

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
#SUARATANPAROKOK OLEH KEMENTERIAN
KESEHATAN DI TELEVISI TERHADAP
PERILAKU ADIKSI PEROKOK”**

(Survei pada pengikut akun Instagram @suara_tanpa_rokok)

Melita Rahmi

ABSTRAK

Meningkatnya angka perokok aktif di Indonesia membuat pemerintah tidak tinggal diam dalam menanggapi masalah ini. Upaya yang dilakukan pemerintah untuk menekan kenaikan jumlah perokok ini salah satunya yaitu dengan meluncurkan tayangan iklan layanan masyarakat dengan tanda pagar #SuaraTanpaRokok yang berisi informasi mengenai resiko perokok, dan himbauan untuk segera berhenti merokok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat #SuaraTanpaRokok terhadap perilaku adiksi perokok. Konsep yang digunakan yaitu konsep terpaan iklan dan perilaku adiksi, sedangkan teori yang digunakan yaitu teori kultivasi. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang dilakukan adalah survei. Populasi penelitian ini yaitu pengikut akun Instagram @suara_tanpa_rokok sebanyak 14.660 orang dan hanya 100 orang yang diambil sebagai sampel. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 22 menghasilkan nilai korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,704 yang berarti kuat serta perhitungan koefisien determinasi yang menghasilkan 49,6% untuk pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil uji hipotesis menghasilkan 13,228 (t hitung) > 1,662 (t tabel), maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terpaan iklan layanan masyarakat #SuaraTanpaRokok berpengaruh terhadap perilaku adiksi perokok.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, Kementerian Kesehatan, Rokok, Adiksi, Usia Produktif

**“THE EFFECT OF PUBLIC SERVICES ADVERTISING
EXPOSURE #SUARATANPAROKOK BY THE
MINISTRY HEALTH ON TELEVISION
WITH ADDICTION BEHAVIOR
OF SMOKERS”**

(Survey on followers of Instagram account @suara_tanpa_rokok)

Melita Rahmi

ABSTRACT

The increasing number of active smokers in Indonesia makes the government can not be silent to responding this problem. One of the efforts by the government to reduce the increase in the number of smokers was by launching public service advertisement with a hashtag #SuaraTanpaRokok was containing information about the risk of smokers, and stimulus to ask them to stop smoking immediately. This research to determine how much influence the exposure of #SuaraTanpaRokok public service advertising to the addiction behavior of smokers of productive age. The concept used is the concept of exposure to advertising and addiction behavior, and the theory used is cultivation theory. This research was conducted using a quantitative approach. The research method used is a survey. The population of this research is followers of Instagram account @suara_tanpa_rokok as many as 14.660 people and only 100 people choosed as the sample. Data processing is using SPSS version 22 which is resulting in a correlation value of variable X with Y variable of 0.704 it means strong and the coefficient of determination produces 49,6% for the effect of variable X on variable Y. Hypothesis test results produce $13,228 (t \text{ count}) > 1,662 (t \text{ table})$, then H_0 is rejected and H_a is accepted so that exposure to public service advertising #SuaraTanpaNow affects the addiction behavior of smokers of productive age.

Keywords: *Ad exposure, Ministry of Health, Cigarettes, Addiction, Productive Age*