

Faktor yang Berhubungan dengan Tindakan Merokok Pelajar di Indonesia

Hudriani Jamal^{1*}, Andi Zulkifili Abdullah², Hamdayani¹, Liliskarlina¹, Sainah¹, Nadia Alfira³, Herlinda Mahdania Harun⁴

¹ Fakultas Kesehatan, Universitas Patria Artha

² Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin

³ Departemen Keperawatan Medikal Bedah, Stikes Panrita Husada

⁴ Prodi Radiologi, Politeknik Kesehatan Muhammadiyah Makassar

*Email: hudrianijamal@gmail.com

DOI: 10.31603/bnur.11602

Abstract

The World Health Organization reported the high prevalence of student smoking in Indonesia. The aim of the research was to determine the correlation between cigarette advertisements, knowledge and attitude, and students' smoking behavior in Indonesia. The research was an analysis of secondary data from the Global Youth Tobacco Survey (GYTS) in Indonesia in 2014 using a cross-sectional study design. The sample was all students of grades 7-9 in Indonesia participating in GYTS 2014 and had complete data consisting of 5093 people. The data were analyzed using the chi-square test and logistic regression test. The results of the research indicate that cigarette advertisement ($p=0.000$), knowledge ($p=0.026$), and attitudes ($p=0.000$) had significant correlations with student's smoking behavior. The result of logistic regression analysis indicates that only cigarette advertisement and attitudes correlated to student's smoking behavior in Indonesia with $\text{Exp}(B)=2.341$ (95% CI: 1.874-2.925) and $\text{Exp}(B)=5.229$ (95% CI: 4.361-6.269). The importance of eliminating cigarette advertising and increasing knowledge and attitudes about the dangers of smoking.

Keywords: Smoking; cigarette advertisement; knowledge; attitude

Abstrak

World Health Organization melaporkan tingginya prevalensi merokok pelajar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara iklan rokok, pengetahuan dan sikap dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia. Penelitian ini merupakan analisis data sekunder *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) di Indonesia Tahun 2014 dengan menggunakan desain studi cross sectional. Sampel penelitian adalah seluruh pelajar kelas 7-9 di Indonesia yang berpartisipasi dalam GYTS 2014 dan memiliki data lengkap yakni 5093 orang. Analisis data menggunakan uji chi-square dan uji regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan rokok ($p=0,000$), pengetahuan ($p=0,026$) dan sikap ($p=0,000$) memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku merokok pelajar. Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa hanya iklan rokok dan sikap yang berhubungan dengan perilaku



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

merokok pelajar di Indonesia dengan $\text{Exp(B)} = 2,341$ (95% CI: 1,874-2,925) dan $\text{Exp(B)} = 5,229$ (95% CI: 4,361-6,269). Pentingnya meniadakan iklan rokok serta meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja tentang bahaya merokok.

Kata Kunci: Merokok; iklan rokok; pengetahuan; sikap

1. Pendahuluan

Salah satu faktor risiko sebagian besar penyakit paling mematikan di dunia adalah merokok. *World Health Organization* melaporkan bahwa epidemi merokok telah membunuh sekitar enam juta orang setiap tahun ([WHO, 2016](#)). Kementerian Kesehatan mengungkapkan dampak buruk akibat merokok pada kesehatan masyarakat di Indonesia tampak jelas pada hasil kajian Badan Litbangkes (Penelitian dan Pengembangan Kesehatan) tahun 2013. Hasil kajian menunjukkan telah terjadi kenaikan kematian prematur akibat penyakit terkait rokok dari 190.260 kematian (2010) menjadi 240.618 kematian (2013), serta kenaikan penderita penyakit akibat konsumsi rokok dari 384.058 orang (2010) menjadi 962.403 orang (2013) ([Kemenkes, 2014](#)). Data Riset Kesehatan Dasar menunjukkan bahwa prevalensi penduduk umur ≥ 15 tahun yang merokok cenderung meningkat, yaitu di tahun 2007 sebesar 34,2%, meningkat menjadi 34,7% pada tahun 2010, dan menjadi 36,3% pada tahun 2013 ([Riskesdas, 2013](#)). Laporan [Riskesdas](#) (2010), juga menyebutkan bahwa sebagian besar perokok mulai merokok pada umur ≤ 19 tahun, yaitu 45,2% pada tahun 2007, meningkat hampir 50% menjadi 62,5% pada tahun 2010.

Masyarakat dunia telah bersepakat membuat Perjanjian Internasional dalam pengendalian dampak merokok, yang diprakarsai oleh WHO, hingga tercetus *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) pada tahun 2003 sebagai hukum internasional. Namun, komitmen ini dianggap sangat lemah karena walaupun turut aktif memberikan sumbangan pikiran dalam perundingan dan perumusan, hingga sekarang Indonesia adalah satu-satunya negara di Asia yang belum meratifikasi FCTC. Akibatnya, regulasi terkait pengendalian dampak merokok di Indonesia belum diterapkan dengan serius seperti di negara maju lainnya, sehingga belum cukup mampu menurunkan jumlah perokok pada anak dan remaja secara signifikan.

Centers for Disease Control and Prevention menyebutkan bahwa orang dewasa muda usia di bawah 30 tahun yang mulai merokok di usia remaja dan awal dua puluhan dapat dengan segera mengalami masalah kesehatan terkait rokok, seperti penyakit kardiovaskular dini, memiliki paru-paru lebih kecil yang tidak berfungsi secara normal, desah napas berbunyi yang merupakan diagnosis asma, dan dapat menyebabkan kanker hampir di seluruh bagian tubuh. Rata-rata orang yang merokok setiap hari akan sakit dan mati lebih muda dibanding bukan perokok. Perokok meninggal rata-rata 13 tahun lebih cepat dibanding bukan perokok ([CDC, 2012](#)). [Mulyani](#) (2015) menyatakan bahwa remaja yang terus-menerus menghisap rokok, akan menyebabkan penumpukan nikotin di otak dan berbagai macam zat lainnya yang akan mempengaruhi kondisi stamina fisik dan berpengaruh pula secara tidak langsung terhadap motivasi belajar remaja, nilai pelajaran, prestasi akademik, performa kelulusan dan masa depan pendidikan perokok. Siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang sudah menikmati merokok, cenderung malas belajar karena lebih menyukai merokok dengan berkumpul bersama teman-

temannya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kebijakan dan intervensi pengendalian masalah rokok harus menargetkan anak-anak dan remaja untuk mencegah tindakan mulai merokok.

Green menyebutkan tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku seperti, yaitu faktor yang mempermudah (*Presdisposing factor*) seperti pengetahuan dan sikap, faktor pemungkin (*Enabling factor*) seperti iklan rokok, dan faktor penguat (*Reinforcing factor*) ([Notoatmodjo, 2010](#)). Iklan rokok di media, seperti koran dan majalah signifikan dengan peningkatan prevalensi perilaku merokok remaja umur 13-15 tahun di Lithuania ([Jamison et al., 2010](#)). Sulistyoningrum, dkk (2024) juga menemukan adanya hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes. Pengetahuan dan sikap remaja berhubungan dengan perilaku merokok. [Cheng et al](#) (2013), menyatakan bahwa pengetahuan tentang bahaya merokok, dan percaya bahwa tar yang lebih sedikit tidak mengurangi bahaya merokok, signifikan dengan perilaku merokok. Percaya bahwa merokok berbahaya bagi perokok aktif maupun perokok pasif signifikan dengan penggunaan tembakau ([Cosci et al., 2013](#)). Namun, sikap responden bahwa laki-laki atau perempuan yang merokok memiliki banyak teman tidak berhubungan dengan perilaku merokok. Sedangkan, sikap bahwa orang yang merokok merasa atraktif signifikan dengan perilaku merokok ([Jamison et al., 2010](#)). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling dominan berhubungan antara iklan rokok, pengetahuan, dan sikap dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia.

2. Metode

2.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan desain studi cross sectional yang merupakan analisis data sekunder dari hasil *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) di Indonesia tahun 2014 ([WHO, 2015](#)). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelajar dari semua sekolah di Indonesia yang memiliki jenjang kelas 7, 8 dan 9 berdasarkan populasi survei GYTS. Sampel GYTS dipilih dengan menggunakan desain sampel kluster dua tahap untuk menghasilkan sampel representatif nasional berbasis sekolah dengan jumlah sampel sebesar 5093 orang. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tindakan merokok atau aktivitas mengonsumsi/menghisap rokok yang dilakukan oleh responden dalam 30 hari terakhir diukur berdasarkan kuesioner GYTS nomor 7. Variabel independen terdiri atas paparan iklan rokok, pengetahuan, dan sikap. Paparan iklan rokok adalah frekuensi responden melihat dan mengamati tayangan iklan rokok di media cetak maupun elektronik, mengikuti kegiatan/event yang disponsori produk rokok, atau memiliki barang berlabel produk rokok. Variabel ini diukur berdasarkan kuesioner GYTS nomor 34, 35, 36, 37, dan 38. Variabel pengetahuan dalam penelitian ini adalah semua informasi yang diketahui responden tentang bahaya merokok berdasarkan kuesioner GYTS nomor 23, 41, 52, dan 53. Sedangkan, variabel sikap diukur berdasarkan kuesioner GYTS nomor 24, 25, 39, 40, 42, 43, 47, 48, 60, dan 61.

2.2. Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Penelitian ini menggunakan analisis univariat, bivariat, dan

multivariat. Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi karakteristik responden dan variabel penelitian. Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan kemaknaan variabel dependen (tindakan merokok) dengan variabel independen dengan menggunakan uji chi-square (p-value). Analisis multivariat menggunakan uji Regresi Logistik Berganda untuk mengetahui variabel independen yang paling dominan berhubungan dengan tindakan merokok.

3. Hasil dan pembahasan

[Tabel 1](#) merupakan gambaran karakteristik umum responden. Karakteristik umum responden dapat dilihat berdasarkan umur, jenis kelamin, dan karakter tindakan merokok.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Umum Responden

Karakteristik Umum Responden	Jumlah	
	n	%
Umur (Tahun)		
≤ 11	100	2,0
12	1165	22,9
13	1934	38,0
14	1293	25,4
15	463	9,1
16	111	2,2
≥17	27	0,5
Jenis Kelamin		
Laki-laki	2285	44,9
Perempuan	2808	55,1
Pernah Merokok		
Ya	1223	24,0
Tidak	3870	76,0
Umur Pertama Kali Merokok (Tahun)		
≤7	127	10,9
8-9	144	12,3
10-11	349	29,9
12-13	440	37,7
14-15	105	9,0
≥16	3	0,2
Merokok dalam 30 Hari Terakhir		
Ya	749	14,7
Tidak	4344	85,3

Sumber: Data GYTS, 2014

[Tabel 1](#) merupakan gambaran karakteristik umum responden. Karakteristik umum responden menunjukkan bahwa responden terbanyak berumur 13 tahun sebesar 38,0% (1934 orang) dan paling

sedikit 27 responden (0,5%) yang berumur ≥ 17 tahun. Sebagian besar responden atau pelajar berjenis kelamin perempuan (55,1%) dan sebanyak 2531 orang (44,9%) yang berjenis kelamin laki-laki. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa responden, yakni pelajar Indonesia jenjang kelas 7-9 yang dalam 30 hari terakhir adalah 14,7% dan sebagian besar responden tidak merokok (85,3%).

Perilaku merokok adalah aktivitas mengonsumsi/menghisap rokok dalam 30 hari terakhir saat survei dilaksanakan. Karakteristik perilaku merokok terdiri atas beberapa pertanyaan yang dapat dilihat pada [tabel 1](#). Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak pernah mencoba merokok (76,0%), namun terdapat 24,0% pelajar di Indonesia kelas 7-9 atau setara dengan siswa tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang pernah mencoba merokok atau menghisap satu atau dua batang rokok. Dari jumlah pelajar yang pernah merokok, sebagian besar responden pertama kali merokok pada umur 12-13 tahun (37,7%) dan hanya 0,2% pelajar perokok yang baru memulai merokok setelah berumur ≥ 16 tahun.

[Tabel 2](#) merupakan hasil analisis bivariat antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa dari 3734 responden yang banyak terpapar iklan rokok (lebih dari nilai median), terdapat 17,2% responden yang merokok lebih besar dibanding responden yang tidak banyak terpapar iklan rokok sebesar 7,7% responden merokok. Berdasarkan hasil uji chi square diketahui nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara statistik ada hubungan yang bermakna antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia.

Tabel 2. Hubungan Paparan Iklan Rokok, Pengetahuan, dan Sikap dengan Perilaku Merokok Pelajar Indonesia Tahun 2014.

Nama Variabel		Merokok				Jumlah		<i>p-value</i>
		Merokok		Tidak				
		n	%	n	%	n	%	
Paparan Rokok	Iklan							
	Ya	644	17,2	3090	82,8	3734	100,0	0,000
	Tidak	105	7,7	1254	92,3	1359	100,0	
Pengetahuan								
	Kurang	156	17,1	758	82,9	914	100,0	0,026
	Cukup	593	14,2	3586	85,8	4179	100,0	
Sikap								
	Negatif	573	25,9	1639	74,1	2212	100,0	0,000
	Positif	176	6,1	2705	93,9	2881	100,0	

Sumber: Data GYTS, 2014

Hasil analisis penelitian pada [table 2](#) juga menggambarkan perbandingan proporsi merokok menurut pengetahuan responden tentang bahaya merokok yang menunjukkan bahwa terdapat 17,1% responden merokok dari 914 responden yang memiliki pengetahuan kurang tentang bahaya merokok dan 14,2% responden merokok dari 4179 responden yang memiliki pengetahuan cukup tentang bahaya

merokok. Berdasarkan hasil uji statistik diketahui nilai $p = 0,026$ artinya ada hubungan antara pengetahuan tentang bahaya merokok dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia. Hasil penelitian menggambarkan perbandingan proporsi merokok berdasarkan sikap responden terhadap perilaku merokok yang menunjukkan bahwa terdapat 25,9% responden merokok dari 2212 responden yang memiliki sikap negatif dan hanya 6,1% responden yang merokok dari 2881 responden yang memiliki sikap positif. Hasil uji chi square menunjukkan nilai $p = 0,000$, berarti secara statistik ada hubungan bermakna antara sikap dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia.

[Tabel 3](#) merupakan hasil analisis uji regresi logistik untuk melihat variabel independen yang paling dominan berhubungan dengan tindakan merokok. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel independen kecuali pengetahuan $\text{Exp(B)} 1,048$ (95% CI: 0,855-1,284) berhubungan signifikan dengan perilaku merokok. Hasil analisis juga menemukan bahwa sikap sebagai faktor yang memiliki hubungan paling dominan dengan tindakan merokok pelajar yakni $\text{Exp(B)} = 5,229$ (95% CI: 4,361-6,269), sedangkan iklan rokok memiliki nilai $\text{Exp(B)} = 2,341$ (95% CI: 1,874-2,925).

Tabel 3. Hasil Analisis Multivariat Perilaku Merokok pada Pelajar di Indonesia Tahun 2014

Nama Variabel	B	SE	Wald	Sig.	Exp(B)	95% CI	
						LL	UL
Paparan Iklan Rokok	0,851	0,114	56,033	0,000	2,341	1,874	2,925
Pengetahuan	0,047	0,104	0,204	0,651	1,048	0,855	1,284
Sikap	1,654	0,093	319,421	0,000	5,229	4,361	6,269
Constant	-3,400	0,125	742,889	0,000	0,033		

Sumber: Data GYTS, 2014

Perilaku atau tindakan merokok memiliki banyak faktor atau determinan sosial, antara lain paparan iklan rokok, pengetahuan tentang bahaya merokok, dan sikap terhadap merokok. Ada banyak cara yang dapat dilakukan industri rokok dalam mempromosikan produknya. Iklan rokok dapat ditemukan di berbagai media massa maupun media sosial. Hasil analisis bivariat penelitian ini menemukan bahwa paparan iklan rokok signifikan berhubungan dengan perilaku merokok pelajar. Konsisten dengan beberapa studi lainnya yang menemukan bahwa terpapar iklan rokok meningkatkan risiko perilaku merokok remaja ([Shah, et.al, 2008](#); [Jamison, et.al, 2010](#); [Arora, et.al, 2012](#); [Dereje, et.al, 2014](#)).

Melihat perilaku merokok di film dikaitkan dengan peningkatan inisiasi merokok remaja. Iklan rokok yang menampilkan citra positif membuat sebagian besar remaja percaya bahwa merokok itu keren, menyenangkan, mewah, dan modern. Dorongan untuk merokok akan jauh lebih besar jika remaja menyaksikan aktor panutan atau idola mereka merokok ([Dereje et al., 2014](#)). Selain itu, melihat iklan rokok di surat kabar atau majalah, terpapar merek atau logo produk rokok di event olahraga atau acara lainnya meningkatkan kemungkinan remaja baik laki-laki maupun perempuan untuk merokok ([Jamison et al., 2010](#)). Remaja merokok empat kali lebih mungkin pernah di ditawarkan produk tembakau dibanding remaja yang tidak merokok ([Shah et al., 2008](#)). Remaja yang memiliki atau bersedia menggunakan

barang, seperti korek api, kaos, topi, kacamata, pena, atau ransel yang bermerek atau berlogo produk tembakau dua kali lebih mungkin untuk mencoba merokok ([Arora et al., 2012](#)).

Industri rokok sering menentang hasil studi tersebut dengan menyatakan iklan rokok tidak meningkatkan penggunaan rokok, namun konsumen rokok cenderung melihat iklan. [Wellman et al \(2006\)](#), membantah klaim tersebut dengan mengutip tiga studi eksperimental dan 13 studi prospektif yang menunjukkan bahwa paparan iklan rokok menimbulkan sikap positif tentang merokok yang kemudian akan meningkatkan niat atau inisiasi mencoba mengonsumsi rokok. Sejalan dengan hasil studi yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19 di Malang ([Laili, et.al, 2022](#)) bahwa paparan iklan rokok di televisi, paparan total iklan rokok, dan promosi rokok signifikan berhubungan dengan perilaku merokok remaja. Remaja yang cukup tinggi terpapar berbagai jenis iklan dan promosi rokok dapat mempengaruhi peningkatan jumlah perokok perilaku selama pandemi. Namun, studi ini juga menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis iklan rokok baik melalui media tempat penjualan, media luar ruang, media sosial, internet, dan surat kabar atau majalah dengan perilaku merokok remaja.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa bila faktor penyebab atau pemungkin perilaku merokok terhambat/dibatasi atau faktor proteksi atau faktor pencegah dilaksanakan dengan ketat dan tegas, maka pengaruh iklan rokok akan berkurang bahkan tereliminasi. Didukung pula oleh adanya regulasi pembatasan jam penayangan iklan rokok di televisi dan pembatasan bagi industri rokok menjadi sponsor acara olahraga. Walau demikian, industri rokok semakin kreatif dalam mendesain iklan demi memanfaatkan keterbatasan waktu tersebut, yakni dengan menampilkan aktor iklan idola anak muda yang gagah berani berpetualang di alam bebas atau sang aktor sedang melakukan aktivitas/olahraga berbahaya yang baru dan menarik. Iklan tersebut juga disertai dengan kalimat atau pesan yang mampu menarik perhatian dan sesuai dengan perasaan remaja. Bahkan faktanya industri rokok masih bebas memiliki event atau menjadi sponsor acara-acara olahraga, musik, baik yang ditampilkan maupun yang tidak ditampilkan di televisi.

Sebuah studi menemukan bahwa mengurangi keterpaparan dini iklan rokok hingga tingkat paparan paling rendah dapat mengurangi jumlah remaja menjadi perokok tetap yang secara tidak langsung turut menurunkan morbiditas dan mortalitas akibat rokok ([Primack, et.al, 2012](#)). Sehingga sangat penting memastikan larangan total iklan dan promosi produk rokok di berbagai media, tempat, maupun event-event tertentu. Peran Pemerintah Indonesia dalam upaya pencegahan dan penanggulangan dampak merokok sangat penting, dan harus sungguh-sungguh memprioritaskan upaya pencegahan perilaku merokok remaja, diantaranya melalui peningkatan harga rokok serta pengendalian iklan, promosi, atau sponsorship produk tembakau (rokok) atau dikenal juga dengan istilah TAPS ban (*Tobacco Advertising Promotion and Sponsorship bans*). Bahkan sangat perlu untuk meniadakan iklan rokok tersebut di sekitar anak atau remaja.

Pengetahuan mengenai bahaya merokok adalah faktor kunci untuk mencegah atau berhenti merokok. Pengetahuan tentang bahaya merokok kurang signifikan berhubungan dengan perilaku merokok. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian lainnya ([Ho et al., 2010](#); [Gupta et al., 2014](#); [Kaleta et al., 2016](#)). Pengetahun mengenai dampak buruk merokok berpengaruh langsung terhadap tindakan merokok. Studi di Polandia menemukan bahwa kaum muda tidak mengetahui dengan

baik efek bahaya nikotin dari rokok ([Kaleta et al., 2016](#)). studi di Turki menyebutkan bahwa alasan yang paling banyak digunakan untuk tetap tidak merokok adalah masalah kesehatan yang berhubungan langsung dengan merokok. Sebagian besar siswa yang merokok (68%) signifikan tidak sadar bahwa terpapar asap rokok orang lain berbahaya ([Kaya et al., 2010](#)).

Konsumsi rokok diyakini berbanding terbalik dengan pengetahuan, dan sikap mengenai rokok. Namun, terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua elemen tersebut. Meski memiliki pengetahuan atau kesadaran yang tinggi mengenai efek kesehatan merokok, faktanya sikap toleran terhadap asap rokok masih tetap tinggi. Selain itu, pengetahuan tentang dampak buruk merokok di kebanyakan negara masih terbatas pada kanker paru-paru saja, sedangkan kesadaran mengenai efek penyakit kardiovaskuler, seperti serangan jantung dan stroke masih sangat rendah ([Gupta et al., 2014](#)). Hal ini sejalan dengan hasil analisis multivariat dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa pengetahuan tidak signifikan berhubungan dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia.

Studi kualitatif di Kabupaten Kudus juga menyatakan sebagian besar informan baik yang merokok maupun yang tidak merokok tahu bahwa rokok itu bahaya. Sedangkan anak-anak yang tidak merokok kebanyakan menyatakan bukan karena alasan kesehatan, tetapi karena merasa belum cukup umur sehingga tidak pantas merokok dan takut dimarahi orang tua ([Perawati dkk., 2014](#)). Hal ini membuktikan bahwa tidak hanya meningkatkan edukasi tentang bahaya merokok, faktor penentu perilaku merokok yang lain pun secara bersama-sama harus semakin ditingkatkan penerapannya.

Sikap sama seperti pengetahuan adalah bentuk perilaku tertutup yang juga akan menentukan perilaku terbuka (tindakan). Sikap menjadi faktor yang paling dominan berhubungan dengan tindakan merokok pelajar dalam penelitian ini. Sikap terhadap perilaku merokok sangat berperan penting dalam pembentukan perilaku merokok. Sikap signifikan berhubungan dengan perilaku merokok pelajar di Indonesia dan paling dominan berhubungan dengan perilaku merokok. Sejalan dengan penelitian ini, beberapa penelitian menunjukkan bahwa remaja yang berpikir dengan merokok akan memiliki lebih banyak teman dan lebih atraktif signifikan lebih besar risikonya untuk merokok ([Sovinová & Csémy, 2004](#); [Parkinson et al., 2009](#)). [Jamison et al](#) (2010), juga menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku merokok dengan sikap pelajar yang berpikir merokok membuat anak muda lebih atraktif. Oleh karena itu, sangat penting meningkatkan sikap dan kesadaran pelajar mengenai bahaya merokok melalui edukasi dan iklan atau kampanye anti-rokok secara berkala dan terus menerus.

Studi [Jamison, et.al](#) (2010) menunjukkan hubungan yang signifikan antara perilaku merokok dengan sikap yang berpikir merokok membuat anak muda lebih atraktif. Proporsi merokok pada responden yang berpikir bahwa perusahaan rokok mencoba membuat anak umur di bawah 18 tahun menggunakan produk tembakau lebih banyak dibanding yang tidak berpikir demikian. Hasil ini sangat erat hubungannya dengan paparan iklan rokok. Responden merokok karena iklan rokok yang dibuat oleh perusahaan rokok sangat menarik serta mampu meningkatkan keinginan responden untuk mencoba merokok, dan hal tersebut disadari sendiri oleh responden bahwa iklan yang keren dan sponsor kegiatan anak muda yang diberikan oleh perusahaan rokok adalah bentuk upaya perusahaan rokok untuk membuat anak umur di bawah 18 tahun menggunakan produk tembakau mereka. Sikap merupakan determinan yang memiliki korelasi parsial dengan perilaku merokok. Memiliki sikap positif

atau menolak perilaku merokok akan membuat pelajar memilih untuk tidak merokok. Oleh karena itu, upaya peningkatan sikap positif anti-rokok harus terus dilakukan melalui edukasi dan kampanye anti-rokok kepada masyarakat terutama kepada pelajar. Dengan memiliki, sikap positif yang anti-rokok diharapkan mampu menurunkan prevalensi merokok di kalangan pelajar Indonesia.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan rokok, pengetahuan, dan sikap berhubungan dengan tindakan merokok pelajar di Indonesia. Sikap terhadap perilaku merokok dan upaya pengendalian merokok merupakan faktor yang paling dominan berhubungan dengan tindakan merokok pelajar di Indonesia. Upaya pengendalian dan pencegahan merokok di Indonesia khususnya di kalangan pelajar harus segera diterapkan dengan tegas, antara lain sebaiknya membatasi keterpaparan pelajar dengan iklan rokok atau bahkan meniadakan iklan rokok di media, meningkatkan pengetahuan dan kesadaran (sikap) akan bahaya merokok pada pelajar melalui edukasi dan kampanye anti-rokok di masyarakat.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit atau CDC (*Centers for Disease Control and Prevention*) yang telah menyediakan data *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) Indonesia Tahun 2014, sehingga penulis dapat dengan mudah mengakses data secara gratis. Penulis berterima kasih kepada Universitas Patria Artha yang telah mendukung sebagai tenaga pendidik atau dosen untuk aktif melaksanakan penelitian dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan ilmiah lainnya. Ucapan terima kasih pula kepada seluruh rekan/pihak yang telah membantu hingga selesainya artikel ini.

Referensi

- Arora *et al.* (2012). Tobacco use in Bollywood movies, tobacco promotional activities and their association with tobacco use among Indian adolescents. *Tobacco Control* 2012; 21: 482e487; doi:10.1136/tc.2011.043539.
- CDC. (2012). *A Report of the Surgeon General Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults: We Can The Next Generation Tobacco Free*. USA: Center for Disease Control and Prevention Office on Smoking and Health.
- Cheng *et al.* (2013). Relationship between knowledge about the harms of smoking and smoking status in the 2010 Global Adult Tobacco China Survey. *Tob Control* 2015;24:54–61. doi:10.1136/tobaccocontrol-2013-051163.
- Cosci *et al.* (2013). Significant Others, Knowledge, and Belief on Smoking as Factors Associated with Tobacco Use in Italian Adolescents. Hindawi Publishing Corporation ISRN Addiction, Volume 2013, Article ID 968505, 7 pages.
- Dereje *et al.* (2014). Prevalence and Predictors of Cigarette Smoking among Adolescents of Ethiopia: School Based Cross Sectional Survey. *Child and Adolescent Behaviour Journal* 2014, 3:1; <http://dx.doi.org/10.4172/2375-4494.1000182>.

- Gupta *et al.* (2014). A Cross-Country Comparison of Knowledge, Attitudes and Practices about Tobacco Use: Findings from the Global Adult Tobacco Survey. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, Vol 15, 2014; doi.org/10.7314/APJCP.2014.15.12.5035.
- Ho *et al.* (2010). Smoking among rural and urban young women in China. *Tobacco Control* 2010;19:13e18; doi:10.1136/tc.2009.030981.
- Jamison *et al.* (2010). Cigarette smoking among school-going adolescents in Lithuania: Results from the 2005 Global Youth Tobacco Survey. *BMC Research Notes* 2010, 3:130; 1-6.
- Kaletka *et al.* (2016). Perceived Relative Harm of Selected Cigarettes and Non-Cigarette Tobacco Products-A Study of Young People from a Socio-Economically Disadvantaged Rural Area in Poland. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2016, 13, 885; doi:10.3390/ijerph13090885
- Kaya *et al.* (2010). Factors associated with adolescents' smoking experience and staying tobacco free. *Mental Health in Family Medicine* 2010;7:145-53.
- Kemenkes. (2014). Menkes Ungkap Dampak Rokok terhadap Kesehatan dan Ekonomi. Diakses 2 Februari 2017. Available from: www.depkes.go.id.
- Laili, K., Ratih, S.P., Gayatri, R.W., Adi, S. 2022. The impact of exposure to cigarette advertising and promotion on youth smoking behavior in Malang Regency (Indonesia) during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Public Health in Africa* 2022; 13(s2):2409.
- Mulyani, TRI S.I. 2015. *Dinamika Perilaku Merokok pada Remaja*. (Strata 2), Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Rineka Cipta.
- Parkinson *et al.* (2009). Smoking Beliefs and Behavior Among Youth in Malaysia and Thailand. *Am J Health Behav.* 2009;33(4):366-375.
- Perawati dkk. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Pada Anak Di Lingkungan Industri Rokok (Studi Pada Anak-anak usia 11-12 tahun di Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus). *J. Kesehat. Masy. Indones.* 9(1): 2014.
- Primack, et.al. 2012. Association of Established Smoking Among Adolescents With Timing of Exposure to Smoking Depicted in Movies. *J Natl Cancer Inst* 2012;104:549-555.
- Riskesdas. (2010). *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Riskesdas. (2013). *Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Shah *et al.* (2008). The Relationship Between Tobacco Advertisements and Smoking Status of Youth in India. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, Vol 9, 2008; 637-642.
- Sovinová H. & Csémy L. (2004). Smoking Behaviour Of Czech Adolescents: Results Of The Global Youth Tobacco Surveyin The Czech Republic, 2002. *Cent Eur J Publ Health* 2004; 12 (1): 26-31.
- Sulistyoningrum, D., Wardani, S.F.P, Naranadiya, R.R.A.R. 2024. Hubungan Iklan Rokok Dengan Perilaku Remaja Laki-Laki Di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes. *Jurnal Riset Ilmu Kesehatan Umum* Vol.2, No.2 April 2024. e-ISSN: 3026-5800; p-ISSN: 3026-5819, Hal 102-110. DOI: <https://doi.org/10.57213/jrikuf.v2i2.253>
- Wellman *et al.* (2006). The Extent to Which Tobacco Marketing and Tobacco Use in Films Contribute to Children's Use of Tobacco. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2006;160:1285-1296.

- WHO. (2015). Global Youth Tobacco Survey (GYTS): Indonesia report, 2014. New Delhi: World Health Organization, Regional Office for South-East Asia.
- WHO. (2016). *WHO Report on the Global Tobacco Epidemic*. Diakses 1 Februari, 2017. Available from: <http://www.who.int/tobacco/mpower/en/index.html>.