

Persepsi siswa terhadap iklan anti rokok : studi kasus SMP Negeri 5 Depok tahun 2013 = Student's perception about anti smoking advertising : case study at SMP Negeri 5 Depok in 2013

Luh Putu Lina Yudarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367594&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan anti rokok merupakan salah satu bentuk pengendalian masalah tembakau dikalangan remaja namun di Indonesia namun intensitas penayangan iklan rokok tidak sebanding dengan iklan anti rokok. Padahal menurut beberapa penelitian kampanye atau iklan anti rokok yang ditampilkan dapat menurunkan jumlah perokok.

Tujuan dari penelitian ini adalah diketahuinya persepsi siswa SMP Negeri 5 Depok terhadap iklan anti rokok pada tahun 2013. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah dalam pengambilan data primer. Data diperoleh dari 15 informan yang berusia 13-14 tahun.

Hasil penelitian ini adalah iklan anti rokok Jak TV yang mengandung unsur humor lebih menarik perhatian dibandingkan iklan anti rokok Kemenkes yang menampilkan gambar penyakit akibat merokok. Informan perokok juga bersikap negatif terhadap semua iklan anti rokok yang ditayangkan dan cenderung mengabaikan manfaat serta tidak mempercayai dampak buruk rokok dalam iklan anti rokok. Pesan dalam iklan anti rokok Jak TV lebih mudah dipahami dibandingkan dengan iklan anti rokok Kemenkes namun alur cerita dalam iklan anti rokok Kemenkes dianggap lebih jelas. Pemilihan setting dan musik dalam iklan anti rokok Jak TV dan Kemenkes dianggap kurang sesuai dengan karakteristik remaja.

Berdasarkan penelitian ini disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan gambar yang menyeramkan dan resiko kesehatan jangka panjang. Iklan anti rokok sebaiknya menampilkan unsur humor dan manfaat yang didapat oleh remaja jika tidak merokok serta perlu untuk melibatkan beberapa remaja dalam pembuatan iklan.

.....

Anti-smoking ads is a form of tobacco control issues among teenagers but in Indonesia, the intensity of cigarette ads are not comparable to anti smoking advertising. Yet according to some studies anti-smoking campaigns or advertising displayed may decrease the number of smokers.

The purpose of this study is to know perception of State Junior High School 5 of Depok students toward anti-smoking ads in 2013. This study is a qualitative study using in-depth interview techniques and focus groups in primary data collection. The data were obtained from 15 informants aged 13-14 years with three smokers and 12 non-smoker students as the informants.

The results of this study are Jak TV anti-smoking ads that contains element of humor attract more attention than the Ministry of Health anti-smoking ads featuring images of diseases caused by smoking. The level of understanding of non smokers informants about the dangers of cigarette smoking are better than the smokers informant, they also be negatively to all anti-smoking ads aired and tend to ignore the benefits and adverse effects of smoking, they do not believe in anti-smoking ads. Messages in anti-smoking ads at Jak TV is easier to understand than that done by Ministry of Health, but the storyline at the Ministry of Health's is considered more clearly than Jak TV's. Selection of the setting and the music in the anti-smoking ads at Jak

TV and Ministry of Health are considered less suitable to the characteristics of teenagers.

Based on this research it is advisable to consider the use of the creepy image and long-term health risks.

Anti-smoking ads should be made to display the elements of humor and the benefits gained by the teens if not smoke and the need to involve young people in the manufacture of some ads to provide the viewpoint of prospective targets and better targeted ads.