

**SIKAP PENONTON REMAJA SURABAYA MENGENAI
PERINGATAN BAHAYA MEROKOK 2014 PADA
IKLAN DI MEDIUM TELEVISI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Oleh:

YOHANES CHRISTIAN GUNAWAN

NRP : 1423011093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2015**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Yohanes Christian Gunawan

NRP : 1423011093

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

SIKAP PENONTON REMAJA SURABAYA MENGENAI PERINGATAN BAHAYA MEROKOK 2014 PADA IKLAN DI MEDIUM TELEVISI

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.



Yohanes Christian Gunawan

NRP. 1423011093

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**SIKAP PENONTON REMAJA SURABAYA MENGENAI
PERINGATAN BAHAYA MEROKOK 2014 PADA IKLAN DI
MEDIUM TELEVISI**

Oleh:

Yohanes Christian Gunawan

NRP: 1423011093

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos.,M.Si.
NIK. 142.09.0647



Pembimbing II : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo
NIK. 142.LB.0882



Surabaya, 12 Juni 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 19 Juni 2015

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Noveina S. Dugis S.Sos, MA
NIK. 142.11.0708

2. Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo
NIK. 142.LB.0882

3. Anggota I : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si.
NIK. 142.09.0647

4. Anggota II : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,
M.Med.Kom.
NIK. 142.09.0633

**HALAMAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Yohanes Christian Gunawan

NRP : 1423011093

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **SIKAP PENONTON REMAJA SURABAYA MENGENAI
PERINGATAN BAHAYA MEROKOK 2014 PADA IKLAN
DI MEDIUM TELEVISI**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2015

Yang menyatakan



Yohanes Christian Gunawan

HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Jadilah Benih, Lakukan yang Terbaik dan Izinkan Tuhan
Menyelesaikannya!”*

-Jon Gordon-

Dari *quotes* diatas merupakan motivasi dari peneliti dalam mengerjakan skripsi. Setiap mengerjakan kata demi kata skripsi, membuat peneliti menjadi benih yang tidak mengerti apapun menjadi tahu tentang hal baru untuk dipelajari. Selama mengerjakan skripsi, peneliti berusaha melakukan yang terbaik untuk nama baik keluarga peneliti dan universitas tempat peneliti menimba ilmu. Dari semua hal itu peneliti tidak lupa akan berdoa karena semua itu akan sia-sia tanpa kehendak dari Tuhan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan pada Tuhan Yesus, yang telah menyertai peneliti selama proses penulisan skripsi dengan judul “Sikap Penonton Remaja Surabaya Mengenai Peringatan Bahaya Merokok 2014 Pada Iklan di Medium Televisi” hingga proses penulisan akhir skripsi ini. Semua proses dapat terlaksana dengan baik, dan selesai tepat waktu.

Peneliti pun ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, yakni:

1. Mama yang memberi semangat disaat peneliti menyerah dalam menjalani semua hal demi cita-cita yang peneliti.
2. Keluarga peneliti yang selalu mengajari untuk tidak menyerah dalam menghadapi segala cobaan dan yang memberi contoh kepada peneliti untuk menjadi bijak dalam pekerjaan.
3. Untuk Uece Ivi Anggriani yang selalu setia dalam mendampingi peneliti untuk melakukan yang terbaik bagi peneliti. Walaupun peneliti sering dimarahi, namun semua itu demi masa depan peneliti untuk tidak jatuh dalam hal yang sama.
4. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku dekan dan pembimbing pertama yang telah memberikan jalan keluar bagi peneliti dalam proses mengerjakan skripsi.
5. Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo selaku dosen pembimbing kedua yang memberikan masukan dan solusi bagi peneliti dalam penyusunan skripsi.

6. Untuk sahabat peneliti yang selalu menjadi penjadi pendukung dalam proses mengerjakan proposal skripsi ini, Teguh H.P., Amelinda, Bonifasius Tony, Maureen Sinaga, Freddy N., Weilly K., Deandy Cahyono, dan Wahyu B.
7. Untuk berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih karena telah membantu peneliti dalam proses mengerjakan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR <i>PIE CHART</i>	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
ABSTRAK	xxvi
ABSTRAC	xxvii
BAB I. PENDAHULUAN	1

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Penelitian	13
I.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Kerangka Teori	14
II.1.1 Teori S-O-R	14
II.1.2 Sikap Sebagai Respon Afektif Komunikasi Massa	16
II.1.3 Iklan Televisi Sebagai Bentuk Komunikasi Massa	17
II.1.3.1 Televisi	17
II.1.3.2 Komunikasi Massa	18
II.1.3.3 Iklan	19
II.1.3.3.1 Iklan Televisi	20
II.1.3.3.2 Peran dan Fungsi Iklan	21
II.1.3.3.3 Elemen Iklan	22
II.1.4 Perkembangan dan Karakteristik Remaja	24

II.2 Nisbah Antar Konsep	26
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
III.2 Metode	30
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	31
III.4 Definisi Konseptual	31
III.4.1 Sikap	31
III.4.2 Iklan Televisi	32
III.5 Definisi Operasional	33
III.6 Populasi dan Sampel	35
III.6.1 Populasi	35
III.6.2 Sampel	35
III.7 Teknik Penarikan Sampel	36
III.8 Teknik Pengumpulan Data	38
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	40
III.10 Teknik Analisis Data	41

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	157
V.1 Kesimpulan	157
V.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	164

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Penonton iklan rokok tahun 2014	11
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Indikator Kognitif.....	51
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Indikator Afektif.....	52
Tabel IV.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel IV.4 Deskripsi Kebiasaan Responden.....	54
Tabel IV.5 Deskripsi Domisili Berdasarkan Jawaban Responden.....	56
Tabel IV.6 Deskripsi Jenis Kelamin Berdasarkan Jawaban Responden....	60
Tabel IV.7 Deskripsi Umur Berdasarkan Jawaban Responden.....	64
Tabel IV.8 Deskripsi Pendidikan Berdasarkan Jawaban Responden.....	68
Tabel IV.9 Penonton memahami makna kalimat “rokok membunuhmu” dalam iklan rokok di televisi.....	72
Tabel IV.10 Penonton memahami makna gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi.....	76
Tabel IV.11 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi.....	80
Tabel IV.12 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi.....	84
Tabel IV.13 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi.....	88
Tabel IV.14 Penonton memahami makna gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi.....	92
Tabel IV.15 Penonton mengetahui bahwa rokok dapat menyebabkan berbagai bahaya seperti menyebabkan kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru dan bronkitis kronis serta dekat anak berbahaya bagi mereka.....	96

Tabel IV.16 Penonton menyukai kalimat iklan rokok yang berisi “rokok membunuhmu” di televisi.....	100
Tabel IV.17 Penonton menyukai gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi.....	104
Tabel IV.18 Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi.....	108
Tabel IV.19 Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi.....	112
Tabel IV.20 Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi.....	116
Tabel IV.21 Penonton menyukai gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi.....	120
Tabel IV.22 Penonton menyukai kalimat dan gambar bahaya merokok pada iklan peringatan rokok tahun 2014 di televisi.....	124
Tabel IV.23 Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton merasa takut untuk merokok.....	128
Tabel IV.24 Setelah melihat iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton berhenti untuk merokok (merokok)....	132
Tabel IV.25 Setelah melihat iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton tidak mencoba untuk merokok (tidak merokok/ berhenti merokok).....	134
Tabel IV.26 Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton akan mengingatkan orang lain untuk berhenti merokok atau tidak mencoba untuk merokok.....	137
Tabel IV.27 Tabulasi Silang Antara Domisili Dengan Variabel Sikap pada Remaja Perokok.....	141

Tabel IV.28 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Variabel Sikap pada Remaja Perokok.....	141
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Antara Umur Dengan Variabel Sikap pada Remaja Perokok.....	142
Tabel IV.30 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Dengan Variabel Sikap pada Remaja Perokok.....	143
Tabel IV.31 Tabulasi Silang Antara Domisili Dengan Variabel Sikap pada Remaja Tidak Merokok.....	144
Tabel IV.32 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Variabel Sikap pada Remaja Tidak Merokok.....	144
Tabel IV.33 Tabulasi Silang Antara Umur Dengan Variabel Sikap pada Remaja Tidak Merokok.....	145
Tabel IV.34 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Dengan Variabel Sikap pada Remaja Tidak Merokok.....	146
Tabel IV.35 Tabulasi Silang Antara Domisili Dengan Variabel Sikap pada Remaja Berhenti Merokok.....	147
Tabel IV.36 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Variabel Sikap pada Remaja Berhenti Merokok.....	147
Tabel IV.37 Tabulasi Silang Antara Umur Dengan Variabel Sikap pada Remaja Berhenti Merokok.....	148
Tabel IV.38 Tabulasi Silang Antara Pendidikan Dengan Variabel Sikap pada Remaja Berhenti Merokok.....	149
Tabel IV.39 Sikap Kognitif.....	150
Tabel IV.40 Sikap Afektif.....	151
Tabel IV.41 Sikap Konatif.....	153
Tabel IV.42 Variabel Sikap.....	155

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Proporsi Penduduk Umur Lebih dari 10 Tahun	3
Gambar I.2 Peringatan Bahaya Merokok Tahun 1999-2001	6
Gambar I.3 Peringatan Bahaya Merokok Tahun 2002-2013	6
Gambar I.4 Peringatan Bahaya Merokok Tahun 2014-sekarang	7
Gambar I.5 Gambar Peringatan Bahaya Merokok Tahun 2014	8
Gambar II.1 Teori S-O-R	15
Gambar II.2 Bagan Kerangka Konseptual	29
Gambar III.1 Populasi Penduduk Surabaya	37
Gambar IV.1 Peringatan bahaya merokok tahun 1999-2001	45
Gambar IV.2 Peringatan bahaya merokok tahun 2002-2013	45
Gambar IV.3 Peringatan bahaya merokok tahun 2014-Sekarang	46
Gambar IV.4 Peringatan bahaya merokok tahun 2014.....	47

DAFTAR *PIE CHART*

<i>Pie Chart</i> IV.1 Deskripsi Kebiasaan Remaja Surabaya	55
<i>Pie Chart</i> IV.2 Deskripsi Domisili Remaja dengan Kebiasaan Merokok ...	68
<i>Pie Chart</i> IV.3 Deskripsi Domisili Remaja dengan Kebiasaan Tidak Merokok	59
<i>Pie Chart</i> IV.4 Deskripsi Domisili Remaja dengan Kebiasaan Berhenti Merokok	60
<i>Pie Chart</i> IV.5 Deskripsi Jenis Kelamin Remaja dengan Kebiasaan Merokok.....	62
<i>Pie Chart</i> IV.6 Deskripsi Jenis Kelamin Remaja dengan Kebiasaan Tidak Merokok.....	63
<i>Pie Chart</i> IV.7 Deskripsi Jenis Kelamin Remaja dengan Kebiasaan Berhenti Merokok	63
<i>Pie Chart</i> IV.8 Deskripsi Umur Remaja dengan Kebiasaan Merokok	65
<i>Pie Chart</i> IV.9 Deskripsi Umur Remaja dengan Kebiasaan Tidak Merokok.....	66
<i>Pie Chart</i> IV.10 Deskripsi Umur Remaja dengan Kebiasaan Berhenti Merokok.....	67
<i>Pie Chart</i> IV.11 Deskripsi Pendidikan Remaja dengan Kebiasaan Merokok.....	69
<i>Pie Chart</i> IV.12 Deskripsi Pendidikan Remaja dengan Kebiasaan Tidak Merokok.....	70
<i>Pie Chart</i> IV.13 Deskripsi Pendidikan Remaja dengan Kebiasaan Berhenti Merokok	71

<i>Pie Chart</i> IV.14 Penonton memahami makna kalimat “rokok membunuhmu” dalam iklan rokok di televisi (merokok).....	73
<i>Pie Chart</i> IV.15 Penonton memahami makna kalimat “rokok membunuhmu” dalam iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	74
<i>Pie Chart</i> IV.16 Penonton memahami makna kalimat “rokok membunuhmu” dalam iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	75
<i>Pie Chart</i> IV.17 Penonton memahami makna gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	77
<i>Pie Chart</i> IV.18 Penonton memahami makna gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	78
<i>Pie Chart</i> IV.19 Penonton memahami makna gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	79
<i>Pie Chart</i> IV.20 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	81
<i>Pie Chart</i> IV.21 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	82
<i>Pie Chart</i> IV.22 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	83
<i>Pie Chart</i> IV.23 Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	85

<i>Pie Chart IV.24</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	86
<i>Pie Chart IV.25</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	87
<i>Pie Chart IV.26</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	89
<i>Pie Chart IV.27</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	90
<i>Pie Chart IV.28</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	91
<i>Pie Chart IV.29</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	93
<i>Pie Chart IV.30</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	94
<i>Pie Chart IV.31</i>	Penonton memahami makna gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	95
<i>Pie Chart IV.32</i>	Penonton mengetahui bahwa rokok dapat menyebabkan berbagai bahaya seperti menyebabkan kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru dan bronkitis kronis serta dekat anak berbahaya bagi mereka (merokok).....	97

<i>Pie Chart IV.33</i>	Penonton mengetahui bahwa rokok dapat menyebabkan berbagai bahaya seperti menyebabkan kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru dan bronkitis kronis serta dekat anak berbahaya bagi mereka (tidak merokok).....	98
<i>Pie Chart IV.34</i>	Penonton mengetahui bahwa rokok dapat menyebabkan berbagai bahaya seperti menyebabkan kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru dan bronkitis kronis serta dekat anak berbahaya bagi mereka (berhenti merokok).....	99
<i>Pie Chart IV.35</i>	Penonton menyukai kalimat iklan rokok yang berisi “rokok membunuhmu” di televisi (merokok).....	101
<i>Pie Chart IV.36</i>	Penonton menyukai kalimat iklan rokok yang berisi “rokok membunuhmu” di televisi (tidak merokok).....	102
<i>Pie Chart IV.37</i>	Penonton menyukai kalimat iklan rokok yang berisi “rokok membunuhmu” di televisi (berhenti merokok)...	103
<i>Pie Chart IV.38</i>	Penonton menyukai gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	105
<i>Pie Chart IV.39</i>	Penonton menyukai gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	106
<i>Pie Chart IV.40</i>	Penonton menyukai gambar “merokok membunuhmu” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	107
<i>Pie Chart IV.41</i>	Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	109
<i>Pie Chart IV.42</i>	Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	110
<i>Pie Chart IV.43</i>	Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker mulut” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	111

<i>Pie Chart IV.44</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	113
<i>Pie Chart IV.45</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	114
<i>Pie Chart IV.46</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker tenggorokan” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	115
<i>Pie Chart IV.47</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	117
<i>Pie Chart IV.48</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	118
<i>Pie Chart IV.49</i> Penonton menyukai gambar “merokok menyebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	119
<i>Pie Chart IV.50</i> Penonton menyukai gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (merokok).....	121
<i>Pie Chart IV.51</i> Penonton menyukai gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (tidak merokok).....	122
<i>Pie Chart IV.52</i> Penonton menyukai gambar “merokok dekat anak berbahaya bagi mereka” pada iklan rokok di televisi (berhenti merokok).....	123
<i>Pie Chart IV.53</i> Penonton menyukai kalimat dan gambar bahaya merokok pada iklan peringatan rokok tahun 2014 di televisi (merokok).....	125

<i>Pie Chart IV.54</i> Penonton menyukai kalimat dan gambar bahaya merokok pada iklan peringatan rokok tahun 2014 di televisi (tidak merokok).....	126
<i>Pie Chart IV.55</i> Penonton menyukai kalimat dan gambar bahaya merokok pada iklan peringatan rokok tahun 2014 di televisi (berhenti merokok).....	127
<i>Pie Chart IV.56</i> Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton merasa takut untuk merokok (merokok).....	129
<i>Pie Chart IV.57</i> Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton merasa takut untuk merokok (tidak merokok).....	130
<i>Pie Chart IV.58</i> Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton merasa takut untuk merokok (berhenti merokok).....	131
<i>Pie Chart IV.59</i> Setelah melihat iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton berhenti untuk merokok (merokok).....	133
<i>Pie Chart IV.60</i> Setelah melihat iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton tidak mencoba untuk merokok (tidak merokok).....	135
<i>Pie Chart IV.61</i> Setelah melihat iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton tidak mencoba untuk merokok (berhenti merokok).....	136
<i>Pie Chart IV.62</i> Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton akan mengingatkan orang lain untuk berhenti merokok atau tidak mencoba untuk merokok (merokok).....	138

Pie Chart IV.63 Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton akan mengingatkan orang lain untuk berhenti merokok atau tidak mencoba untuk merokok (tidak merokok).....139

Pie Chart IV.64 Setelah melihat tayangan iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi, penonton akan mengingatkan orang lain untuk berhenti merokok atau tidak mencoba untuk merokok (berhenti merokok) 140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	165
Lampiran 2 Coding	169
Lampiran 3 Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Kognitif	173
Lampiran 4 Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Afektif	175
Lampiran 5 Output SPSS Pada Kelompok Merokok	177
Lampiran 6 Output SPSS Pada Kelompok Tidak Merokok	190
Lampiran 7 Output SPSS Pada Kelompok Berhenti Merokok	203
Lampiran 8 R-Tabel	215

ABSTRAK

Yohanes Christian Gunawan. NRP. 1423011093. SIKAP PENONTON REMAJA SURABAYA MENGENAI PERINGATAN BAHAYA MEROKOK 2014 PADA IKLAN DI MEDIUM TELEVISI.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana sikap dari penonton remaja Surabaya terhadap iklan peringatan bahaya merokok tahun 2014 di televisi yang tidak hanya berupa tulisan, namun juga berupa gambar dari akibat merokok. Teori utama yang terdapat pada penelitian ini ialah teori SOR (*Stimulus-Organism-Response*) dimana *stimulus* dalam penelitian ini ialah iklan peringatan bahaya merokok 2014, *organism* adalah remaja Surabaya yang menonton iklan peringatan bahaya merokok di televisi, dan *response* adalah sikap dari penonton remaja Surabaya mengenai peringatan bahaya merokok 2014 di media televisi. Sikap memiliki tiga indikator, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Peneliti menggunakan metode survei untuk penelitian secara kritis dengan mendapatkan keterangan yang tepat dari penonton remaja Surabaya terhadap iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada penonton remaja Surabaya yang dikategorikan sebagai perokok, tidak merokok, dan berhenti merokok. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sikap penonton remaja Surabaya memiliki kecenderungan yang positif atau tinggi terhadap iklan peringatan bahaya merokok 2014, dimana sikap kognitif memiliki kecenderungan yang positif atau tinggi, afektif memiliki kecenderungan yang positif atau tinggi, dan konatif memiliki kecenderungan yang positif atau tinggi.

Kata kunci: Sikap, Peringatan Bahaya Merokok 2014, Iklan Televisi.

ABSTRACT

Yohanes Christian Gunawan. NRP. 1423011093. ATTENDANCE ATTITUDE OF ADOLESCENT danger of cigarette SURABAYA 2014 ON TELEVISION ADVERTISING IN MEDIUM.

This study focuses on how the attitude of the teenage audience Surabaya to advertisements warning of the dangers of smoking in 2014 in the form of television that is not only writing, but also in the form of a picture of the consequences of smoking. The main theory contained in this research is the theory of SOR (Stimulus-Organism-Response) where the stimulus in this study is warning of the dangers of smoking ad 2014, the organism is Surabaya teenagers who watch ads warning of the dangers of smoking on television, and the response is the attitude of the teenage audience Surabaya warning about the dangers of smoking in 2014 in the television media. Attitude has three indicators, namely cognitive, affective, and conative. Researchers used a survey method to study critical to get the right information from a teenage audience Surabaya warning against the dangers of tobacco advertising on television in 2014. The information collected in this study using a questionnaire distributed to a teenage audience Surabaya categorized as smokers, not smoking, and quit smoking. Results of the study showed that the attitude of teenage audience Surabaya has a high tendency toward positive or advertisements warning of the dangers of smoking in 2014, in which the cognitive attitude had a positive trend or high, affective had a positive trend or higher, and have a tendency connative positive or high.

Keywords: Attitudes, Warning Smoking 2014, Television Advertising.