

Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok Siswa-Siswi Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 1 Kota Bekasi Tahun 2011

Hesti Handayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439750&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor (karakteristik, keterjangkauan, pengetahuan, sikap, dan keterpaparan terhadap iklan rokok) yang berhubungan dengan perilaku merokok remaja di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 1 Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan desain cross sectional dengan sampel berjumlah 166 siswa yang diambil dengan metode stratified random sampling dan kuesioner sebagai alat ukur penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 30,1% responden merokok, 48,8% berjenis kelamin laki-laki dan 12,8% perempuan. Sejumlah 33,3% responden yang merokok berumur 14-15 tahun dan 25,4% berumur 12-13 tahun. Berdasarkan hasil uji khai kuadrat terdapat 4 variabel yang memiliki hubungan signifikan dengan perilaku merokok pada siswa-siswi MTs Negeri 1 Kota Bekasi: jenis kelamin, keterjangkauan terhadap rokok, sikap terhadap rokok, dan keterpaparan terhadap iklan rokok di media massa dan point of sales.

.....

The purpose of this research is to determine factors (characteristics, affordability of cigarettes, knowledge of cigarettes impact, attitudes to cigarettes, and cigarette advertising exposure) that associated with adolescent smoking behavior in Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 1 Kota Bekasi. This research used cross sectional design with 166 samples collected by stratified random sampling method and questioner as research instrument.

The result of this research showed that 30,1% respondents smoking, 48,8% are male and 12,8% are female. About 33,3% respondents who smoke are 14-15 years old and 25,4% are 12-13 years old. According to chi square test, there are 4 variables which have significant related with smoking behavior of students in Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 1 Kota Bekasi: gender, affordability of cigarettes, attitudes to cigarettes, and exposure to cigarette advertising in mass media and point of sales.