



## Self Efficacy Dan Persepsi Iklan Pada Bungkus Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok Di Sma Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong

Aditya Yohandi Putra <sup>1)</sup>, Tita Septi Handayani <sup>2)</sup>, Sulastris <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Dehasen Bengkulu  
Email : <sup>1</sup> [adityayohandip@gmail.com](mailto:adityayohandip@gmail.com) , <sup>2</sup> [handayani\\_tita@yahoo.co.id](mailto:handayani_tita@yahoo.co.id) , <sup>3</sup> [sulastry2007@gmail.com](mailto:sulastry2007@gmail.com)

Received [03-11-2025]

Revised [07-12-2025]

Accepted [11-12-2025]

**Abstract.** Based on the percentage of countries with the largest tobacco producers in the world, Indonesia is in sixth place with a tobacco production of 136 thousand tons or around 1.91% of the world's total tobacco production. The number of smokers in the world reaches 2.8 billion people, where every year there are 5 million people who die from diseases caused by cigarettes. This study aims to determine the relationship between Self Efficacy and Perception of Advertising on Cigarette Packs with Motivation to Quit Smoking in Adolescents of SMA 4 Smokers in Rejang Lebong Regency in 2024. The method used is an analytical research design with cross sectional. The population in this study were male adolescents at SMA Negeri 4 Rejang Lebong, sampling using the random sampling method (random) of 55 students, using chi-Square analysis. The results of the study showed that out of 55 respondents, almost most of the respondents had Good Self Efficacy, most of the respondents had Good Perception of Cigarette Advertising, most of the respondents had Low Motivation to Quit Smoking. There is a significant relationship between Self Efficacy and Perception of Advertisements on Cigarette Packs with Motivation to Quit Smoking in Adolescent Smokers at SMA Negeri 4 Rejang Lebong Regency in 2024, ( $p=0.001$ ,  $0.034$ ) ( $p=0.000$ ). It is recommended for schools and guidance and counseling teachers to provide guidance to adolescent smokers in high school to avoid future health complications that can damage adolescent mindsets.

**Keywords:** *Self Efficacy, Perception of Cigarette Pack Advertisements, Motivation to Quit Smoking.*

**Abstrak.** Berdasarkan persentase negara dengan penghasil tembakau terbesar di dunia, Indonesia berada pada posisi keenam dengan produksi tembakau sebesar 136 ribu ton atau sekitar 1,91% dari total produksi tembakau dunia. Jumlah perokok di dunia mencapai 2,8 miliar jiwa, dimana setiap tahunnya terdapat 5 juta orang yang meninggal dunia akibat penyakit yang disebabkan oleh rokok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Self Efficacy dan Persepsi Iklan pada Bungkus Rokok dengan Motivasi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024. Metode yang digunakan adalah analitik dengan desain penelitian cross sectional. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja laki-laki di SMA Negeri 4 Rejang Lebong, pengambilan sampel menggunakan metode random sampling (acak) sebanyak 55 siswa, dengan menggunakan analisis chi-Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 55 responden, hampir sebagian besar responden memiliki Efikasi Diri Baik, sebagian besar responden memiliki Persepsi Baik terhadap Iklan Rokok, sebagian besar responden memiliki Motivasi Rendah untuk Berhenti Merokok. Terdapat hubungan yang signifikan antara Efikasi Diri dan

Persepsi Iklan pada Bungkus Rokok dengan Motivasi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong tahun 2024, ( $p=0,001$ ,  $0,034$ ) ( $p=0,000$ ). Disarankan kepada sekolah dan guru bimbingan dan konseling untuk memberikan bimbingan kepada remaja perokok di SMA agar terhindar dari komplikasi kesehatan di kemudian hari yang dapat merusak pola pikir remaja.

**Kata Kunci:** Efikasi Diri, Persepsi Iklan Kemasan Rokok, Motivasi Berhenti Merokok.

## PENDAHULUAN

Perilaku merokok membahayakan diri sendiri maupun orang lain yang berada disekitarnya, karena asap rokok mengandung lebih dari 4000 zat kimia berbahaya serta lebih dari 43 zat penyebab kanker. Berdasarkan persentase negara dengan produsen tembakau terbesar di dunia, Indonesia berada di posisi keenam dengan jumlah produksi tembakau sebesar 136 ribu ton atau sekitar 1,91% dari total produksi tembakau dunia. Jumlah perokok di dunia mencapai 2,8 milyar orang, dimana setiap tahun ada 5 juta orang yang meninggal akibat penyakit yang di sebabkan oleh rokok (WHO, 2021).

Menurut Peto et al (2022) secara global 50% remaja pria dan 10% remaja perempuan merupakan perokok aktif, hal ini dapat menyebabkan kematian akibat rokok dari 5 juta orang pada tahun 2020 dan akan menjadi 10 juta di beberapa tahun yang akan datang. Pada tahun 2025 lebih dari 1,1 triliun orang merokok tembakau. Angka ini jauh lebih banyak pada pria dibandingkan pada wanita. Walaupun terjadi penurunan secara luas di seluruh dunia dan di beberapa negara, prevalensi dari merokok tembakau sejatinya mengalami kenaikan menurut data yang diperoleh dari WHO.

*World Health Organization* (WHO) menyebutkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-3 dengan jumlah perokok terbesar di dunia setelah China dan India. Indonesia menduduki posisi peringkat ke-5 konsumen rokok terbesar setelah Cina, Amerika Serikat, Rusia dan Jepang. Riset Kesehatan Dasar menyebutkan bahwa penduduk berumur di atas 10 tahun yang merokok sebesar 29,2% dan angka tersebut meningkat sebesar 34,7%, untuk kelompok umur di atas 15 tahun (WHO, 2022). Berdasarkan survey internasional laporan bahwa prevalensi perokok mencapai 67,4 persen laki laki 4 dan 4,5 persen perempuan. Perokok pria dan wanita ini mencapai 36,1 persen dari komposisi penduduk. Sekitar 61,4 juta penduduk mengkonsumsi tembakau. Dan ironisnya prevalensi menurut gender sampai 24 tahun mencapai sebanyak 51,7 persen (WHO, 2022).

Prevalensi perokok di Indonesia (baik perokok hisap maupun pengunyah tembakau) pada kelompok umur  $\geq 15$  tahun cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020 sebesar 34,2%, tahun 2021 meningkat menjadi 34,7%, dan tahun 2022 mencapai 36,3% (Kemenkes RI, 2022). Selain Risdikdas, survei terhadap penggunaan tembakau nasional juga dilakukan oleh *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) pada tahun 2021, survei ini menunjukkan proporsi penduduk umur  $\geq 15$  tahun pada perokok laki-laki sebesar 67% dan pada perempuan sebesar 2,7 persen (GATS, 2022).

Di Kabupaten Rejang Lebong prevalensi perokok setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik dan Dinas Kesehatan Kabupaten Rejang lebong pada tahun 2021, 2022, dan 2023 prevalensi perokok sebesar 34,17%, 43,17%, dan 58,17%. Hal ini menunjukkan bahwa di Kabupaten Rejang Lebong prevalensi merokok setiap tahunnya terus mengalami peningkatan (Dinkes kabupaten Rejang Lebong, 2023). Asap rokok yang dihasilkan dari rokok dapat menyebabkan berbagai penyakit yang sangat membahayakan seperti kanker paruparu, asma, penyakit jantung iskemik, kanker saluran pernafasan, kanker tenggorokan, insomnia, impoten, dan sebagainya. Paparan asap rokok menewaskan lebih dari 600.000 non-perokok (Nurlikasari et al., 2021).

Melihat besarnya risiko perilaku merokok pada remaja saat ini, pemerintah Indonesia berupaya untuk menekan semakin tingginya angka prevalensi merokok pada usia muda, dengan mengeluarkan aturan mengenai Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Salah satu isinya adalah seluruh rokok yang beredar di Indonesia harus menyertakan peringatan bahaya rokok, disertai gambar menyeramkan akibat merokok pada bungkus rokok, serta larangan penjualan rokok pada usia remaja (Zahro, 2020). Terkait dengan perilaku merokok pada remaja, terdapat beberapa faktor yang dapat memotivasi mereka untuk berhenti merokok, diantaranya yaitu pengaruh media iklan, *self efficacy*, dan kecanduan, adanya tingkat pendidikan, sikap orangtua, pengaruh teman sebaya (Nurlikasari et al., 2021). *Self efficacy* dapat mempengaruhi keberhasilan individu mengontrol kesehatannya. Individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan lebih mampu mengontrol kesehatannya dan lebih mempercayai kemampuan dirinya untuk mempertahankan kontrol perilaku tersebut. Selain itu, *self efficacy* yang tinggi juga dinilai mampu meningkatkan motivasi individu untuk meningkatkan performa individu dalam mengontrol perilaku sehat. *Self efficacy* dapat dijadikan prediktor keberhasilan dalam program berhenti merokok. Semakin tinggi *self efficacy* untuk berhenti merokok maka akan semakin besar kemungkinan seseorang berhasil untuk menghentikan perilaku merokoknya (Sari & Darmawan, 2020; Siska, 2021).

Selain itu, *self efficacy* juga berperan dalam membangun keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhenti merokok yang dimanifestasikan dengan serangkaian tindakan melalui beberapa sumber pembentuk efikasi diri. Semakin tinggi *self efficacy* berhenti merokok pada individu maka ia akan mencurahkan usahanya dan gigih dalam mencapai tujuannya untuk mengontrol keinginan berhenti merokok. Tingginya *self efficacy* untuk berhenti merokok juga dapat mempengaruhi komitmen perokok terhadap penghentian konsumsi rokok. Apabila seorang perokok memiliki *self efficacy* berhenti merokok yang rendah, maka akan mengakibatkan kemungkinan yang besar baginya untuk kembali merokok, begitu pula sebaliknya (Nurlikasari et al., 2021; Sari & Darmawan, 2020; Siska, 2021; Zahro, 2020).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Kurniawan et al., 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa  $p = 0,005$  yang artinya *self-efficacy* mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat berhenti merokok pada responden di Kota Surabaya. Penelitian mendukung lainnya yaitu penelitian (Nurjanah & Rahmatika, 2021), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kontribusi pengaruh *self-efficacy* terhadap intensi berhenti merokok dengan nilai *P-value* 0,002. Selain faktor *self-efficacy*, iklan rokok juga memiliki pengaruh yang besar dalam memotivasi seseorang untuk berhenti merokok. Pengaruh terhadap iklan meliputi rekasi terhadap faktor iklan, seperti kreativitas, efek gambar, warna, dan intonasi. Pengaruh iklan dapat berupa hal yang positif maupun negatif. Biasanya adanya model yang menarik atau selebritas akan membawa konsumen kepada persepsi yang positif terhadap suatu produk sehingga kesadaran akan produk tersebut dapat bertambah menjadi lebih baik. Berdasarkan uraian di atas, persepsi terhadap iklan rokok adalah bagaimana seseorang melihat dan mengartikan informasi tentang produk rokok yang telah disajikan oleh media – media tertentu (Nurlikasari et al., 2021).

Sejalan dengan penelitian (Pratiwi, 2020), hasil penelitian pada pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh antara pada iklan rokok terhadap sikap untuk berhenti merokok pada remaja. Hal ini ditunjukkan pada angka signifikansi hasil pengujian hipotesis sebesar 0,000. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian Ariani (2021) yang dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Boyolali bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dukungan iklan rokok dengan perilaku merokok pada siswa. Data yang didapatkan dari SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong jumlah siswa laki-laki sebanyak 120 orang, yang terdiri dari IPA1 11 orang, IPA2 13 orang, IPA3 11 orang, IPA4 13 orang, IPS1, 11 orang, IPS2 13 orang, IPS3 15 orang, IPS4 10 orang, IPS5 12 orang, dan bahasa 11 orang (SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong, 2024). Berdasarkan hasil survey penelitian yang peneliti lakukan pada maret 2024 di SMA Negeri 4 Kabupaten rejang lebong pada 7 orang remaja perokok, didapatkan kebiasaan

merokok anak-anak diluar sekolah saat istirahat sekolah, saat dilakukan wawancara tentang *self Efficacy* 4 dari 7 anak dengan *self Efficacy* kurang dalam memotivasi dirinya untuk berhenti merokok, sementara 3 dari 7 responden dengan *self Efficacy* tinggi untuk berheti merokok, sementara 5 dari 7 responden mengatakan persepsi terhadap iklan rokok baik dalam meningkatkan keinginan diri untuk berhenti merokok, sedangkan 2 remaja dengan persepsi iklan rokok kurang dalam mengurangi kebiasaan merokok. Berdasarkan Latar belakang hubungan *Self Efficacy* dan Persepsi Iklan pada bungkus Rokok dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif* analitik dengan pendekatan *Cross Sectional* yaitu suatu penelitian untuk mempelajari dinamika korelasi antara faktor-faktor risiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasi atau pengumpulan data sekaligus pada suatu saat (*point time approach*). Artinya, tiap subjek penelitian hanya diobservasi sekali saja dan pengukuran dilakukan terhadap status karakter atau variabel subjek pada saat pemeriksaan (Notoadmodjo, 2010). Penelitian ini dilaksanakan di SMA 4 Kabupaten Rejang Lebong pada bulan 20 Juli s/d 10 Agustus 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja putra di SMA 4 Kabupaten Rejang Lebong yaitu sebanyak : 120 siswa. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2011). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *random sampling* (acak) yaitu sebanyak 55 siswa. Analisa bivariat, dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan faktor lingkungan dan teman sebaya terhadap perilaku merokok. Uji statistik yang digunakan adalah dengan rumus *Chi Square*. Penelitian telah dinyatakan layak etik oleh komite etik penelitian kesehatan Universitas Dehasen Bengkulu dengan No: 00110/D-KEPK/FD/VII/2024.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1** Gambaran *Self Efficacy* Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024

<i>Self Efficacy</i>	Frekuensi	
	n	%
Kurang Baik	20	36.4
Baik	35	63.6
Total	55	100.0

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 55 responden sebagian dari responden dengan dengan *Self Efficacy* Baik 35 orang (63,6%).

**Tabel 2** Gambaran Persepsi Iklan Rokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024

Persepsi Iklan Rokok	Frekuensi	
	n	%
Kurang Baik	24	43.6
Baik	31	56.4
Total	55	100.0

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 55 responden Sebagian dari responden dengan Persepsi Iklan Rokok Baik 31 orang (56,4%).

**Tabel 3 Gambaran Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Motivasi Berhenti Merokok	Frekuensi	
	n	%
Rendah	29	52.7
Sedang	14	25.5
Tinggi	12	21.8
Total	55	100.0

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 55 responden Sebagian dari responden dengan Motivasi Berhenti Merokok Rendah 29 orang (52,7%).

**Tabel 4 Hubungan Self Efficacy Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Self Efficacy	Motivasi Berhenti Merokok					P-Value
	Rendah		Sedang Tinggi			
	n	n	n	n	%	
Kurang Baik	17	2	1	20	100	0,001
Baik	12	12	11	35	100	
Total	29	14	12	55	100	

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 20 orang yang mempunyai *self efficacy* kurang baik terdapat 17 orang (85,0%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 2 orang (10,0%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 1 orang (5,0%) yang motivasi berhenti merokok tinggi, sedangkan dari 35 orang yang mempunyai *self efficacy* baik terdapat 12 orang (34,3%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 12 orang (34,3%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 11 orang (31,4%) yang motivasi berhenti merokok tinggi. Berdasarkan hasil uji *Pearson Chi-Square* diperoleh nilai  $p = 0,001 < \alpha (0,05)$ , jadi signifikan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara *self efficacy* dengan motivasi berhenti merokok.

**Tabel 5 Hubungan Persepsi Iklan Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Persepsi Iklan Rokok	Motivasi Berhenti Merokok				P-Value	
	Rendah		Sedang			Tinggi
	n	n	n	n		
Kurang Baik	17	5	2	24	0,038	
Baik	12	9	10	31		
Total	29	14	12	55		

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 24 orang yang mempunyai persepsi iklan rokok kurang baik terdapat 17 orang (70,8%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 5 orang (20,8%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 2 orang (8,3%) yang motivasi berhenti merokok tinggi, sedangkan dari 31 orang yang mempunyai persepsi iklan rokok baik terdapat 12 orang (38,7%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 9 orang (29,0%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 10 orang (32,3%) yang motivasi berhenti merokok tinggi. Berdasarkan hasil uji *Pearson Chi-Square* diperoleh nilai  $p = 0,038 < \alpha (0,05)$ , jadi signifikan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara persepsi iklan rokok dengan motivasi berhenti merokok.

## **Pembahasan**

### **Gambaran *self efficacy* Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Diketahui bahwa dari 55 responden hampir sebagian dari responden dengan dengan *Self Efficacy* Baik 35 orang (63,6%), dan hampir sebagian dari responden dengan *Self Efficacy* kurang baik 20 (36,4%). Hal ini sejalan dengan penelitian Mariam (2021), hasil penelitian didapatkan hampir sebagian dari responden 68,4% dengan *Self Efficacy* Baik, dan 31,6% dengan *Self Efficacy* kurang baik pada Remaja Putra di Kelurahan Sukoharjo. Sejalan dengan penelitian Nurjanah & Rahmawati, (2021), hasil penelitian didapatkan hampir sebagian dari responden 59,1% dengan *Self Efficacy* Baik, dan 40,9% dengan *Self Efficacy* kurang baik Pada Remaja Di SMPN 29 Samarinda. Menurut teori didapatkan empat faktor yang mempengaruhi *self-efficacy*, yaitu pengalaman keberhasilan, pengalaman orang lain, persuasi sosial dan keadaan fisiologis dan emosional.

Peneliti menemukan faktor yang mempengaruhi responden memiliki *self-efficacy* baik atau kurang baik sebagian besar ialah pengalaman yang terjadi pada teman terdekat mereka yang dapat mengontrol perilaku merokok mereka dimana biasanya sehari menghabiskan sebungkus rokok menjadi 4-6 batang sehari dan responden mengatakan sering melihat iklan yang menayangkan dampak yang timbul dari perilaku merokok (Ardita, 2022). Peneliti Berasumsi Bahwa Pada masa remaja awal ini terdapat perubahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dimana terjadi perubahan pada emosi dan psikis. Oleh karena itu dimasa ini remaja awal lebih mudah terpengaruh terhadap lingkungan sekitar mereka terutama seseorang yang paling dekat, sehingga mempengaruhi *self-efficacy*.

### **Gambaran Persepsi Iklan Rokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Diketahui bahwa dari 55 responden Sebagian besar dari responden dengan Persepsi Iklan Rokok Baik 31 orang (56,4%) dan dan hampir sebagian dari responden dengan persepsi iklan rokok kurang baik 24 (43,6%). Hal ini sejalan dengan penelitian Mariam (2021), hasil penelitian didapatkan hampir sebagian dari responden 61,8% dengan persepsi iklan rokok Baik, pada Remaja Putra di Kelurahan Sukoharjo. Sejalan dengan penelitian Nurjanah & Rahmawati, (2021), hasil penelitian didapatkan hampir sebagian dari responden 51,9% dengan persepsi iklan rokok Baik Pada Remaja Di SMPN 29 Samarinda. Pada penelitian Robiansyah, Udaya & Rahmawati (2019) menunjukkan jika sebagian besar dari responden memiliki persepsi negatif sebanyak 58,1% dan memiliki perilaku merokok ringan sebanyak 67,7%. Hal ini memberikan arti bahwa persepsi baik terhadap iklan rokok dapat memberikan stimulasi pada remaja untuk merokok. Berdasarkan hasil penelitian ini persepsi baik terhadap iklan rokok dapat diartikan bahwa remaja menganggap iklan rokok yang menarik, remaja melihat bahwa *image* aktor (model) dalam iklan rokok terlihat jantan, keren, dan percaya diri. Selain itu iklan juga berperan dalam memberikan informasi tentang kualitas-kualitas rokok dari merek- merek lain. Perilaku merokok pada remaja dapat diturunkan melalui pemberian informasi bahwa iklan rokok hanya

sebagai sarana promosi produk rokok bagi industri rokok. Hasil penelitian Nurhayati (2021) Remaja yang aktif dalam organisasi dan tidak aktif dalam organisasi menganggap iklan rokok sebagai promosi produk bagi industri rokok. Pemberian informasi kesehatan dan pengetahuan tentang bahaya rokok juga dapat menjadi sarana untuk menurunkan tingkat perilaku merokok pada remaja.

Penelitian yang dilakukan Tumigolung dkk, (2023) menunjukkan bahwa pendidikan kesehatan dapat meningkatkan pengetahuan dan sikap siswa tentang bahaya rokok. Nuradita & Mariyam (2023) pendidikan kesehatan terhadap siswa tentang bahaya rokok merupakan bekal yang didapatkan siswa dalam menghindari rokok. Remaja seharusnya dapat mempersepsikan dan menilai iklan rokok secara rasional dan tidak berdasarkan emosioanalnya, serta dapat mempertimbangkan dampak-dampak dari perilaku merokok. Partodiharjo (dalam Andriani & Purnamasari, 2021)

### **Gambaran Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Diketahui bahwa dari 55 responden Sebagian besar dari responden dengan Motivasi Berhenti Merokok Rendah 29 orang (52,7%), sebagian kecil dari responden dengan motivasi berhenti merokok sedang 14 (25,5%), dan sebagian kecil dari responden dengan motivasi berhenti merokok rendah 29 (52,7%). Hal ini sejalan dengan penelitian Pada penelitian Robiansyah, Udaya & Rahmawati (2019) menunjukkan jika sebagian besar dari responden memiliki motivasi berhenti merokok rendah sebanyak 48,1%. Hasil penelitian Nurhayati (2021) menunjukkan jika sebagian besar dari responden memiliki motivasi berhenti merokok rendah sebanyak 51,1%. Hamdu & Agustina (2021) mengatakan semakin tinggi motivasi seseorang, maka semakin intensitas usaha dan upaya yang akan dilakukan. Pengurangan frekuensi atau bahkan berhenti merokok akan berhasil jika dalam diri responden tersebut ada kemauan yang tinggi untuk terlepas dari perilaku merokok, dengan adanya peningkatan motivasi yang dimiliki responden akan tergerak untuk terlepas dari perilaku tersebut. Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan kuesioner dan wawancara kepada responden rata-rata menyatakan adanya motivasi dari internal maupun eksternal. Motivasi internal datang dari keluarga yang tidak senang akan perilaku yang dilakukan oleh responden tersebut, teman terdekat dan lingkungan sekitar juga yang mereka jadikan sebagai acuan untuk mereka berhenti merokok.

Peneliti berasumsi bahwa Motivasi untuk berhenti merokok dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan bahwa uang saku bulanan, jumlah teman yang merokok, dan keberadaan perokok di tempat tinggal responden merupakan faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi untuk berhenti merokok. Faktor lain, seperti pengeluaran untuk merokok, jumlah batang rokok yang dikonsumsi per hari, intensitas merokok, dan pengetahuan terkait bahaya merokok berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berhenti merokok.

### **Hubungan *Self Efficacy* Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024**

Diketahui bahwa dari 20 orang yang mempunyai self efficacy kurang baik terdapat 17 orang (85,0%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 2 orang (10,0%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 1 orang (5,0%) yang motivasi berhenti merokok tinggi, sedangkan dari 35 orang yang mempunyai self efficacy baik terdapat 12 orang (34,3%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 12 orang (34,3%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 11 orang (31,4%) yang motivasi berhenti merokok tinggi. Berdasarkan hasil uji Pearson Chi-Square diperoleh nilai  $p = 0,001 < \alpha (0,05)$ , jadi signifikan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara self efficacy dengan motivasi berhenti merokok. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Kurniawan et al., 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa  $p = 0,005$  yang artinya self-efficacy mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat berhenti

merokok pada responden di Kota Surabaya. Penelitian mendukung lainnya yaitu penelitian (Nurjanah & Rahmatika, 2021), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kontribusi pengaruh self-efficacy terhadap intensi berhenti merokok dengan nilai P-value 0,002. *Self-efficacy* dapat dijadikan prediktor keberhasilan dalam program berhenti merokok dengan membangun keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhenti merokok. Semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi motivasi untuk berhenti merokok, jika motivasi berhenti merokok tinggi maka subjek tidak melakukan perilaku merokok yang berisiko terhadap kesehatan. Seorang remaja yang memiliki efikasi diri tinggi, maka dapat menjadi mekanisme koping dari remaja untuk tidak merokok, sedangkan remaja yang efikasi diri yang rendah, akan lemah atau mudah terpengaruh dengan faktor-faktor yang dapat mendorong remaja untuk merokok. Delapan faktor yang menyebabkan remaja merokok, yaitu teman dan orang terdekat yang merokok, status sosial ekonomi dan prestasi rendah, citra positif terhadap rokok, kepercayaan bahwa merokok adalah norma remaja, pengetahuan yang rendah, lingkungan yang permisif, peraturan dan kebijakan pengendalian rokok minimal di Indonesia, serta masih banyaknya iklan rokok (Prawitasari, 2022). Dukungan sosial dari orang terdekat dan lingkungan disekitar membuat remaja semakin yakin bahwa mereka dapat mengontrol keinginan mereka untuk tidak merokok.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah (2021) tentang hubungan antara *health locus of control* dan *self-efficacy* pada mahasiswa keperawatan yang mengatakan individu yang memiliki powerful others health locus of control yang lebih dominan akan memiliki keyakinan bahwa dukungan orang lain/lingkungan yang menjadikannya sehat dan mereka pun tidak memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai serta tidak melakukan evaluasi terhadap hasil yang positif. Keluarga dan teman sebaya adalah yang memiliki peranan penting dalam memberikan dukungan kepada remaja dalam mengontrol keinginan mereka untuk merokok. Teman sebaya memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku merokok pada remaja, namun disisi lain teman sebaya juga dapat dijadikan faktor untuk membuat individu untuk berhenti merokok.

Peneliti berasumsi bahwa kehadiran sosok orang terdekat seperti teman juga dapat menimbulkan motivasi untuk seseorang berhenti merokok, seseorang yang memiliki dampak positif terhadap individu dapat mempengaruhi remaja berubah menjadi lebih baik. Pada remaja yang memiliki teman seorang perokok aktif biasanya dapat mempengaruhi remaja tersebut untuk memiliki perilaku yang sama. Pada masa remaja ini sering kali mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya dan ingin mencoba beberapa hal yang mereka lihat. Ketika seorang teman yang sebelumnya menjadi alasan ia untuk merokok berubah untuk mengurangi aktivitas rokok, ini juga bisa mempengaruhi remaja untuk melakukan hal yang sama. Pada masa remaja ini sering kali mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya dan ingin mencoba beberapa hal yang mereka lihat. Ketika seorang teman yang sebelumnya menjadi alasan ia untuk merokok berubah untuk mengurangi aktivitas rokok, ini juga bisa mempengaruhi remaja untuk melakukan hal yang sama. Adanya tekanan dari keluarga yang tidak senang dengan perilaku yang dimiliki oleh responden tersebut menjadikan motivasi bagi responden untuk terlepas dari perilaku tersebut. Selain itu, iklan yang sering responden lihat pada media sosial yang memperlihatkan dampak dari perilaku merokok dijadikan sebagai acuan yang kuat bagi responden bahwa mereka dapat terlepas dari perilaku merokok. Remaja yang memiliki kepercayaan bahwa dengan berhenti merokok dapat terhindar dari dampak yang timbul akibat merokok dapat menumbuhkan motivasi yang membuat remaja tersebut memiliki kepercayaan bahwa mereka dapat berhenti dari perilaku merokok.

## Hubungan Persepsi Iklan Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024

Diketahui bahwa dari 24 orang yang mempunyai persepsi iklan rokok kurang baik terdapat 17 orang (70,8%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 5 orang (20,8%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 2 orang (8,3%) yang motivasi berhenti merokok tinggi, sedangkan dari 31 orang yang mempunyai persepsi iklan rokok baik terdapat 12 orang (38,7%) yang motivasi berhenti merokok rendah, 9 orang (29,0%) yang motivasi berhenti merokok sedang dan 10 orang (32,3%) yang motivasi berhenti merokok tinggi. Berdasarkan hasil uji *Pearson Chi-Square* diperoleh nilai  $p = 0,038 < \alpha (0,05)$ , jadi signifikan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara persepsi iklan rokok dengan motivasi berhenti merokok. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Aldani, Usman & Tahlil (2021) yang menunjukkan ada hubungan antara peringatan visual yang ada di bungkus rokok terhadap perilaku merokok remaja ( $p\text{-value} = 0,000$ ). Sebanyak 30,7% responden penelitian seorang perokok memiliki penilaian kurang baik pada peringatan visual di bungkus rokok sedangkan 85,2% responden penelitian bukan perokok memiliki penilaian yang baik pada gambar ilustrasi tersebut. Hal ini berarti pencantuman peringatan visual tersebut dapat mengurangi perilaku merokok pada remaja. Hasil penelitian Nurlikasari (2021), Hasil penelitian yaitu ( $p\text{-value} = 0,005 < \alpha = 0,05$ ) yang berarti terdapat hubungan persepsi visual gambar bahaya merokok pada bungkus rokok dengan perilaku merokok remaja laki-laki di SMK X Banjarbaru. Perilaku merokok pada remaja dapat dicegah dan dikontrol dengan persepsi yang positif terhadap gambar yang terdapat di bungkus rokok. Proses persepsi terjadi melalui beberapa tahapan yaitu proses menyeleksi, interpretasi, dan reaksi. Proses persepsi ini belum sempurna sebelum menimbulkan suatu reaksi. Hal ini terjadi apabila seseorang melakukan suatu tindakan yang dapat berhubungan dengan persepsinya seperti seseorang yang bertindak sehubungan dengan persepsi yang baik ataupun buruk. Pencantuman gambar bahaya merokok dapat menimbulkan terjadinya proses persepsi visual pada seseorang. Remaja yang melihat gambar di bungkus rokok tersebut memberikan penilaiannya dan pada akhirnya akan menimbulkan reaksi yang dapat berpengaruh terhadap perilaku merokoknya. Pada penelitian Robiansyah, Udaya & Rahmawati (2019) menunjukkan jika sebagian besar dari responden memiliki persepsi negatif sebanyak 58,1% dan memiliki perilaku merokok ringan sebanyak 67,7%. Perasaan takut pada remaja ketika menunjukkan jika ilustrasi gambar di bungkus rokok seolah-olah lenyap sehingga mengabaikan perasaan takut pada dampak yang ditimbulkan dari merokok. Hal ini dapat disebabkan karena waktu yang dimiliki oleh remaja lebih banyak dihabiskan bersama teman sebayanya, sehingga mereka akan meniru serta mencoba hal baru yang didapatkan dari teman. Pada remaja yang memiliki teman seorang perokok aktif biasanya dapat mempengaruhi remaja tersebut untuk memiliki perilaku yang sama. Pada masa remaja ini sering kali mudah terpengaruhi oleh lingkungan sekitarnya dan ingin mencoba beberapa hal yang mereka lihat. Ketika seorang teman yang sebelumnya menjadi alasan ia untuk merokok berubah untuk mengurangi aktivitas rokok, ini juga bisa mempengaruhi remaja untuk melakukan hal yang sama. Adanya tekanan dari keluarga yang tidak senang dengan perilaku yang dimiliki oleh responden tersebut menjadikan motivasi bagi responden untuk terlepas dari perilaku tersebut. Selain itu, iklan yang sering responden lihat pada media sosial yang memperlihatkan dampak dari perilaku merokok dijadikan sebagai acuan yang kuat bagi responden bahwa mereka dapat terlepas dari perilaku merokok. Peneliti Berasumsi bahwa Remaja yang memiliki persepsi bahwa dengan berhenti merokok dapat terhindar dari dampak yang timbul akibat merokok dapat menumbuhkan motivasi yang membuat remaja tersebut memiliki kepercayaan bahwa mereka dapat berhenti dari perilaku merokok. Selain itu, kehadiran sosok orang terdekat seperti teman juga dapat menimbulkan motivasi untuk seseorang berhenti merokok, seseorang yang memiliki dampak positif terhadap individu dapat mempengaruhi remaja berubah menjadi lebih baik.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai *Self Efficacy* Dan Persepsi Iklan pada bungkus Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024 didapatkan bahwa: Dari 55 responden hampir sebagian besar dari responden dengan dengan *Self Efficacy* Baik sebanyak 63,6%. Dari 55 responden Sebagian besar dari responden dengan Persepsi Iklan Rokok Baik sebanyak 56,4%. Dari 55 responden Sebagian besar dari responden dengan Motivasi Berhenti Merokok Rendah sebanyak 52,7%. Ada hubungan yang signifikan antara *Self Efficacy* Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024. Ada hubungan yang signifikan antara Persepsi Iklan pada bungkus Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Remaja Perokok di SMA Negeri 4 Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, N. M. N., Yanti, N. L. P. E., & Kamayani, M. O. A. (2018). Hubungan persepsi tentang pictorial health warning pada kemasan rokok dengan motivasi berhenti merokok. *Jurnal Ners Widya Husada*, 5(2), 41–48.
- Arifin, Z., Sitorus, M. E. J., & Berhubungan, F. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Intensi Berhenti Merokok Pada Tenaga Kesehatan Puskesmas Dalam Lingkup Dinas Kesehatan Kabupaten Nagan Raya Tahun 2021. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 7(2),
- Arna Abrar, E. (2023). Hubungan Antara Pengetahuan Dengan Motivasi Berhenti Merokok di Sma Negeri 21 Makassar. *JIMPK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa & Penelitian Keperawatan*, 3, 2023.
- Cici Apriza Yanti, S., Julian Akhri, I., Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, P., & Fort De Kock, U. (2021). Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan. *Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 6(1), 51–58. <http://doi.org/10.22216/jen.v6i1.5256>
- Fatmawati, Z. A., Pradekso, T., Setyabudi, D., & Lailiyah, N. (2014). Pengaruh Terpaan Peringatan Pesan pada Iklan Rokok terhadap Sikap untuk Berhenti Merokok pada Remaja. *Interaksi Online*, 2
- Hutabarat, E. N. N., & Indrayani, M. (2021). Pengaruh Karakteristik Dan Persepsi Individu Tentang Peringatan Bahaya Merokok Pada Bungkus Rokok Terhadap Perubahan Sikap Perokok Aktif Dilingkungan Xxvii Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Maternitas Kebidanan*, 6(1), 66–79. <https://doi.org/10.34012/jumkep.v6i1.1284>
- Islami, N. F., Dakwah, F., Ilmu, D. A. N., Negeri, U. I., & Lampung, R. I. (2021). *Komunikasi Universitas Islam Negeri*.
- Kulsum, I. U. (2023). *Hubungan Pengetahuan Bahaya Merokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Pada Siswa Smk Negeri Di Kota Demak*. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/29780>
- Kurniawan, A., Tjokro, S. H., Purnamasari, E., & Geonarso, R. A. (2023). Faktor Penyebab Munculnya Niat Berhenti Merokok pada Remaja. *Journal of Health Management Research*, 2(1), 14–21.

- Leo, F., Hernawan, A. D., & ... (2016). ... Antara Persepsi Pada Informasi Kesehatan Di Bungkus Rokok Dengan Motivasi Berhenti Merokok Remaja Di Kecamatan Tayan Hulu, 1–9. f
- Ningsih, S., Aderita, N. I., & Yuliyanti, T. (2023). Hubungan Antara Sikap Dan Efikasi Diri Dengan Intensi Berhenti Merokok Pada Remaja Putra. *Jurnal Penelitian Keperawatan*, 9(1), 114–121.
- Nurjanah, N., & Rahmatika, R. (2017). Hubungan antara health locus of control dan self – efficacy pada mahasiswa keperawatan. *SCHEMA (Journal of Psychological Research)*, 3(2), 116 – 127.
- Nurlikasari, A., Rachmawati, K., & Rahmayanti, D. (2021). Hubungan Persepsi Visual Gambar Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok dengan Perilaku Merokok Remaja Laki-laki di SMK X Banjarbaru. *Dunia Keperawatan: Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan*, 9(1), 152.
- PRATIWI, D. P. (2020). Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Prilaku Merokok Pada Remaja. *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi Universitas Semarang*.
- Rusmilawati, Hayati, R., & Jalpi, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Di MTS/MA Batu Tangga Kecamatan Batang Alai Timur Kota Barabai Tahun 2020. *Kesehatan Masyarakat*, 30(1), 1–11.
- Sari, L. P. (2023). *Pengaruh Iklan Rokok Pada Remaja*.
- Sari, N. I., & Darmawan, S. (2020). Hubungan Self Efficacy Dan Motivasi Keluarga Dengan Keinginan Berhenti Merokok Pada Siswa Sma Negeri 3 Pangkep Tahun 2019. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 15(2), 175–178.
- Sari, P., Sary, L., & Febriani, C. A. (2021). Kesadaran Berhenti Merokok Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Penawar Jaya Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2020. *Jurnal Dunia Kesmas*, 10(1),
- Siska, A. (2021). Korelasi antara self efficacy dan pengetahuan bahaya rokok terhadap motivasi untuk berhenti merokok pada mahasiswa perokok berat. *Jurnal KESMAS*, 1(1), 85–106.
- Solihin, S., Nyorong, M., Nur'aini, N., & Siregar, D. M. S. (2023). Perilaku Merokok pada Remaja dan Faktor Penyebabnya di SMA 2 dan SMK 8 Muhammadiyah Tanjung Sari Kecamatan Medan Selayang. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Kesehatan Terpadu*, 3(1), 21–30.
- Suryawati, I., & Gani, A. (2022). Analisis Faktor Penyebab Perilaku Merokok. *Jurnal Keperawatan Silampari*, 6(1), 497–505. <https://doi.org/10.31539/jks.v6i1.3743>
- Tahun, K. K., & Narti, N. (2024). *Hubungan Pengetahuan , Sikap , Tindakan Terhadap Iklan Rokok Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Di Wilayah Kelurahan Mokoau*. 2(2).
- Tinggasari Tri Astuti, & Siti Qodariah. (2022). Pengaruh Smoking Abstinence Self-efficacy terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Mahasiswa di Universitas Islam Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 459–467. <https://doi.org/10.29313/bcsp.v2i1.1298>
- Tiza Husna, M., Cahya Ashari, D., Naresthi Ramadhini, N., Rodhian Dharmariana, J., & Theofani, E. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Berhenti Merokok pada Perokok Usia Dewasa Awal. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 4(1), 74–85. <http://jip.fk.unand.ac.id>

- Yanti, Y. A. E. S., Safitri, A., Sari, A., Anggraini, D., Suryani, K., & Pranata, L. (2022). Persepsi Remaja Yang Berhenti Merokok Dengan Studi Deskriptif. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, 5(1),
- Zahro, E. B. (2020). Smoking Outcome Expectancy: Pengetahuan, Perilaku, dan Konsekuensi dari Merokok. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 1(2), 211–230.
- Zulkarnain, F. A. (2019). Hubungan Kesadaran Terhadap Bahaya Merokok Dengan Keinginan Untuk Berhenti Merokok Di Dukuh Tarikulon Desa Sumber Simo Boyolali. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.