

ABSTRAK

REGIETA FAUZIYYAH HERIAWAN. “Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok”

Iklan layanan masyarakat versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda”, yang isinya mengajak masyarakat untuk berhenti merokok karena dapat merusak kesehatan terus digencarkan dalam media televisi oleh Pemerintah Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dengan harapan iklan ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjauhi rokok sebelum terkena dampak dari bahaya merokok. Rokok selama ini dibidang sebagai penyumbang devisa terbesar untuk Negara padahal nyatanya rokok justru menyumbang kerugian terbesar Negara baik secara finansial, moral dan kesehatan. Gencarnya upaya pemerintah untuk menyadarkan masyarakat melalui kampanye bahaya merokok pada Iklan Layanan Televisi tidaklah mudah, namun hal ini tidak membuat pemerintah untuk menghentikan kampanyenya melalui iklan layanan masyarakat. Fenomena inilah yang menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda” terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan data kuantitatif. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan formula statistik, yakni dengan menggunakan analisis korelasi, analisis regresi, uji asumsi klasik (uji normalitas), uji asumsi dasar (uji keberartian), uji linieritas, dan analisis koefisien determinasi yang pengolahannya dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 19.

Persentase Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda” terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok adalah sebesar 23,3% dan sisanya sebesar 76,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda”. Persentase *observational learning* (X_1) terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok (Y) adalah sebesar 20,2% dan sisanya sebesar 79,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain *observational learning* (X_1).

Hasil penelitian ini menyimpulkan Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda” (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok (Y), begitupun dengan pengaruh *observational leaning* (X_1) terhadap Ekspektasi Berhenti Merokok (Y). Kriteria hubungan antara variabel Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Versi “Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda”(X) dan Ekspektasi Berhenti Merokok (Y) memiliki hubungan cukup/sedang. *Observational leaning* (X_1) terhadap Ekpektasi Berhenti Merokok (Y) juga memiliki kriteria hubungan yang cukup/sedang.

ABSTRACT

REGIETA FAUZIYYAH HERIAWAN. “*The Effects of Public Service Advertisement’s Exposure towards the Quit Smoking Expectation.*”

The public service advertisement version ‘Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda’, which invites the society to stop smoking because it endangers the smoker’s

health, was unceasingly advertised via television by the government's Kementerian Kesehatan Republik Indonesia in hopes that this advertisement can raise the society's awareness to avoid cigarettes before the dangers come to them. Until now, cigarettes are said to be the biggest exchange contributor for the country, yet in fact it contributes the biggest loss for the country financially, morally, and in health. The government's effort to raise the society's awareness through the dangers of smoking campaign via television advertisement was not easy, but it didn't stop the government's campaign through the public service advertisement. This phenomenon piqued the researchers' interest to find out how big is the influence of the exposure of the public service advertisement version "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" towards the Quit Smoking Expectation.

The research method employed is the quantitative data approach survey method. The data acquired are then analyzed by using statistical formula, which uses correlative analysis, regression analysis, classic assumption test (normality test), basic assumption test (worth test), linearity test, determinant coefficient analysis, which are processed with the help of SPSS version 19 program.

The percentage of the exposure of public service advertisement version "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" towards the Quit Smoking Expectation is 23,3% and the rest is 76,7%, which are affected by another variable aside from the exposure of public service advertisement version "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda". The percentage of the Observational learning (X1) towards the Quit Smoking Expectation (Y) is 20,2% and the rest is 79,8%, which are affected by another variable aside from Observational learning (X1).

The conclusion of this research states that the exposure of public service advertisement version "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" (X) has significant influence towards the Quit Smoking Expectation (Y), as also with the Observational learning (X1) towards the Quit Smoking Expectation (Y). The correlation criteria between the exposure of public service advertisement version "Berhentilah Merokok Sebelum Rokok Menikmati Anda" variable (X) and Quit Smoking Expectation (Y) have sufficient/adequate correlation. The same result also applies to the correlation between Observational learning (X1) and Quit Smoking Expectation (Y).