengetahuan dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 15 (57,7%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan baik mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan buruk, ada 17 (70,8%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p = 0,501$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan baik dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengetahuan buruk.

Pengetahuan menurut Notoadmodjo (1993) memiliki 6 tingkatan pengetahuan, yaitu tahu (*know*), memahami (*comprehention*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*) dan evaluasi (*evaluation*).

Tingkat pengetahuan responden dapat dikatakan baru sampai pada tingkat memahami (*comprehention*), belum sampai pada tingkat aplikasi dan seterusnya, sehingga responden baru sekedar tahu dan paham mengenai rokok namun mereka belum dapat mengaplikasikannya yaitu dengan cara tidak merokok.

Hasil analisis tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erni Pujianti (2003) pada pelajar SLTP Pribadi dan SLTP Putra Bangsa di Depok

bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan dan perilaku merokok.

6.3.2. Hubungan sikap dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara sikap dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 19 (65,5%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap positif mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap negatif, ada 13 (61,9%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 1,000$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap positif dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki sikap negatif.

Sikap merupakan respon dan kesiapan seseorang dalam beraksi terhadap suatu hal atau objek sikap. Menurut Berkowitz (dalam Azwar, 1995) setiap orang yang mempunyai perasaan positif terhadap suatu objek psikologis dikatakan menyukai objek tersebut atau mempunyai sikap yang *favourable* terhadap objek itu, sedangkan individu yang mempunyai perasaan negatif terhadap suatu objek psikologis dikatakan mempunyai sikap yang *unfavourable* terhadap objek sikap tersebut.

Pada penelitian ini tidak memiliki hubungan yang bermakna antara sikap dan perilaku merokok, hal ini dikarenakan adanya sikap yang positif (sikap yang *favourable* terhadap objek) yaitu sikap positif responden terhadap rokok menjadikan terbentuknya perilaku merokok pada responden tinggi.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martaferry tahun 1998 pada pelajar SLTP Negeri Jakarta Pusat dan juga hasil penelitian Chairunnisa yang dilakukan pada Universitas Muhammadiyah Jakarta tahun 1999 bahwa ada hubungan yang bermakna antara sikap dengan perilaku merokok.

6.3.3. Hubungan pengaruh teman dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara pengaruh teman dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 14 (63,6%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman tinggi mempunyai tingkat perilaku

merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman rendah, ada 18 (64,3%) yang mempunyai perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 1,000$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh teman rendah.

Menurut Aditama (1997) punya teman-teman yang perokok juga merupakan faktor amat penting bagi seseorang remaja putri untuk mulai merokok. Sekitar 75% pengalaman mengisap rokok pertama para remaja biasanya dilakukan bersama teman-temannya. Kalau seorang remaja tidak ikut-ikutan merokok maka ia takut ditolak oleh kelompoknya, di isolasi dan dikesampingkan. Penelitian di Italia menunjukkan bahwa sebagian besar (79,7%) teman baik para gadis yang merokok adalah perokok pula, sementara sebagian besar (72,2%) teman baik gadis yang tidak merokok juga bukan perokok.

6.3.4. Hubungan keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara keterpaparan iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 17 (77,3%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung rendah, ada 15 (53,6%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 0,151$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok tidak langsung rendah. Walaupun secara statistik tidak menyatakan adanya hubungan yang bermakna, namun apabila dilihat dari nilai $OR= 2,947$ maka dapat diasumsikan keterpaparan iklan rokok tidak langsung

(pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) yang tinggi memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok yang tinggi.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan fenomena kuatnya pengaruh iklan terhadap perilaku merokok yang diperlihatkan melalui hasil survei yang dilakukan Koalisi Untuk Indonesia Sehat (KuIS) pada akhir 2007 lalu. Dalam survei terhadap 3040 wanita dengan kelompok usia 13-25, 16-19, dan 20-25 tahun di Jakarta dan Sumatera Barat tampak bahwa hampir 50% partisipan mengaku melihat hal-hal yang mempengaruhi keputusan merokok dalam satu bulan terakhir.

Tercatat 70% wanita muda kerap melihat promosi rokok pada pentas acara musik, olah raga dan kegiatan sosial lainnya. Sedangkan partisipan yang menjadi sasaran ditawarkan sampel rokok gratis ada sekitar 10,22% perempuan kelompok usia 13-15 tahun dan 14,53% pada perempuan kelompok usia 16-19 tahun.

Menurut penelitian Andoyo 2008, dukungan melakukan perilaku merokok oleh iklan rokok secara tidak langsung (Pemberian Sponsor, Promosi, Sampel Gratis dan Iklan komersial di film) terdapat pada 378 pertunjukan musik rock, jazz, pop, dangdut hingga produksi dan pemutaran film, misalnya pada film *Get Married*, dan *Pintu Terlarang* ditambah dengan 60 kegiatan seni dan budaya yang didukung produsen rokok. Beberapa kasus terjadi pembagian sampel gratis oleh *Sales Promotion Girl (SPG)* kepada anak-anak muda yang menonton pertunjukan sehingga secara langsung mengajarkan kepada generasi muda untuk merokok.

Upaya pembentukan citra industri rokok dalam pengembangan bisnisnya juga dilakukan melalui kegiatan olah raga berskala nasional. Ekspansi perusahaan rokok dalam mempertahankan eksistensi dan prestasinya dari tahun ke tahun semakin canggih. Industri rokok tidak jarang menjadi sponsor utama dalam kegiatan olah raga yang disiarkan secara luas melalui stasiun televisi di Indonesia. Hampir semua kegiatan olah raga besar yang ada di tanah air menampilkan perusahaan rokok sebagai sponsor utamanya padahal tujuan olah raga adalah untuk menyehatkan tubuh, hal yang sungguh sangat bertentangan.

Namun pada penelitian ini hubungan antara iklan rokok tidak langsung (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis dan iklan komersial di film) dan perilaku merokok tidak memiliki hubungan yang bermakna, hal tersebut didasari

oleh karena pihak kampus (Universitas Indonesia) tidak membolehkan produsen rokok menjadi sponsor dalam kegiatan kemahasiswaan (acara olah raga, musik, dll) sehingga responden yang merupakan mahasiswi FISIP UI kurang terpapar oleh kegiatan (pemberian sponsor, promosi, sampel gratis, iklan komersial di film) karena film yang disponsori oleh perusahaan rokok juga otomatis tidak dapat melakukan promosi film dikampus, selain itu rata-rata dari responden merupakan mahasiswi yang memiliki kegiatan bekerja (karyawan kantor) sehingga waktu mereka (08.00-17.00 WIB) berada dikantor dari hari senin – jumat, melihat padatnya kegiatan mereka menjadikan sedikitnya peluang mereka untuk terpapar dengan iklan tidak langsung rokok yang telah disebutkan diatas.

6.3.5. Hubungan pengaruh orang tua dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara pengaruh orang tua dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 21 (72,4%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua rendah, ada 11 (52,4%) yang mempunyai perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 0,247$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat pengaruh orang tua rendah. Walaupun secara statistik tidak menyatakan adanya hubungan yang bermakna, namun apabila dilihat dari nilai $OR=2,386$ maka dapat diasumsikan tingkat pengaruh orang tua yang tinggi memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok yang tinggi.

Menurut Aditama (1997) faktor sosio-kultural yang penting dalam memulai kebiasaan merokok adalah pengaruh orang tua dan "*peer group*"/teman dan kelompoknya. Banyak sekali data yang menunjukkan bahwa kemungkinan menjadi perokok akan jauh meningkat bila orang tuanya adalah perokok. Angka di Amerika Serikat menunjukkan bahwa remaja putri yang orang tuanya perokok itu lima kali lebih sering menjadi perokok pula bila dibandingkan dengan yang orang tuanya tidak merokok.

6.3.6. Hubungan keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) dan perilaku merokok

Hasil analisis hubungan antara keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) dengan perilaku merokok diperoleh bahwa ada sebanyak 19 (79,2%) mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) tinggi mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Sedangkan diantara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) rendah, ada 13 (50%) yang mempunyai tingkat perilaku merokok tinggi. Hasil uji statistik diperoleh nilai $p= 0,064$ maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan proporsi tingkat perilaku merokok tinggi antara mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) tinggi dengan mahasiswi ekstensi 2007 di FISIP UI yang memiliki tingkat keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik) rendah. Walaupun secara statistik tidak menyatakan adanya hubungan yang bermakna, namun apabila dilihat dari nilai $OR= 3,800$ maka dapat diasumsikan keterpaparan iklan rokok di media (cetak dan elektronik) yang tinggi memiliki pengaruh terhadap perilaku merokok yang tinggi.

Menurut beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan antara keterpaparan iklan rokok oleh media terhadap perilaku merokok, hal tersebut dikarenakan beberapa faktor diantaranya yaitu faktor personal yang paling kuat adalah mencari bentuk jati diri. Dalam iklan-iklan kebiasaan merokok digambarkan sebagai lambang kematangan, persahabatan, kedewasaan, popularitas dan bahkan lambang kecantikan, kehidupan yang seksi serta feminisme.

Ciri utama iklan adalah bahwa ia diproduksi atas dasar kepentingan produsen atau pengirim, bukan atas dasar kepentingan konsumen dan penerima. Iklan ditayangkan dengan cara *disply- attention* atau pertunjukan-perhatian, dalam mana tingkat keterlibatan publik rendah. Walaupun demikian, dampaknya relatif tinggi.

Menurut Global Youth Tobacco Survei (GYTS) Indonesia tahun 2006, sebanyak 92,9 % anak-anak terekspose dengan iklan yang berada di papan reklame dan 82,8% terekspose iklan yang berada di majalah dan koran.

AC Nielsen menunjukkan angka pada tahun 2006 belanja iklan sektor rokok sebesar Rp.1,6 triliun. Iklan rokok berada di urutan ketiga setelah iklan telekomunikasi dan sepeda motor.

Media massa yang seharusnya memberikan kontrol sosial seakan tutup mata saat berhadapan dengan industri rokok. Tingginya porsi iklan rokok yang diterima, diduga menjadi penyebab utama.

Namun dalam penelitian ini hasilnya adalah tidak berhubungan atau tidak memiliki makna antara keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik), menurut hasil wawancara dengan beberapa responden yang telah mengisi kuesioner didapatkan bahwa hal tersebut mungkin dikarenakan mahasiswi yang diteliti merupakan mahasiswi ekstensi yang jarang menonton TV sepulang kuliah, dikarenakan sampai rumah/kost sudah larut malam dan lelah, sehingga kebanyakan dari responden tidak menonton TV kembali, namun langsung tidur atau mengerjakan tugas kuliah, karena esok hari harus kembali bekerja dikantor. Sementara iklan rokok di media elektronik (TV) biasanya memiliki jam tayang antara jam 21.30 – 05.00 WIB. Dengan begitu responden kebanyakan tidak menonton iklan rokok pada waktu-waktu tersebut. Sehingga mempengaruhi hasil dari penelitian ini, yaitu tidak memiliki makna antara keterpaparan iklan rokok oleh media (cetak dan elektronik).