

Surabaya memiliki kecenderungan negatif atau rendah. Hal tersebut didukung dengan studi PPK UI, meski lebih dari 90 persen masyarakat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

1. Dari hasil analisis jawaban responden yang menjawab kuesioner penelitian ini telah menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian yaitu “Bagaimana sikap penonton remaja Surabaya mengenai peringatan bahaya merokok 2014 pada iklan di medium televisi?”. Adapun hasil jawaban rumusan masalah untuk penonton remaja Surabaya memiliki kecenderungan sikap yang positif atau tinggi terhadap iklan peringatan bahaya merokok tahun 2014 di televisi. Sikap positif adalah sikap yang menunjukkan menerima, mengakui, menyetujui dan melaksanakan norma yang berlaku dimana individu itu berada.

2. Berdasarkan hasil analisis dari jawaban responden dari kelompok merokok, tidak merokok dan berhenti merokok dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Penonton remaja Surabaya yang merokok memiliki sikap kognitif yang tinggi atau positif mengenai peringatan bahaya merokok 2014 pada iklan di medium televisi. Sedangkan dari sikap afektif dan konatif, perokok remaja Surabaya memiliki kecenderungan yang rendah atau negatif. Jadi, penonton remaja Surabaya yang merokok dapat memahami mengenai iklan peringatan bahaya merokok tahun 2014 di televisi, namun secara emosional dan perubahan perilaku dari penonton remaja yang merokok di Surabaya tidak menyukai i' ' 'ngatan bahaya merokok 2014 di televisi dan tidak merubah perilaku mereka terhadap kebiasaan merokok.

- b. Sikap kognitif, afektif, dan konatif penonton remaja Surabaya yang tidak merokok memiliki kecenderungan yang tinggi atau positif mengenai peringatan bahaya merokok 2014 pada iklan di medium televisi. Jadi, penonton remaja Surabaya yang berhenti merokok memahami dan menyukai iklan peringatan bahaya merokok tahun 2014 di televisi serta mengalami perubahan perilaku.
- c. Sikap kognitif, afektif, dan konatif penonton remaja Surabaya yang berhenti merokok memiliki kecenderungan yang tinggi atau positif mengenai peringatan bahaya merokok 2014 pada iklan di medium televisi. Jadi, penonton remaja Surabaya yang berhenti merokok memiliki perubahan perilaku setelah memahami dan menyukai iklan peringatan bahaya merokok tahun 2014 di televisi dan penonton remaja yang berhenti merokok tidak akan mengulangi perilaku dari merokok tersebut.

V.2. Saran

1. Praktis :

Adapun saran praktis yang dapat diberikan adalah:

- a. Mengembangkan metode visual iklan peringatan rokok sebagai wacana baru peningkatan pengetahuan masyarakat.

Barunya wacana ini dikemukakan masih membutuhkan berbagai dukungan dan pengolahan berbagai modifikasi yang diperlukan. Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain mempelajari keadaan, membuat standarisasi metode visual yang beragam

penyakit lainnya, melakukan percobaan kepada beberapa wilayah di Surabaya dan implementasi langsungnya.

- b. Pembuatan durasi yang lebih lama dari standart yang telah ditentukan.

Dari observasi yang dilakukan peneliti, terlalu cepatnya durasi dalam iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi yang memiliki durasi hanya 10 persen dari total durasi iklan rokok. Menurut peneliti, sebaiknya durasi dalam iklan peringatan bahaya merokok 2014 diperpanjang atau dibuat dua kali lipat dari standart yang sudah ditentukan, karena menurut peneliti, durasi yang terlalu cepat tidak dapat dipahami dan tidak dapat mengubah emosional serta tidak dapat mengubah perilaku dari penonton remaja Surabaya yang menonton iklan peringatan bahaya merokok 2014 di televisi.

2. Akademis :

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu kurangnya teori untuk menganalisis sikap afektif atau emosional karena keterbatasan dalam mengukur teori afektif tidak terlalu jelas yang disebabkan sikap afektif lebih mengarah pada perasaan individu responden. Selain itu, untuk menganalisis sikap afektif agar lebih mendalam disarankan untuk penelitian selanjutnya atau penelitian yang sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode wawancara dan observasi karena sikap afektif tidak dapat di] dengan angka, melainkan dengan menggunakan kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Agustiani, Hendriati (2006). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: Refika Aditama.
- Azwar, Saifuddin (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Kartono, Kartini (2011). *Kenakalan Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rakhmat (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rossiter, John R. dan Percy, Larry (1987). *Advertising and Promotion Management*. New York: Mc Graw-Hill.
- Ruslan, Rosady (2010). *Metode 160 n: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawa-----

Sarwono, Sarlito W. (2013). *Psikologi Remaja*.(edisi revisi). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Shimp, A. Terence (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*.(jilid satu edisi kelima). Jakarta: Erlangga.

Singarimbun, Masri (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Smet, B. (1994). *Psikologi kesehatan*. Jakarta : PT. Grasindo

Wawan A. dan Dewi M. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Web:

Bnnpajatim.com. *Bahaya rokok bagi usia dini*
<http://www.bnnpajatim.com/blog/artikel/bahaya-rokok-bagi-usia-dini.html>

Dasar-dasar Riset Pemasaran. Edisi 4, jilid 2.
https://books.google.co.id/books?id=tuwvh1vIY4EC&pg=PA257&lpg=PA257&q=contoh+perusahaan+yang+menggunakan+iklan+di+televisi&source=bl&ots=hGGBdVWr&sig=UbUZlctE4I2a9vqgDR4Nz7u85wI&hl=en&sa=X&ei=6tDiVL7FsmQuAThIKoBg&redir_esc=y#v=onepage&q=contoh%20perusahaan%20yang%20mengggunakan%20iklan%20di%20televisi&f=false

Detik.com. *Laporan Seminar Komnas*.
<file:///D:/Laporan%20Seminar/data/Hari%20Ini%20Komnas%20Anak%20Launching%20Hasil%20Survey%20Iklan%20Rokok.html>

Detik.com. *Laporan Seminar Data Perokok Pelajar SMP dan SMA di Surabaya*
<file:///D:/Laporan%20Seminar/data/detikNews%202012,98%20Per>

sen%20Pelajar%20SMP%20dan%20SMA%20di%20Surabaya%20Perokok%20Aktif.html

Detik.com. *Remaja Merokok Karena Terpengaruh Iklan.*

<http://health.detik.com/read/2012/05/22/180701/1922124/763/91-persen-remaja-mulai-merokok-karena-terpengaruh-iklan>

Detik.news.com. *Perokok SMP dan SMA di Surabaya*

<http://news.detik.com/surabaya/read/2013/03/23/152333/2201921/466/1298-persen-pelajar-smp-dan-sma-di-surabaya-perokok-aktif>

Dr.dr.Trihono, M. (2013). *Riset Kesehatan Dasar 2013.*

<http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Ris kedas%202013.pdf>

Dr.dr.Trihono, M. (2013). *Riset Kesehatan Dasar 2013.*

<http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Ris kedas%202013.pdf>

Dr.dr.Trihono, M. (2013). *Riset Kesehatan Dasar 2013.*

<http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Ris kedas%202013.pdf>

IISD.or.id. *Pendapat Dukungan Masyarakat Indonesia.*

<http://www.iisd.or.id/program/public-health-advocacy/item/149-jajak-pendapat-dukungan-masyarakat-indonesia.html>

Kesehatan.kompasiana.com. *Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Implementasi dan Efektivitas Peringatan Bahaya Merokok pada Bungkus Rokok.*

<http://kesehatan.kompasiana.com/medis/2014/06/01/faktor-internal-dan-eksternal-yang-mempengaruhi-implementasi-dan-efektivitas-peringatan-bahaya-merokok-pada-bungkus-rokok-studi-kasus-indonesia-662012.html>

Kompas.com. *Jumlah perokok remaja yang berhenti merokok.*

<http://perempuan.kompas.com/read/xml/2009/05/15/16505839/function.simplexm>

- Kompas.com. *Regulasi Rokok di Indonesia*
[http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/02/01/1727590/ProK
ontra.Regulasi.Rokok.di.Indonesia](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/02/01/1727590/ProKontra.Regulasi.Rokok.di.Indonesia)
- Kesehatan.kompas.com. *Jumlah Perokok Pemula Meningkat.*
[http://kesehatan.kompas.com/read/2008/06/07/17531289/Jumlah.P
erokok.Pemula.Meningkat.](http://kesehatan.kompas.com/read/2008/06/07/17531289/Jumlah.Perokok.Pemula.Meningkat)
- Politik.kompasiana.com. *Dilema kebijakan tentang rokok*
[http://politik.kompasiana.com/2013/05/23/dilema-kebijakan-
tentang-rokok-562566.html](http://politik.kompasiana.com/2013/05/23/dilema-kebijakan-tentang-rokok-562566.html)
- POM,B.(t.thn.).*Remaja,tembakau,danrokok.*
<http://www.pomkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf>
- Surabayakota.bps.go.id.*Surabaya Dalam Angka.*
<http://surabayakota.bps.go.id/e-publikasi/file/PB-201400065>
- Surabayakota.bps.go.id.*Surabaya Dalam Angka.*
http://surabayakota.bps.go.id/subject/table/8_statis
- Tempo.com. *Data perokok anak di jawa timur terbanyak di indonesia.*
[http://www.Tempo.co.html.Laporan%20Seminar%20Perokok%2
0Anak%20di%20Jawa%20Timur%20Terbanyak%20di%20Indone
sia%20%20%20-nasional-%20%20%20/](http://www.Tempo.co.html.Laporan%20Seminar%20Perokok%20Anak%20di%20Jawa%20Timur%20Terbanyak%20di%20Indonesia%20%20-nasional-%20%20%20/)
- Tempo.com. *Gambar Peringatan ini Ternyata Bikin Perokok Gemetaran.*
[http://nasional.tempo.co/read/news/2015/05/20/173667743/gambar
-peringatan-ini-ternyata-bikin-perokok-gemetaran](http://nasional.tempo.co/read/news/2015/05/20/173667743/gambar-peringatan-ini-ternyata-bikin-perokok-gemetaran)