

**GAMBARAN KEBERADAAN IKLAN ROKOK DAN  
PERILAKU PEDAGANG ROKOK DI SEKITAR SEKOLAH  
MENENGAH PERTAMA DI PONTIANAK**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**VIVI**

**NPM: 161510003**

**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS ILMU KESEHATAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
2020**

**GAMBARAN KEBERADAAN IKLAN ROKOK DAN  
PERILAKU PEDAGANG ROKOK DI SEKITAR SEKOLAH  
MENENGAH PERTAMA DI PONTIANAK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan Menjadi  
Sarjana Kesehatan Masyarakat (SKM)**

**Oleh:**

**VIVI  
NIM. 161510003**

**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS ILMU KESEHATAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
2020**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Pontianak  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat (S.K.M)

Pada Tanggal : 19-Mei-20

Oleh :

**Vivi**  
**NPM. 161510003**

Dewan Penguji :

1. Abduh Ridha, SKM, M.PH .....
2. Iskandar Arfan, SKM, M.Kes (Epid) .....
3. Drs. H. Mardjan, Drs., M.Kes .....

**FAKULTAS ILMU KESEHATAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**Dekan**

**Dr. Linda Suwarni, M.Kes**  
**NIDN. 1125058301**

# **SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Kesehatan Masyarakat (S.K.M)  
Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku (PKIP)**

Oleh :

**VIVI**  
**NIM. 161510003**

**Pontianak, 25 Agustus 2020**

**Mengetahui,**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Abduh Ridha, S.K.M, M.P.H**  
**NIDN. 1115088401**

**Iskandar Arfan, SKM, M. Kes (Epid)**  
**NIDN. 1129108601**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala proses dalam penyusunan skripsi saya jalankan melalui prosedur dan kaidah yang benar serta didukung dengan data-data yang dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya. Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan, maka saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan hak terhadap ijazah dan gelar yang saya terima. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 25 Agustus 2020

Vivi

161510003

## **Motto dan Persembahan**

### **Allahumma yassir wala tu'assir**

*“Ya Allah permudahlah dan jangan engkau persulit”*

*“Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan. Dan sesungguhnya bersama dengan kesulitan itu ada kemudahan” (Qs.Al-Insyirah: 5 & 6)*

*“Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikannya”*

### **Karya ini kupersembahkan untuk:**

1. Allah SWT.
2. Orang tuaku Bapak alm. Aripin dan Ibu Mariam yang telah senantiasa membinbingku dari lahir sampai sekarang serta memberikan doa disetiap waktu sholatnya, memberikan semangat setiap perjuanganku dan menjadi motivasiku dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Saudaraku Agustianda, Emita, dan Ria Devi Sandra yang selalu menjadi penyemangat disetiap langkahku serta keluarga besarku.
4. Gopoh Squad (Desy, Vivi, Rilla, Devi, Mamoy, Jovie) yang senantiasa menemani baik suka dan duka selama 4 tahun di bangku perkuliahan, dan senantiasa memberikan semangat serta menjadi guru dikala kesulitan.
5. Sahabat-sahabat sengkangatan Fikes 2016 (Prita Nanda, Hery, Rini Wahyuningsih, Mia, Nurini, dan Dian) yang senantiasa menemani baik suka dan duka selama 4 tahun dibangku perkuliahan.
6. Sahabat seperjuanganku yaitu, Indah, Lia, dan Dwi senantiasa memberikan semangat dan selalu menemaniku dikala aku kesusahan.

## **BIODATA**



### **BIODATA PENULIS**

Nama : Vivi  
Tempat, Tanggal Lahir : P. Ganduk, 15 Februari 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Nama Orang Tua  
Ayah : Alm. Aripin  
Ibu : Mariam  
Alamat : Desa Mega Timur, Kecamatan Sui Ambawang

### **JENJANG PENDIDIKAN**

1. TK : -
2. SD : SD N 19 Sungai Ambawang Thn. 2009
3. SMP : SMP N 3 Sungai Ambawang Thn. 2012
4. SMA : SMA N 1 Sungai Ambawang Thn. 2015
5. Strata 1 : Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Pontianak Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku (PKIP)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Gambaran Keberadaan Iklan Rokok dan Perilaku Pedagang Rokok Di Sekitar Sekolah Menengah Pertama Di Pontianak**”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, arahan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada bapak **Abduh Ridha, SKM, M.PH** selaku pembimbing utama dan bapak **Iskandar Arfan, SKM, M, Kes (Epid)** selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T.,M.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak
2. Ibu Dr. Linda Suwarni, S.K.M, M. Kes selaku Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Abduh Ridha, S.K.M, M.PH Selaku Ketua Program Studi Kesehatan Masyarakat, dan selaku pembimbing 1 yang telah banyak membimbing dalam penulisan ini.
4. Bapak Iskandar Arfan, SKM, M, Kes (Epid) selaku Pembimbing II, yang telah banyak membantu memberikan saran-saran yang berkaitan dengan teknis dan arahan penulisan.



5. Orang tua yang terhormat Ayahanda Aripin (Alm) dan ibunda Mariam, yang senantiasa bergelut dengan doa-doa tulusnya untuk keberhasilan dan kebahagiaan Ananda.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan yang dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan proposal ini selanjutnya.

Mudah-mudahan semua bantuan serta bimbingan yang diberikan kepada penulis akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT, Amin.

Pontianak, Agustus 2020

Penulis

## ABSTRAK

FAKULTAS ILMU KESEHATAN

SKRIPSI Mei 2020

VIVI

### **GAMBARAN KEBERADAAN IKLAN ROKOK DAN PERILAKU PEDAGANG ROKOK DI SEKITAR SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI PONTIANAK**

Xi + 81 Halaman + 51 Tabel + 7 Gambar + 2 Lampiran

**Pendahuluan:** dalam kendaraan, bahkan hingga di sekolah-sekolah (Yenti & Afandi, 2015).

Indonesia mengalami peningkatan terbesar perilaku merokok yang cenderung dimulai pada usia yang semakin muda. Pada usia 10 \_ 14 tahun, terdapat 2,0% remaja yang merokok, 0,7% di antaranya merokok setiap hari dan 1,3% perokok kadang-kadang dengan rerata konsumsi 10 batang rokok per hari. Proporsi penduduk menurut usia mulai merokok untuk kelompok usia muda (5 \_ 9 tahun) yang tertinggi adalah di Papua (3,2%), sekitar 30 kali lebih besar dibandingkan dengan angka nasional (0,1%) (Rachmat et al., 2013). banyak siswa yang merokok ditempat-tempat tertentu seperti di toilet, di kantin sekolah dengan menggunakan seragam sekolah karena siswa juga lebih memilih membeli rokok di warung dekat sekolah dari pada membeli makanan dan minuman. Karena akses penjual rokok yang muda ditemui di lingkungan sekolah, bahkan pedagang menjual rokok dengan siswa yang masih menggunakan seragam sekolah, karena siswa membeli rokok di jam sekolah (Wayanthy, 2012).

**Tujuan:** tujuan umum dari penelitian ini adalah mengetahui gambaran iklan rokok di lingkungan sekolah menengah pertama di Pontianak.

**Metode:** Desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik (*descriptive research*) bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, dan sifat-sifat populasi daerah tertentu.

**Hasil:** Berdasarkan hasil penelitian gambaran jenis pedagang yang paling banyak adalah warung yaitu sebanyak 82%, iklan rokok yang paling banyak adalah adanya iklan rokok di setiap warung, minimarket, dan supermarket yaitu sebanyak 76%, jenis iklan yang digunakan paling banyak adalah spanduk yaitu sebanyak 92%, menjual rokok dengan siswa berseragam yang menjawab (ya) sebanyak 60%, menjual rokok batangan yang menjawab (ya) sebanyak 77%, siswa berseragam merokok di warung yang menjawab (tidak) sebanyak 95%.

**Saran:** Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan terdapat 34 warung, kios, minimarket, dan supermarket yang melanggar peraturan perda yang ada. Sebaiknya kedepannya pihak terkait lebih tegas dalam memberikan peringatan atau sanksi kepada oknum yang melanggar agar timbul efek jera dan tidak terdapat lagi iklan-iklan rokok yang berada di sekitar sekolah.

Kata Kunci : iklan rokok, perilaku pedagang rokok

Pustaka : 36 (2010-2020)

## ABSTRACT

FAKULTAS ILMU KESEHATAN

SKRIPSI Mei 2020

VIVI

### **GAMBARAN KEBERADAAN IKLAN ROKOK DAN PERILAKU PEDAGANG ROKOK DI SEKITAR SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI PONTIANAK**

Xi + 81 Halaman + 51 Tabel + 7 Gambar + 2 Lampiran

**Introduction:** in a vehicle, even in schools (Yenti & Afandi, 2015).

Indonesia experienced the largest increase in smoking behavior which tended to start at a younger age. At the age of 10-14 years, there are 2.0% of adolescents who smoke, 0.7% of whom smoke every day and 1.3% are occasional smokers with an average consumption of 10 cigarettes per day. The proportion of the population according to age at starting to smoke for the young age group (5 - 9 years) is highest in Papua (3.2%), about 30 times greater than the national figure (0.1%) (Rachmat et al., 2013). Many students smoke in certain places such as toilets, school canteens using school uniforms because students also prefer to buy cigarettes in stalls near the school rather than buying food and drinks. Because access to young cigarette sellers is found in the school environment, even traders sell cigarettes to students who are still wearing school uniforms, because students buy cigarettes in school hours (Wayanthy, 2012).

**Purpose:** The general objective of this research is to know the description of cigarette advertisements in the junior high school in Pontianak.

**Methods:** The design of this research is descriptive analytic research (descriptive research) which aims to make a systematic, factual and accurate description of the facts and characteristics of the population of a particular area.

**Results:** Based on the results of the research, the description of the most types of traders was stalls, namely as much as 82%, the most cigarette advertisements were cigarette advertisements in every stall, minimarket, and supermarket, which was 76%, the type of advertisement used the most was banners, namely as many as 92. %, selling cigarettes with students in uniform who answered (yes) as much as 60%, selling cigarettes who answered (yes) as much as 77%, students in uniform smoking in stalls who answered (no) as much as 95%.

**Suggestion:** Based on the research that has been carried out there are 34 stalls, kiosks, minimarkets, and supermarkets that violate existing regional regulations. In the future, the related parties should be more assertive in giving warnings or sanctions to those who violate them in order to have a deterrent effect and there will be no cigarette advertisements around the school.

**Keywords:** cigarette advertisement, cigarette trader behavior

**Reference:** 36 (2010-2020)

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN DEPAN</b> .....               | i    |
| <b>HALAMAN DALAM</b> .....               | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....          | iii  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....         | iv   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> ..... | v    |
| <b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....        | vi   |
| <b>BIODATA</b> .....                     | vii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....              | viii |
| <b>ABSTRAK</b> .....                     | ix   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                    | x    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                  | xi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                | xii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....               | xiii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....             | xiv  |
| <br>                                     |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....           | 1    |
| I.1. Latar Belakang .....                | 1    |
| I.2. Rumusan Masalah .....               | 6    |
| I.3. Tujuan Penelitian.....              | 6    |
| 1.3.1 Tujuan Umum .....                  | 6    |
| 1.3.2 Tujuan Khusus.....                 | 6    |
| I.4. Manfaat Penelitian.....             | 7    |
| I.5. Keaslian Penelitian .....           | 7    |
| <br>                                     |      |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....     | 11   |
| II.1. Teori Tinjauan Pustaka .....       | 11   |
| II.2. Kerangka Teori .....               | 21   |

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| <b>BAB III</b> | <b>KERANGKA KONSEP PENELITIAN</b> .....           | 22 |
|                | III.1. Kerangka Konsep.....                       | 22 |
|                | III.2. Variabel Penelitian.....                   | 22 |
|                | III.3. Definisi Operasional Variabel .....        | 23 |
| <b>BAB IV</b>  | <b>METODELOGI PENELITIAN</b> .....                | 25 |
|                | IV.1. Desain Penelitian .....                     | 25 |
|                | IV.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....            | 25 |
|                | IV.3. Populasi dan Sampel.....                    | 25 |
|                | IV.4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data ..... | 28 |
|                | IV.5. Teknik Pengolahan dan Penyajian Data .....  | 31 |
|                | IV.6. Teknik Analisis Data .....                  | 33 |
| <b>BAB V</b>   | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                       |    |
|                | V.1 Hasil Penelitian.....                         | 34 |
|                | V.1.1 Gambaran Umum Lokasi .....                  | 34 |
|                | V.1.2 Gambaran Proses Penelitian.....             | 34 |
|                | V.2 Pembahasan.....                               | 46 |
|                | V.3 Keterbatasan Penelitian.....                  | 52 |
| <b>BAB VI</b>  | <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>                       |    |
|                | VI.1 Kesimpulan.....                              | 53 |
|                | VI.2 Saran .....                                  | 54 |
|                | <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                       | 55 |
|                | <b>LAMPIRAN</b> .....                             | 58 |

## DAFTAR TABEL

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | Keaslian Penelitian.....  | 7  |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel.....                              | 23 |
| Tabel 5.1 | Distribusi Frekuensi Sekolah Berdasarkan Jenis Pedagang .....   | 41 |
| Tabel 5.2 | Distribusi Frekuensi Sekolah Yang Ada Iklan Rokok .....         | 42 |
| Tabel 5.3 | Distribusi Sekolah Berdasarkan Jenis Iklan Yang Digunakan ..... | 43 |
| Tabel 5.4 | Distribusi Jumlah Merek Rokok Yang Dijual .....                 | 43 |
| Tabel 5.5 | Distribusi Menjual Rokok Dengan Siswa Berseragam .....          | 44 |
| Tabel 5.6 | Distribusi Menjual Rokok Batangan .....                         | 45 |
| Tabel 5.7 | Distribusi Siswa Berseragam Merokok Di Warung .....             | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Teori Menurut Lawrence Green ..... | 19 |
| Gambar 3.1 | Kerangka Konsep Penelitian .....            | 20 |
| Gambar 5.1 | Denah Lokasi Penelitian .....               | 34 |
| Gambar 5.2 | Alur Peaksanaan Penelitian.....             | 41 |

## **DAFTAR SINGKATAN/ ISTILAH**

|          |                               |
|----------|-------------------------------|
| Riskedas | = Riser Kesehatan Dasar       |
| GYTS     | = Global Yourt Tobbaco Survey |
| WHO      | = World Health Organization   |



## **LAMPIRAN**

1. Jadwal Penelitian
2. Jarak Sekolah Dengan Pedagang Rokok
3. Titik Sebaran Penjual Rokok
4. Kuesioner
5. Data Hasil Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Merokok salah satu kebiasaan tidak sehat remaja saat ini yang dapat ditemui hampir di setiap masyarakat. Perilaku merokok merupakan salah satu faktor risiko penyakit, yang telah banyak diketahui dampak buruknya. Jumlah perokok remaja tidak menurun bahkan terus meningkat tiap tahunnya. Fakta yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa kebiasaan merokok telah menjadi *trend* di kalangan remaja. Bahkan kebiasaan merokok yang semakin mudah ditemui di masyarakat, seperti di rumah, kantor, *cafe*, tempat-tempat umum, di dalam kendaraan, bahkan hingga di sekolah-sekolah (Yenti & Afandi, 2015).

Perilaku merokok dan konsumsi tembakau ditanyakan pada umur >10 tahun. Pada bagian ini akan menyajikan indikator perilaku merokok dan perokok sekunder/ pasif. Indikator terkait rokok dan tembakau termasuk sebagai berikut: perilaku merokok, umur pertama merokok, umur mulai berhenti merokok (bagi mantan perokok), jenis rokok, rata-rata batang rokok yang dikonsumsi, dan perilaku mengunyah tembakau. Perilaku konsumsi tembakau termasuk kebiasaan konsumsi rokok hisap, rokok elektronik, shisha dan tembakau kunyah. Sedangkan perokok pasif mencakup perilaku merokok di dalam rumah atau dalam gedung bagi yang masih merokok dan berada di dekat orang yang merokok bagi yang tidak merokok. Perilaku merokok saat ini mencakup kebiasaan merokok setiap hari atau kadang-kadang dalam

sebulan terakhir. Perilaku merokok di masa lalu mencakup merokok setiap hari atau kadang-kadang di masa lalu (Riskesdas, 2018).

Remaja usia 13-15 tahun sudah memiliki kebiasaan merokok dengan 36,2% berjenis laki-laki dan 4,3% perempuan. Prevalensi perokok reguler remaja pada usia 13-15 tahun di kota Pontianak sebesar 14,7. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku merokok pada remaja diantaranya adalah pengetahuan remaja terhadap rokok, pengaruh lingkungan sosial, sarana dan prasarana yang tersedia dan alasan psikologis. Faktor-faktor ini mampu mempengaruhi perilaku merokok pada remaja karena masa remaja adalah masa yang rawan oleh pengaruh-pengaruh negatif. Remaja lebih meniru kepada apa yang dia lihat atau dia dengar dari orang lain. Pada masa ini remaja menghadapi konflik tentang apa yang mereka lihat dan apa yang mereka pandang tentang struktur tubuh yang ideal (Baharuddin, 2017).

Remaja saat ini, merokok merupakan suatu pemandangan yang tidak asing. Kebiasaan merokok dianggap dapat memberikan kenikmatan bagi perokok, namun di lain pihak dapat menimbulkan dampak buruk bagi perokok sendiri maupun orang-orang di sekitarnya. Hal ini sejalan dengan kegiatan merokok yang dilakukan oleh remaja yang biasanya dilakukan di depan orang lain, terutama dilakukan di depan kelompoknya karena mereka sangat tertatik kepada kelompok sebayanya atau dengan kata lain terikat dengan kelompoknya. Seperti halnya masa kanak-kanak, para remaja masih membutuhkan orang tuanya, masih tergantung kepadanya, masih dipengaruhi orang tuanya. Akan tetapi remaja mulai memiliki pandangan sendiri. Dimana

remaja mulai banyak menyukai kegiatan diluar rumah dan memasuki dunia yang lebih luas. Mereka merasa dapat mengarahkan dirinya (Fatmawati, 2010).

Masa remaja merupakan masa dimana seorang individu mengalami peralihan dari satu tahap ke tahap berikutnya dan mengalami perubahan baik emosi,tubuh,mint pola perilaku, dan juga penuh dengan masalahmasalah. Oleh karenanya, remaja sangat rentan sekali mengalami psikososial, yakni masalah psikis atau kejiwaan yang timbul akibat terjadinya perubahan sosial. Merokok merupakan salah satu masalah yang sulit di pecahkan. Apalagi sudah menjadi masalah nasional, dan bahkan internasional. Hal ini menjadi sulit, karena berkaitan dengan banyak fakto yang saling memicu, sehingga seolah-olah sudah menjadi lingkaran setan (Setyani & Sodik, n.d.2013).

banyak siswa yang merokok ditempat-tempat tertentu seperti ditoilet, dikantin sekolah dengan menggunakan seragam sekolah karena siswa juga lebih memilih membeli rokok diwarung dekat sekolah dari pada membeli makanan dan minuman. Karena akses penjual rokok yang muda ditemui dilingkungan sekolah, bahkan pedagang menjual rokok dengan siswa yang masih menggunakan seragam sekolah, karena siswa membeli rokok dijam sekolah (Wayanthy, 2012).

Harga yang tinggi juga bisa menyebabkan konsumen atau pembeli akan mencari jenis rokok lain sebagai pengganti barang yang harganya mahal. Produk yang permintaannya naik pada saat pendapatan tinggi dan permintaan turun ketika pendapatan rendah disebut barang normal. Adapun pada saat

permintaan turun ketika pendapatan meningkat disebut barang inferior (Sarosa & Purwanti, 2019).

Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifisir kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan merek produk yang hendak dijual, dan konsumen juga diharapkan pada berbagai jenis pilihan produk rokok gudang garam, seperti gudang garam internasional, gudang garam surya 12, gudang garam surya 16 dan gudang garam merah (Nasir, 2011).

Saat iklan menawarkan sebuah produk diharapkan tidak melakukan penipuan dan harus menunjukkan kebenaran. Layaknya seperti larangan merokok atau pencantuman bahaya merokok dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan. Dan kini pemerintah semakin tegas mengambil kebijakan mengenai rokok dengan adanya iklan bahaya rokok tersebut (Asmaunizar, 2018).

Jumlah uang saku yang ideal yang dapat memenuhi kebutuhan dasarnya dengan uang saku tersebut. Pemberian uang saku yang setiap harinya mengajarkan anak bagaimana mengelola uang saku dengan baik. serta dengan dorongan dan sikap positif orang tua berpengaruh positif dengan kelancaran anaknya. Adapun uang saku yang diberikan orang tua kepada Siswa SMP Negeri 7 Kota Dumai ini bervariasi ada yang kecil dan besar dengan nominal Rp.5000;-sampai Rp 20.000. (Samsiah, 2017).

Indonesia mengalami peningkatan terbesar perilaku merokok yang cenderung dimulai pada usia yang semakin muda. Pada usia 10 \_ 14 tahun, terdapat 2,0% remaja yang merokok, 0,7% di antaranya merokok setiap hari dan 1,3% perokok kadang-kadang dengan rerata konsumsi 10 batang rokok per hari. Proporsi penduduk menurut usia mulai merokok untuk kelompok usia muda (5 \_ 9 tahun) yang tertinggi adalah di Papua (3,2%), sekitar 30 kali lebih besar dibandingkan dengan angka nasional (0,1%) (Rachmat et al., 2013).

Provinsi Kalimantan Barat merupakan salah satu dari 5 provinsi (Lampung, Nusa Tenggara Barat, Bengkulu dan Jambi) yang jumlah prevalensi nya telah melebihi rata-rata nasional sebesar 57,4%, dengan usia mulai merokok yaitu 15-19 tahun. dari Riskesdas (2010) menyebutkan umur pertama kali merokok pada kelompok umur 15-19 tahun sebanyak 44,6% dan pada kelompok umur 10-14 hanya sebanyak 15,2%. Sedangkan, prevalensi mencoba merokok pada jenis kelamin laki-laki di Kota Pontianak, sebesar 44,4%, jauh lebih tinggi dibandingkan mencoba merokok pada jenis kelamin perempuan, yaitu hanya sebesar 11,5%. Pada dasarnya remaja memulai rokok dengan cara coba-coba dan ada kemungkinan untuk menjadi pengguna rokok jangka panjang (Caesaria et al., 2015).

Indonesia menepati peringkat kedua terbanyak di dunia. Beberapa penelitian di indonesia menunjukkan bahwa kebanyakan orang mulai merokok ketika duduk dibangku sekolah menengah pertama atau kurang lebih pada usia 12 tahun. Begitu pula dengan bahaya merokok sering di tulis

di surat-surat kabar, majalah, dan media massa lain, bahkan dibungkus rokok itu sendiri. Konsumsi dan paparan asap rokok dapat berdampak serius terhadap kesehatan, antara lain adalah kanker paru, kanker mulut, penyakit jantung, penyakit saluran pernafasan kronik dan gangguan kehamilan (Huda, 2018).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menganalisis gambaran iklan rokok dan perilaku pedagang rokok di sekitar sekolah menengah pertama di pontianak.

## **1.3 Tujuan**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah mengetahui gambaran keberadaan iklan rokok dan perilaku pedagang rokok di sekitar sekolah menengah pertama di Pontianak.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini ialah

1. Mengetahui sebaran pedagang rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak
2. Mengetahui distribusi iklan berdasarkan pedagang rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak
3. Mengetahui distribusi jenis iklan berdasarkan pedagang rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak

4. Mengetahui distribusi pedagang berdasarkan pada merek rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak
5. Mengetahui distribusi pedagang rokok berdasarkan menjual rokok dengan siswa berseragam disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak
6. Mengetahui distribusi pedagang rokok berdasarkan penjualan rokok batangan disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak
7. Mengetahui distribusi pedagang rokok berdasarkan siswa berseragam merokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menganalisis permasalahan dan memecahkan masalah tentang perilaku merokok anak usia 10-15 tahun dengan paparan iklan rokok yang ada disekitaran lingkungan sekolah menengah pertama dipontianak.

### **1.4.2 Bagi Jurusan Ilmu Kesehatan Masyarakat**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori dalam perkembangan ilmu. Ilmu kesehatan masyarakat khususnya promosi kesehatan dan ilmu perilaku. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.



### 1.5 Keaslian Penelitian

| No | Nama, Tahun,<br>Institusi   | Judul  | Tujuan<br>Penelitian  | Metode<br>Penelitian  | Hasil  |
|----|---|--|---|---|--|
| 1  | Dian Rahmi<br>Yenti, Dedi<br>Afandi, 2015,<br>Fakultas<br>Kedokteran<br>Universitas<br>Riau | Gambaran<br>Siswa/Siswi<br>Sekolah<br>Menengah<br>Pertama<br>Terhadap<br>Perilaku<br>Merokok<br>Dikota Madya<br>Pekan Baru | -Apakah ada<br>hubungan<br>antara<br>perilaku<br>merokok<br>dengan<br>perilaku<br>remaja<br>-Apakah ada<br>hubungan<br>antara<br>perilaku<br>merokok<br>dengan gaya<br>perilaku | -desain<br>penelitian<br>Desain<br>penelitian ini<br>adalah<br>deskriptif<br>dengan<br>pendekatan<br><i>cross<br/>sectional</i><br>-populasi<br>sampel<br>berjumlah 198<br>siswa dengan<br>rincian 114<br>siswa kelas 1<br>dan 84 siswa<br>kelas 2.<br>-metode<br><i>purposive<br/>sampling</i> yaitu<br>tempat dan<br>populasi<br>sampel<br>-variabel<br>Penjualan<br>rokok,<br>Kebijakan dan<br>peraturan<br>rokok,<br>Pengalaman,<br>usia, dan lama<br>merokok,<br>Konsumsi<br>rokok, Jenis<br>dan merk<br>rokok, Biaya<br>rokok,<br>Adanya<br>perokok<br>dalam<br>keluarga,<br>Pengaruh<br>lingkungan,<br>Informasi<br>seputar rokok,<br>Persepsi<br>tentang rokok. | Perilaku<br>remaja<br>memang<br>sangat menarik<br>dan gaya<br>mereka pun<br>bermacam-<br>macam. Ada<br>yang atraktif,<br>lincah, modis,<br>agresif dan<br>kreatif dalam<br>hal-hal yang<br>berguna,<br>namun ada<br>juga remaja<br>yang suka<br>hura-hura<br>bahkan<br>mengacau.<br>Pada masa<br>remaja ini,<br>remaja<br>memulai<br>berjuang<br>melepas<br>ketergantungan<br>kepada orang<br>tua dan<br>berusaha<br>mencapai<br>kemandirian<br>sehingga dapat<br>diterima dan<br>diakui sebagai<br>orang dewasa.<br>Pada masa ini<br>hubungan<br>keluarga yang<br>dulu sangat<br>erat sekarang<br>tampak<br>terpecah. |

|   |  |  |  |  |   |
|---|--|--|--|--|---|
| 2 | Baharuddin, 2017, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar  | Faktor - Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Merokok Pada Anak Usia Remaja Madya (15-18 Tahun) | <p>-Apakah ada hubungan antara jenis kelamin dengan perilaku merokok.</p> <p>-Apakah ada hubungan antara pengetahuan dengan perilaku merokok</p> <p>-Apakah ada hubungan antara sikap dengan perilaku merokok.</p> <p>-Apakah ada hubungan antara uang saku dengan perilaku merokok.</p> | <p>-Desain penelitian desain deskriptif korelatif dan regresi, pendekatan cross sectional</p> <p>-populasi sampel sebanyak 291 pelajar dengan menggunakan proportional stratified</p> <p>-metode random sampling dalam mengambil sampel.</p> <p>-variabel jenis kelamin, pengetahuan, sikap, uang saku, dan status merokok anggota keluarga memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku merokok pelajar.</p> | <p><math>p = 0,000</math> (<math>p &lt; 0,05</math>), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan perilaku merokok.</p> <p><math>p = 0,026</math> (<math>p &lt; 0,05</math>), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan perilaku merokok.</p> <p><math>p = 0,000</math> (<math>p &lt; 0,05</math>), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan perilaku merokok.</p> <p><math>p = 0,000</math> (<math>p &lt; 0,05</math>), artinya terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan perilaku merokok.</p> |
| 3 | Muhammad Rachmat, Ridwan Mochtar Thaha, Muhammad Syafar, 2013, Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin | Perilaku Merokok Remaja Sekolah Menengah Pertama   | <p>-Apakah ada hubungan antara kelompok Sebaya dengan interaksi keluarga</p> <p>-Apakah ada hubungan antara iklan rokok dengan sikap merokok</p>   | <p>-Desain penelitian ini menggunakan desain studi observasional <i>Cross sectional</i>.</p> <p>-populasi sampel 471 responden.</p> <p>-metode Teknik sampling menggunakan</p>   | kelompok sebaya (nilai $p = 0,000$ ), interaksi keluarga (nilai $p = 0,010$ ), iklan rokok (nilai $p = 0,000$ ), dan sikap merokok (nilai $p = 0,001$ ) dengan perilaku merokok   |

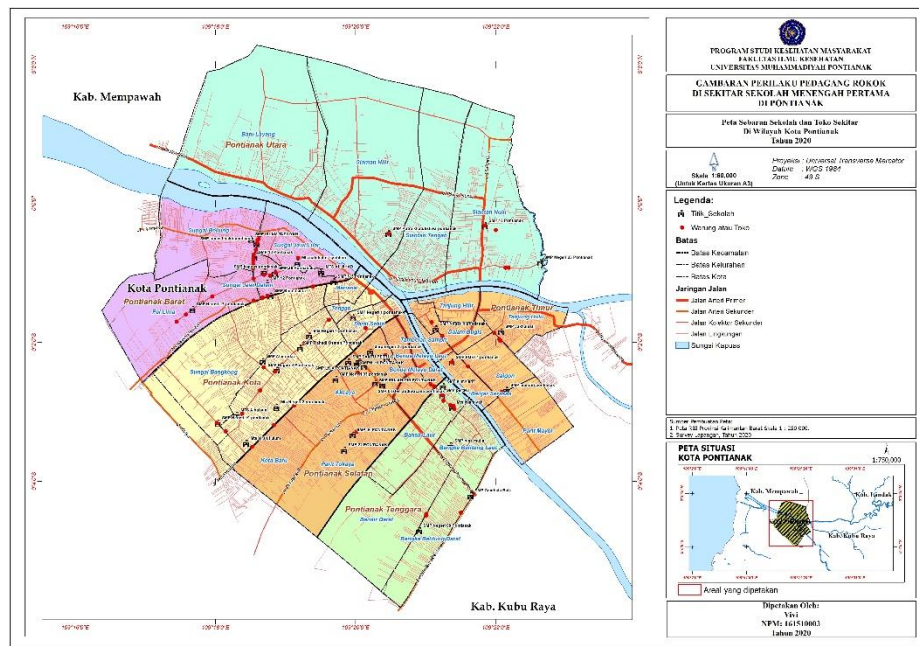
|  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  | <p>-Apakah ada hubungan antara sikap merokok dengan perilaku merokok remaja.</p> | <p><i>multistage random Sampling.</i><br/>-variabel bebas terdiri dari tingkat pengetahuan, interaksi kelompok sebaya, interaksi keluarga, iklan rokok, dan sikap, sementara variabel terikat adalah perilaku merokok.</p> | <p>remaja. Tidak ada hubungan antara tingkat pengetahuan dengan perilaku merokok remaja (nilai <math>p = 0,056</math>). Kelompok sebaya dan iklan rokok berpengaruh paling bermakna pada perilaku merokok remaja. Sekolah perlu dilibatkan lebih intensif pada upaya pencegahan dan intervensi perilaku merokok pada anak dan remaja.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Hasil Penelitian

##### 5.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian Perilaku Pedagang Iklan Di Sekitar Sekolah



**Gambar 5.1**  
**Denah Lokasi Penelitian**

Kota Pontianak merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Barat, dengan luas wilayah 107,82 km<sup>2</sup>, yang terdiri dari 6 kecamatan dan 29 kelurahan. Kota Pontianak dilintasi Garis Khatulistiwa yaitu pada 0° 02' 24" Lintang Utara sampai 0° 05' 37" Lintang Selatan dan 109° 16' 25" Bujur Timur sampai 109° 23' 01" Bujur Timur. Ketinggian di Kota Pontianak berkisar 0,10 meter sampai 1,50 meter di atas permukaan laut. Wilayah Kota Pontianak secara keseluruhan berbatasan dengan wilayah

Kota Pontianak. Seperti pada umumnya daerah tropis, Kota Pontianak mempunyai suhu rata-rata  $25,3^{\circ}\text{C} - 27,1^{\circ}\text{C}$  dengan kelembaban udara berkisar antara 84% -95% serta lama penyinaran matahari berkisar 34% - 78 % (Profil Dinkes Kota Pontianak, 2017).

Geografis kota pontianak terletak pada lintasan garis khatulistiwa dengan ketinggian berkisar antara 0,1 sampai 1,5 meter di atas permukaan laut. Kota dipisahkan oleh sungai kapuas besar, sungai kapuas kecil, dan sungai landak. Jumlah penduduk menurut kecamatan dikota pontianak terdiri dari:

1. Kecamatan Pontianak Tenggara terdiri dari empat kelurahan, yakni Bansir Darat, Bansir Laut, Bangka Belitung Darat, dan Bangka Belitung Laut. Luas  $14,83 \text{ km}^2$  dan dengan kepadatan  $3.024,7 \text{ jiwa/km}^2$ .
2. Kecamatan Pontianak Selatan kemudian dimekarkan membentuk satu kecamatan baru, Pontianak Tenggara pada tahun 2008 berdasarkan Perda Kota Pontianak No. 11/2006 tertanggal 25 November 2006. Luas  $14,54 \text{ km}^2$  dan dengan kepadatan  $5.627,3 \text{ jiwa/km}^2$ .
3. Kecamatan Pontianak timur merupakan cikal bakal Kota Pontianak sebab pada 23 Oktober 1771, dibangun bangunan pertama sebagai penanda berdirinya Kesultanan Pontianak berupa pancangan tiang belian/ulin Masjid Jami' di daerah yang sekarang dikenal dengan Kelurahan Dalam Bugis.. Luas  $8,78 \text{ km}^2$  dan dengan kepadatan  $8.872,8 \text{ jiwa/km}^2$ .

4. Kecamatan Pontianak Barat dan Pontianak Kota. Dengan batas Sungai Jawi, Kecamatan Pontianak Kota kemudian dibentuk sebagai hasil pemekaran berdasarkan Perda Kota Pontianak No. 5 Tahun 2002, menyisakan wilayah Pontianak Barat seperti yang dikenal saat ini. Luas 16,94 km<sup>2</sup> dan dengan kepadatan 7.262,6 jiwa/km<sup>2</sup>.
5. Kecamatan Pontianak Kota terdiri dari lima kelurahan Sungai Bangkong, Darat Sekip, Mariana, Tengah, dan Sungai Jawi. Kantor kecamatan terletak di Jalan Pangeran Natakusuma atau yang lebih mengenal dengan nama daerah Sumur Bor. Luas 15,51 km<sup>2</sup> dan dengan kepadatan 7.099,4 jiwa/km<sup>2</sup>.
6. Kecamatan Pontianak Utara saat ini terbagi menjadi empat kelurahan, yakni Batu Layang, Siantan Hilir, Siantan Tengah, dan Siantan Hulu. Pada tanggal 14 Juli 2008, disahkan Perda Kota Pontianak No. 12 Tahun 2008 yang memekarkan Pontianak Utara menjadi delapan kelurahan, yakni Siantan Hulu, Parit Pangeran, Siantan Tengah, Selat Panjang, Siantan Hilir, Sungai Selamat, Batu Layang Timur, dan Batu Layang Barat. Namun hingga kini, pemekaran itu belum dapat terealisasi. Bahasa resmi kecamatan Pontianak Utara adalah bahasa Indonesia, Tio Ciu, Jepang dan Mandarin. Luas 37,22 km<sup>2</sup> dan dengan kepadatan 3.024,6 jiwa/km<sup>2</sup>.

Posisi perdagangan yang dikuasai oleh sultan pontianak, syarif abdurrahman membawa perkembangan politik dan ekonomi bagi pontianak. Bea dan cukai yang merupakan pendapatan (revenue) yang

besar, sehingga secara ekonomis membawa kemajuan pontianak (Hasanuddin, 2016)

### **5.1.2 Tahap proses penelitian**

Penelitian ini dilakukan kurang lebih 1 minggu dengan lokasi penelitian di kota Pontianak yang terdiri dari Pontianak selatan, Pontianak tenggara, Pontianak timur, Pontianak barat, Pontianak kota, dan Pontianak utara, data yang diambil meliputi data primer. Data primer yang diambil yaitu data yang berasal dari jawaban responden terkait kuesioner karakteristik pedagang, berapa merek rokok yang dijual, rokok paling mahal yang dijual, rokok paling murah yang dijual, rokok paling banyak laris, dan perilaku pedagang terkait menjual rokok dengan siswa berseragam, menjual rokok batangan, menjual rokok dengan cara menghutangkan, dan siswa berseragam merokok di warung.

Penelitian melakukan pengambilan data primer dengan cara berjalan kaki 10 menit dari gerbang sekolah menuju ke warung, kios, minimarket, dan supermarket, jika tidak ditemukan warung, kios, minimarket, atau supermarket, maka peneliti harus berjalan kaki lagi selama 10 menit, setelah itu bertanya terlebih dahulu apakah peneliti boleh melakukan penelitian di warung anda selanjutnya peneliti menjelaskan maksud dan tujuannya datang ke warung tersebut, setelah itu peneliti langsung memberikan pertanyaan kepada pedagang.

### 5.1.2.1 Kriteria Iklan Rokok

#### 1. Distribusi Frekuensi Sekolah Berdasarkan Jenis Pedagang

Berdasarkan hasil data primer distribusi sekolah berdasarkan jenis pedagang dapat dilihat pada tabel 5.1

Tabel 5.1  
Distribusi frekuensi jenis pedagang

| No           | Jenis Pedagang             | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|----------------------------|-----------|----------------|
| 1            | Warung dan Kios            | 66        | 85%            |
| 2            | Minimarket dan Supermarket | 12        | 15 %           |
| <b>Total</b> |                            | <b>78</b> | <b>100 %</b>   |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.1 menunjukkan bahwa frekuensi jenis pedagang yang paling banyak adalah warung menunjukkan sebanyak 64 (82%), sedangkan pada jenis pedagang kios terdapat sebanyak 2 (3%), minimarket terdapat sebanyak 11 (14%), dan pada jenis pedagang supermarket terdapat sebanyak 1 (1%).

#### 2. Distribusi Frekuensi Sekolah Yang Menggunakan Iklan Rokok

Berdasarkan hasil data primer distribusi frekuensi sekolah yang menggunakan iklan rokok dapat dilihat pada tabel 5.2



Tabel 5.2  
Distribusi frekuensi iklan rokok

| No           | Iklan Rokok | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|-------------|-----------|----------------|
| 1            | Ada         | 59        | 76 %           |
| 2            | Tidak Ada   | 19        | 24 %           |
| <b>Total</b> |             | <b>78</b> | <b>100 %</b>   |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.2 menunjukkan bahwa frekuensi warung yang menggunakan iklan rokok sebanyak 76% dan yang tidak menggunakan iklan rokok sebanyak 24% dari total 44 sampel.

### 3. Distribusi Frekuensi Sekolah Berdasarkan Jenis Iklan Yang Digunakan

Berdasarkan hasil dari data primer distribusi jenis iklan yang digunakan dapat dilihat pada tabel 5.3

Tabel 5.3  
Distribusi frekuensi jenis iklan

| No           | Jenis Iklan     | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|-----------------|-----------|----------------|
| 1            | Spanduk         | 54        | 70%            |
| 2            | Papan reklame   | 5         | 6%             |
| 3            | Tidak ada iklan | 19        | 24%            |
| <b>Total</b> |                 | <b>78</b> | <b>100%</b>    |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.3 menunjukkan bahwa frekuensi jenis iklan yang digunakan yang paling banyak adalah spanduk sebanyak 70% dan

paling sedikit ialah papan reklame sebanyak 6%, yang tidak ada iklannya sebanyak 24% dari total 44 sampel.

#### 4. Distribusi Frekuensi Jumlah Merek Rokok Yang Dijual

Berdasarkan hasil data primer distribusi jumlah merek rokok yang dijual dapat dilihat pada tabel 5.4

Tabel 5.4  
Distribusi frekuensi jumlah merek rokok

| No           | Merek Rokok | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|-------------|-----------|----------------|
| 1            | 11-20       | 16        | 21%            |
| 2            | 21-30       | 40        | 51 %           |
| 3            | >31         | 22        | 28%            |
| <b>Total</b> |             | <b>78</b> | <b>100 %</b>   |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.4 menunjukkan bahwa frekuensi jumlah merek rokok yang dijual yang paling banyak adalah 21-30 merk sebanyak 51% dan paling sedikit adalah 11-20 merk sebanyak 21% dari 44 sampel. Warung menjual 21-30 merk rokok, kios menjual 11-20 merk rokok, minimarket menjual 21-30 merk rokok, dan supermarket menjual >31 merk rokok.

#### 5.1.2.2 Perilaku Pedagang Rokok

#### 5. Distribusi Frekuensi Menjual Rokok Dengan Siswa Berseragam

Berdasarkan hasil data primer distribusi menjual rokok dengan siswa berseragam dapat dilihat pada tabel 5.5

Tabel 5.5  
Distribusi frekuensi menjual rokok dengan  
Siswa berseragam

| No           | Menjual Rokok | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|---------------|-----------|----------------|
| 1            | Tidak         | 31        | 40%            |
| 2            | Ya            | 47        | 60%            |
| <b>Total</b> |               | <b>78</b> | <b>100%</b>    |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.5 menunjukkan bahwa frekuensi menjual rokok dengan siswa berseragam yang paling banyak menjawab ya sebanyak 60% dan paling sedikit yang menjawab tidak sebanyak 40% dari total 44 sampel.

#### 6. Distribusi Frekuensi Menjual Rokok Batangan

berdasarkan hasil data primer distribusi menjual rokok batangan dapat dilihat pada tabel 5.6

Tabel 5.6  
Distribusi frekuensi menjual rokok batangan

| No           | Rokok Batangan | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|----------------|-----------|----------------|
| 1            | Tidak          | 18        | 23%            |
| 2            | Ya             | 60        | 77%            |
| <b>Total</b> |                | <b>78</b> | <b>100%</b>    |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.6 menunjukkan bahwa frekuensi menjual rokok batangan yang menjawab ya sebanyak 77% dan paling sedikit yang menjawab tidak sebanyak 23% dari total 44 sampel.

## 7. Distribusi Frekuensi Siswa Berseragam Merokok Di Warung

berdasarkan hasil data primer distribusi siswa berseragam merokok di warung dapat dilihat pada tabel 5.7

Tabel 5.7  
Distribusi frekuensi Siswa Berseragam Merokok Di Warung

| No           | Merokok Di Warung | Frekuensi | Presentase (%) |
|--------------|-------------------|-----------|----------------|
| 1            | Tidak             | 74        | 95%            |
| 2            | Ya                | 4         | 5%             |
| <b>Total</b> |                   | <b>78</b> | <b>100%</b>    |

*Sumber: data primer tahun 2020*

Dari tabel 5.8 menunjukkan bahwa frekuensi siswa berseragam yang merokok di warung menjawab tidak sebanyak 95% dan paling sedikit menjawab ya sebanyak 5% dari total 44 sampel.

## 5.2 Pembahasan

### 1. Gambaran jenis pedagang

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi gambaran jenis pedagang yang mayoritasnya adalah warung dengan banyaknya keberadaan warung disekitar sekolah menengah pertama (SMP) yaitu sebanyak 64 sampel (82%), pedagang yang menjawab ya pernah menjual rokok pada siswa yang menggunakan seragam sebanyak 45 (58%), pedagang yang menjawab ya pernah menjual rokok batangan sebanyak 56 (72%), dan pedagang yang menjawab ya pernah siswa berseragam merokok di warung sebanyak 4 (5%).

Jenis pedagang kios sebanyak 2 (3%), pedagang yang menjawab ya pernah menjual rokok pada siswa yang menggunakan seragam sebanyak 2 (3%), dan yang menjawab ya pernah menjual rokok batangan sebanyak 2 (3%), selain itu pedagang menjawab tidak pernah siswa berseragam merokok di warung. minimarket yang berada disekitar sekolah menengah pertama (SMP) yaitu sebanyak 11 sampel (14%), pedagang yang menjawab ya pernah menjual rokok batangan sebanyak 2 (3%), selain itu pedagang menjawab tidak pernah menjual rokok dengan siswa berseragam, dan siswa berseragam merokok di warung. dan Supermarket yang berada disekitar sekolah menengah pertama (SMP) sebanyak 1 sampel (1%), supermarket di sekitar sekolah tidak ada yang menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam, menjual rokok batangan, dan siswa berseragam merokok diwarung.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dn et al., 2014) pemasaran tembakau di antara empat klasifikasi pengguna saat ini (perokok saja, pengguna 10,3% pada titik penjualan (yaitu di toko). Yang sebanding jangkauan (yaitu tidak termasuk "di tempat lain") di antara non-pengguna untuk paparan pemasaran bidis agak lebih sempit, dengan terendah 0,9% untuk hadiah gratis dan tertinggi 7,9% untuk titik penjualan. terendah dan tertinggi yang sebanding untuk non-pengguna adalah 1,0% untuk hadiah gratis dan 10,2% di titik penjualan/di toko. Antara mereka yang hanya perokok tembakau, sebanding perkiraan untuk paparan pemasaran rokok berkisar dari yang terendah 1,0% untuk hadiah gratis hingga 14,1% untuk

rokok beriklan di point of sale, sedangkan untuk pemasarannya budi kisaran yang sesuai adalah dari 1,1% untuk hadiah gratis menjadi 10,9% pada titik penjualan.

## 2. Gambaran keberadaan iklan rokok

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi gambaran iklan rokok. warung, kios, minimarket, dan supermarket yang banyak menggunakan iklan rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebanyak 59 sampel (76%), dan warung, kios, minimarket,supermarket yang tidak menggunakan iklan sebanyak 19 sampel (24%). Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukma et al., 2013) mengenai ketersediaan iklan rokok di sekitar sekolah yang saat berpengaruh terhadap responden yaitu sebanyak 17 responden (23,0%).

Menurut penelitian (Je et al., 1998) pedagang yang menggunakan iklan rokok, karena iklan rokok berperan dalam membuat merokok menarik bagi remaja. Itu iklan yang dilihat remaja paling sering juga yang paling mereka sukai dan untuk merek yang paling mungkin mereka gunakan merokok. Pengiklan telah lama mengandalkan kekuatan dari apa yang dikenal sebagai "mere exposure", prinsip psikologis yang diulang-ulang yakin untuk stimulus mengarah ke sikap yang menguntungkan ke arah itu—keakraban mengarah pada kesukaan, di sisi lain kata-kata pada iklan.

Dalam peraturan perda iklan rokok berlaku hingga minimal radius 300 (tiga ratus) meter dihitung mulai dari pagar atau batas keluar. Diketahui dari 74 warung, kios, minimarket, dan supermarket yang terdapat di sekitar sekolah, sebanyak 34 warung, kios, minimarket, dan supermarket (46%) berada diradius kurang dari 300 meter didekat sekolah.

Menurut PP No. 19 Tahun 2003, iklan dan promosi rokok diizinkan di media elektronik, media cetak, dan media luar ruang. Demikian pula kegiatan sponsor dalam rangka iklan dan promosi dapat dilakukan dengan tetap mengindahkan ketentuan untuk periklanan dan promosi. Iklan di media elektronik dibenarkan selama jam tayang tertentu (21.30 – 05.00), hal ini bertentangan dengan UU No. 32 Tahun 2002. Dalam UU No. 32 Tahun 2002 mengenai Penyiaran, tidak dicantumkan larangan mengenai jam tayang bagi iklan rokok dan hanya melarang melakukan promosi rokok yang memperlihatkan wujud rokok. Begitu pula dengan UU Pers, UU Pers hanya melarang iklan rokok yang menayangkan gambar rokok atau bungkus rokok. Di luar larangan bentuk iklan tersebut, pers dengan bebas menayangkan iklan rokok. Seluruh kebijakan di Indonesia terkait pelarangan promosi tembakau, tidak memuat pasal-pasal yang terdapat dalam FCTC.

Dalam FCTC dituliskan bahwa dilakukan pelarangan menyeluruh pada semua iklan, promosi, dan sponsor tembakau, sehingga waktu penayangan iklan tidak berlaku dalam FCTC. Kemudian melarang

semua bentuk iklan, promosi, dan sponsor yang mempromosikan produk tembakau dengan cara apapun (menciptakan kesan yang keliru mengenai karakteristik dan efek kesehatan). Selain itu, diwajibkan pula agar seluruh iklan, promosi, dan sponsor tembakau disertai dengan pesan / peringatan kesehatan dan melarang distribusi produk tembakau secara gratis kepada masyarakat khususnya anak dibawah umur. Sehingga, bisa dikatakan banyak sekali perbedaan antara kebijakan iklan rokok di Indonesia dengan pasal-pasal yang ada dalam FCTC. Hal tersebut berdampak pada rendahnya larangan menyeluruh pada iklan, promosi, dan sponsor rokok di Indonesia serta prevalensi perokok remaja di Indonesia terus mengalami peningkatan (TCSC, 2018).

### 3. Gambaran jenis iklan yang digunakan

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi jenis iklan yang digunakan oleh warung, minimarket, kios, dan supermarket yang berada disekitar sekolah menengah pertama di Pontinak yang menggunakan spanduk sebanyak 54 sampel (92%), dan yang menggunakan papan reklame di warung, minimarket, kios, dan supermarket yang berada disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebanyak 5 sampel (8%).

Menurut (Zulu et al., 2009), berbagai macam jenis iklan yang digunakan seperti iklan rokok di baliho, melihat iklan atau promosi rokok di koran atau majalah; melihat merek rokok nama di acara olahraga atau program lain di TV. Namun, memiliki barang dengan logo merek rokokci



itu, melihat iklan rokok di papan reklame dan pernah ditawari rokok gratis oleh rokok. Meskipun telah ada berbagai peraturan untuk membatasi paparan anak-anak terhadap iklan tembakau, banyak remaja melaporkan terpapar informasi tentang produk tembakau dimajalah, billboard, televisi dan video. Tentang seperempat (20,5%) memiliki barang dengan rokok logo merek di atasnya, dan 17,6% telah ditawarkan gratis rokok oleh perwakilan penjualan tembakau.

Dalam peraturan perda iklan rokok berlaku hingga minimal radius 300 (tiga ratus) meter dihitung mulai dari pagar atau batas keluar. Diketahui dari 74 warung, kios, minimarket, dan supermarket yang terdapat di sekitar sekolah, sebanyak 34 warung, kios, minimarket, dan supermarket (46%) berada diradius kurang dari 300 meter didekat sekolah.

#### 4. Gambaran jumlah merek rokok yang dijual

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi jumlah merek rokok yang dijual, banyaknya warung, kios, minimarket, dan supermarket yang menjual rokok dengan beberapa-beberapa merek rokok yang dijualnya yang paling banyak merek 21-30 sebanyak 40 (51%), merek >31 sebanyak 22 (28%), dan merek rokok 11-20 sebanyak 16 (21%). Sedangkan di warung menjual 21-30 merek rokok, kios menjual 11-20 merek rokok, minimarket menjual 21-30, dan >31, sedangkan supermarket menjual >31 merek rokok. Maka dari itu yang paling banyak menjual merek rokok ialah minimarket dan

supermarket karena minimarket dan supermarket adalah swalayan yang besar, dan di kios menjual merek rokok yang paling kecil.

Adapun merek rokok terlaris di warung, kios, minimarket, dan supermarket adalah surya, malboro, dunhil hitam, sampoerna mild, LA menthol, dan sampoerna kretek. Dan merek rokok yang terbanyak di warung, kios, minimarket, dan supermarket adalah LA bold, surya, cakra kretek, malboro, dunhil hitam, dan dunhil putih. Bagi perusahaan, warung, kios, dan mini market respon konsumen terhadap produk yang dihasilkannya adalah sangat penting, termasuk sikap konsumen (*attitude toward the behavior*) terhadap atribut-atribut produk. Analisis sikap penting bagi produsen rokok untuk mengetahui sejauh mana merek rokoknya berpengaruh kuat terhadap sikap konsumen dalam membeli rokok.

Menurut penelitian (Dwiyani, 2017) ,Slogan adalah inti dari iklan atau menyimpulkan keseluruhan pesan iklan. Fungsi slogan menguatkan peringatan yang terus menerus akan sebuah produk atau merk dengan demikian membentuk citra produk atau merk tersebut. Data hasil penelitian menunjukkan hampir semua responden (99%) menyatakan bahwa mereka mengingat slogan rokok.

Berbagai macam merek rokok yang di jual, yang paling dikenal yaitu rokok merek Djarum dan pesaingnya, yaitu merek Sampurna dan Gudang Garam. Bagaimana perbedaan sikap konsumen terhadap masing-masing atribut yang dimiliki oleh rokok Djarum, terutama berdasarkan

pengalaman merokoknya. Jenis rokok apa yang memiliki pengaruh lebih kuat terhadap sikap konsumen, dan apakah kemudian sikap konsumen itu berdampak positif terhadap minat (intention) untuk mengkonsumsi rokok merek Djarum? Secara umum penelitian ini ditujukan untuk mengungkap dan memahami sikap konsumen rokok Djarum pesaingnya. Secara lebih spesifik penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mengukur dan kemudian menganalisis sikap konsumen terhadap berbagai atribut rokok merek Djarum dan pesaing utamanya (Ernawati & Suhardi, 2017).

Konsumen rokok diharapkan pada pilihan merek rokok yang ada dengan jenis dan jumlah yang sangat banyak. Ada konsumen yang loyal pada satu merek rokok tertentu. Loyalitas konsumen dapat mencerminkan kebiasaan yang termotivasi dan sulit diubah karena berakar di dalam keterlibatan tinggi. Tetapi ada juga konsumen yang beralih ke merek lain, baik itu hanya mencoba-coba atau jenuh dengan merek rokok yang sudah dikonsumsi. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mendapat kepuasan dari rokok yang telah ia konsumsi dan mencoba untuk mencari alternatif lain dengan mengkonsumsi rokok dengan merek yang lain. Konsumen yang tergugah akan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Selain itu, salah satu daya tarik produk bagi konsumen adalah atribut-atribut yang ada pada suatu produk seperti : merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, promosi, dll. Atribut-atribut yang ada pada suatu produk sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Prioritas pemilihan

atribut produk oleh konsumen berbeda-beda tergantung pada perilaku konsumen dalam pembelian dan sikap pengambilan keputusan untuk membeli (Nasur, Romanus, 2008).

#### 5. Gambaran menjual rokok dengan siswa berseragam

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi menjual rokok dengan siswa berseragam di sekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebanyak 47 sampel (60%), dan ada beberapa yang menjawab tidak menjual rokok dengan siswa berseragam sebanyak 31 sampel (40%).

Hal ini berkaitan dengan penelitian (Sari et al., 2015) terhadap usia siswa-siswi sekolah menengah pertama yang cenderung masih labil, dalam masa pencarian jati diri dan mudah terpengaruh teman dan lingkungan. Hal ini berbeda mengenai siswa berseragam merokok diwarung yang berada di sekitar sekolah didapat sebanyak 47 responden (22,4%).

#### 6. Menjual rokok batangan

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi menjual rokok batangan di sekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebanyak 60 sampel (77%), dan ada beberapa yang menjawab tidak menjual rokok batangan sebanyak 18 sampel (23%). Karena banyaknya warung, kios, minimarket, yang menjual rokok batangan di sekitar sekolah, maka besar potensi siswa untuk membeli rokok. Karena adanya rokok batangan yang menyakinkan

siswa untuk membeli rokok, karena harganya yang cukup murah, siswa tidak harus membeli bungkusannya sehingga ini akan menjadi potensi untuk siswa membeli rokok batang yang ada di sekitar sekolah.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukma et al., 2013) mengenai ketersediaan menjual rokok batangan di sekitar lingkungan sekolah didapat sebanyak 6, 82 batang perhari yang berkisar antara 1 batang perhari sampai 12 batang perharinya.

Perilaku merokok sangat variatif menurut intensitasnya. Ketika masih mencoba, orang mungkin mengonsumsi rokok hanya pada saat diperlukan, misalnya ketika berada ditengah pertemuan, saat setelah makan atau minum kopi, atau pada saat merasa kesepian. Orang masih dikategorikan perokok ringan jika hanya menghabiskan sekitar 10 batang rokok dengan selang waktu 60 menit dari bangun pagi. Ketika orang sudah merasakan nikmatnya merokok, mereka akan menambah jumlah batang yang dihisap setiap harinya.

Para perokok ringan akan naik peringkat menjadi perokok sedang ketika jumlah konsumsi rokoknya menjadi antara 11-12 batang dengan selang waktu 31-60 menit setelah bangun pagi. Perokok yang benar-benar adiktif terhadap rokok akan menghabiskan puntung rokok lebih banyak lagi. Mereka naik peringkat berat apabila mengonsumsi sekitar 21-30 batang sehari dengan selang waktu sejak bangun pagi berkisar antara 6-30 menit, atau bahkan menjadi perokok sangat berat dengan

konsumsi lebih dari 31 batang perhari dan selang merokoknya lima menit setelah bangun tidur (Darwin, 2016).

Menurut (Wang et al., 2016), Penjual tembakau yang menargetkan kaum muda sangat umum dan mereka paling menonjol di dekat sekolah dibandingkan dengan tetangga kerudung. Selain itu, hampir setengah (44%) dari pengecer tembakau toko memajang produk tembakau yang dapat dilihat publik dari publicly bagian luar toko, yang secara substansial meningkatkan keterpaparan masyarakat umum terhadap pajangan produk tembakau. Larangan pameran tembakau di tempat penjualan mengurangi paparan tembakau pemasaran dan pembelian impulsif rokok.<sup>21 22</sup> Australia dan Kanada telah menerapkan larangan tersebut dalam beberapa tahun terakhir sebagai penelitian menemukan bahwa tampilan tembakau di dalam toko yang luas di samping barang sehari-hari seperti permen, minuman ringan, dan majalah membantu magazines mengembangkan rasa keakraban dengan produk tembakau, mengurangi kesadaran akan konsekuensi kesehatan yang serius dari penggunaan tembakau, dan meningkatkan persepsi akses ke produk tembakau di antara pemuda.

#### 7. Siswa berseragam merokok di warung

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 44 sampel didapatkan hasil bahwa distribusi siswa berseragam merokok di warung di sekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebanyak 4 sampel (5%), dan ada beberapa yang menjawab tidak ada siswa berseragam merokok di warung sebanyak 74 sampel (95%).

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan undang-undang yang menetapkan kawasan tanpa rokok salah satunya di sekolah. Sekolah menengah pertama di Pekanbaru telah menerapkan kawasan tanpa rokok di lingkungan sekolah namun masih banyak yang tidak mematuhi dan melanggar kebijakan tersebut. Pelanggar kebijakan itu bukan hanya dari siswa-siswi dan pegawai lainya tetapi juga dari pada guru. Pada kenyataannya besarnya peranan guru sebagai teladan bagi siswa-siswi di sekolah sangat berhubungan erat dengan perilaku merokok siswa-siswi di lingkungan sekolah. Hal ini berkaitan dengan usia siswa-siswi sekolah menengah pertama yang cenderung masih labil, dalam masa pencarian jati diri dan mudah terpengaruh teman dan lingkungan. Hal ini berbeda mengenai siswa berseragam merokok diwarung yang berada di sekitar sekolah didapat sebanyak 47 responden (22,4%) (Sari et al., 2015).

### **7.3 Keterbatasan penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti meneliti pedagang rokok yang berada disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak, sulitnya mendapatkan informasi terkait perilaku pedagang rokok, karena tidak semua pedagang rokok yang mau terbuka saat diwawancara.





## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari dalam pembahasan dapat disimpulkan bahwa kriteria iklan rokok dan perilaku pedagang rokok disekitar sekolah menengah pertama di Pontianak sebagai berikut :

1. Gambaran Kriteria Iklan Rokok
  - a. Berdasarkan hasil penelitian gambaran jenis pedagang yang tertinggi adalah warung dan kios yaitu sebanyak 85%, dan yang terendah adalah minimarket dan supermarket 15%.
  - b. Berdasarkan hasil penelitian gambaran iklan rokok yang tertinggi adalah adanya iklan rokok disetiap warung, minimarket, dan supermarket yaitu sebanyak 76%, dan yang terendah 24% yang tidak menggunakan iklan rokok.
  - c. Berdasarkan hasil penelitian gambaran jenis iklan yang digunakan paling banyak adalah spanduk yaitu sebanyak 92%, dan yang terendah adalah papan reklame 6%.
  - d. Berdasarkan hasil penelitian gambaran jumlah merek rokok yang dijual dengan jumlah tertinggi adalah sebanyak 51%, dan terendah adalah 21%

2. Gambaran perilaku pedagang rokok
  - a. Berdasarkan hasil penelitian gambaran menjual rokok dengan siswa berseragam yang tertinggi adalah 60% dengan menjawab (ya), dan terendah adalah 40% dengan menjawab (tidak).
  - b. Berdasarkan hasil penelitian gambaran menjual rokok batangan yang tertinggi adalah sebanyak 77% dengan menjawab (ya), dan terendah adalah 23% dengan menjawab (tidak).
  - c. Berdasarkan hasil penelitian gambaran siswa berseragam merokok diwarung yang tertinggi adalah 95% dengan menjawab (tidak), dan terendah adalah 5% dengan menjawab (ya).

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil ringkasan kesimpulan penelitian sebaiknya pemerintah harus memberlakukan radius antara sekolah dengan warung, minimarket, kios, dan supermarket agar jangan memasang iklan rokok di radius yang sudah ditentukan atau peraturan yang sudah ada dan jangan menjual rokok kepada siswa apalagi siswa tersebut menggunakan seragam sekolah.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan terdapat 34 warung, kios, minimarket, dan supermarket yang melanggar peraturan perda yang ada. Sebaiknya kedepannya pihak terkait lebih tegas dalam memberikan peringatan atau sanksi kepada oknum yang melanggar agar timbul efek jera dan tidak terdapat lagi iklan-iklan rokok yang berada di sekitar sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmaunizar. (2018). *Pengaruh iklan bahaya merokok terhadap tingkat konsumsi rokok pada masyarakat pekerja keras/tukang bangunan di gampong keutapang lhoksukon aceh utara*. 2(2), 127–146. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id>
- Aysah, N. (2019). *Laporan praktik kerja lapangan (PKL) III penggunaan aplikasi kobo toolbox untuk pendataan masyarakat nelayan pesisir di taman nasional karimunjawa*. 10, 1–34. <https://tnkarimunjawa.id>
- Baharuddin. (2017). *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku merokok pada anak usia remaja madya (15-18 tahun)*. 73, 1–198. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>
- Baidhowi. (2014). *Tradisi Ngutang Di Pasar Tradisional (Studi di pasar tradisional gunungpati)*. 8, 1–23. <https://ejournal.undip.ac.id>
- Caesaria, Y., Ridha, A., & Jauhari, A. H. (2015). *Determinan faktor PHW (Pictorial Health Warning) terhadap keputusan membeli rokok pada remaja pria usia 10-14 tahun di kota Pontianak*. 2, 1–9. <http://repository.unmuhpnk.ac.id>
- Darwin, M. (2016). PERILAKU MEROKOK DAN PENGALAMAN .REGULASI DI BERBAGAI NEGARA. *Populasi*, 18(2), 201–215. 10.22146/jp.12098
- Dn, S., Km, P., Oswal, K., Pc, G., Lj, A., & Asma, S. (2014). *Influence of tobacco industry advertisements and promotions on tobacco use in India : Findings from the Global Adult Tobacco Survey 2009 - 2010*. 51(1), 3. 10.4103/0019-509X.147424
- Dwiyani, N. M. (2017). *Gambaran Sikap Siswa SMA Negeri Kota Semarang Mengenai Iklan Rokok Di Kota Semarang*. 5(4), 193. <https://ejournal3.undip.ac.id>
- Ernawati, N., & Suhardi, S. (2017). *Persaingan Bisnis Rokok : Pendekatan Sikap Konsumen Kasus Rokok Merek Persaingan Bisnis Rokok : Pendekatan Sikap Konsumen*. 1(4–5), 1–19. <http://ojs.uninus.ac.id>
- Fatmawati, E. (2010). *Studi kasus perilaku merokok kategori berat pada remaja laki-laki*. 1, 1–15. <https://osf.io>
- Gumantry, H., Afandi, D., & Zulharman. (2015). *Gambaran Dukungan Sosial Pada Siswa Siswi Terhadap Sikap Merokok Di Sekolah Menengah Pertama Negeri Kota Pekanbaru*. 2(2), 1–15. <https://media.neliti.com>
- Hasanuddin. (2016). *Politik dan perdagangan kolonial belanda di pontianak*. 8(2), 206. <http://ejournalpatanjala.kemdikbud.go.id>

- Huda, K. A. (2018). *Gambaran penyebab perilaku merokok pada anak usia sekolah*. 6, 1–19. <http://eprints.ums.ac.id>
- Je, V., Arnett, J., & Terhanian, G. (1998). *Adolescents ' responses to cigarette advertisements : links between exposure , liking , and the appeal of smoking*. 42(2), 2–3. <https://www.researchgate>.
- Komasari, D., & Helmi, A. F. (2000). *Faktor-faktor penyebab perilaku merokok pada remaja*. 1, 37–47. <https://jurnal.ugm.ac.id>
- Kumboyo, Sahar, J., & Wiarsih, W. (2004). *Pengalaman perokok rendah tar dan nikotin di kota malang*. 12(2), 1–9. <https://www.researchgate.net>
- Kustanti, A. A. (2014). *Hubungan antara pengaruh keluarga, pengaruh teman dan pengaruh iklan terhadap perilaku merokok pada remaja di SMP 1 slogohimo, wonogiri*. 3(5), 1–16. <http://eprints.ums.ac.id>
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsuh, M. M. (2016). *Studi deskriptif pelatihan dan pengembangan sumberdaya manusia serta penggunaan metode behavioral event interview dalam merekrut karyawan baru di bank mega cabang kodus*. 2(2), 1–8. <http://jurnal.unpand.ac.id>
- Lukitaningsih, A. (2013). *Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran*. 13(2), 116–129. <https://media.neliti.com>
- Masito, O. D. (2018). *Pengaruh pendapatan kebijakan pemerintah terhadap konsumsi rokok di kota bogor*. 1, 1–144. <https://repository.uinjkt.ac.id>
- Nasir, M. (2011). *Pola pengambilan keputusan konsumen rokok*. 0271, 78–100. <http://journals.ums.ac.id>
- Nasur, Romanus, P. F. (2008). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan berpindah merek pada rokok*. Februari, 3–4. <https://repository.usd.ac.id>
- Nugroho, S. R. (2017). ( *Perilaku Merokok Sebagai Identitas Sosial Remaja Dalam Pergaulan Di Surabaya* ) **PENDAHULUAN** Perilaku remaja pada era Kebiasaan memberikan merokok kenikmatan dianggap bagi dapat dalam rentangan masa remaja . Lebih jauh lagi Data WHO mempertegas bahwa rema. 6, 1–22. <http://repository.unair.ac.id>
- Prasetya, L. D. (2011). *Pengaruh Negatif Rokok Bagi Kesehatan Di Kalangan Remaja*. 19, 1–11. <http://repository.unmuhjember.ac.id>
- Rachmat, M., Thaha, R. M., & Syafar, M. (2013). *Perilaku Merokok Remaja Sekolah Menengah Pertama*. 7(11), 502. <https://journal.fkm.ui.ac.id>

- Risikesdas. (2018). *Salam Sehat ! Semoga fakta yang disajikan dalam buku ini , bermanfaat untuk perbaikan perencanaan pembangunan kesehatan.* 1–493.
- Baharuddin. (2017). *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku merokok pada anak usia remaja madya (15-18 tahun).* 73, 1–198.  
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id>
- Caesaria, Y., Ridha, A., & Jauhari, A. H. (2015). *Determinan faktor PHW (Pictorial Health Warning) terhadap keputusan membeli rokok pada remaja pria usia 10-14 tahun di kota Pontianak.* 2, 1–9.  
<http://repository.unmuhpnk.ac.id>
- Dn, S., Km, P., Oswal, K., Pc, G., Lj, A., & Asma, S. (2014). *Influence of tobacco industry advertisements and promotions on tobacco use in India : Findings from the Global Adult Tobacco Survey 2009 - 2010.* 51(1), 3. 10.4103/0019-509X.147424
- Dwiyani, N. M. (2017). *Gambaran Sikap Siswa SMA Negeri Kota Semarang Mengenai Iklan Rokok Di Kota Semarang.* 5(4), 193.  
<https://ejournal3.undip.ac.id>
- Fatmawati, E. (2010). *Studi kasus perilaku merokok kategori berat pada remaja laki-laki.* 1, 1–15. <https://osf.io>
- Je, V., Arnett, J., & Terhanian, G. (1998). *Adolescents ' responses to cigarette advertisements : links between exposure , liking , and the appeal of smoking.* 42(2), 2–3. <https://www.researchgate>.
- Rachmat, M., Thaha, R. M., & Syafar, M. (2013). *Perilaku Merokok Remaja Sekolah Menengah Pertama.* 7(11), 502. <https://journal.fkm.ui.ac.id>
- Risikesdas. (2018). *Salam Sehat ! Semoga fakta yang disajikan dalam buku ini , bermanfaat untuk perbaikan perencanaan pembangunan kesehatan.* 1–493.  
<http://dinkes.babelprov.go.id>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Produk Aqua Di Kota Pati.* 8(2), 92–121. <https://media.neliti.com>
- Safitri, A., Avicenna, M., & Hartati, N. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Merokok Pada Remaja.* 18(1), 47–65.  
<http://journal.uinjkt.ac.id>
- Samsiah. (2017). *Payment of models for students in SMP Negeri 7 kelurahan purnama kecamatan dumai barat kota dumai.* 4(2), 1–15.  
<https://www.neliti.com>
- Sari, S. M., Afandi, D., & Fauzi, Z. A. (2015). *Gambaran perilaku merokok guru di lingkungan sekolah menengah pertama di oekanbaru.* 2(1), 1–12.  
<https://jom.unri.ac.id>

- Sarosa, C. S., & Purwanti, E. Y. (2019). *Pengaruh kenaikan harga rokok, pendapatan dan karakteristik perokok terhadap konsumsi rokok di kota semarang*. 1(1), 22–30. <https://ejournal2.undip.ac.id>
- Secapramana, V. H. (2001). *Model dalam strategi penetapan harga*. 9(1), 30–43. <http://repository.ubaya.ac.id>
- Setyani, A. T., & Sodik, M. A. (n.d.). *Pengaruh Merokok Bagi Remaja Terhadap Perilaku dan Pergaulan*. 2013, 1–8. <https://osf.io>
- Shofaa, F., & Meina, U. A. (2017). *Menyingkap Makna dan Tanda dalam iklan rokok A Mild Versi "HASRAT" Sebuah Kajian Semiotika*. 6(1991), 180–197. <http://fbs.uny.ac.id>
- Simarmata, S. (2012). *Perilaku Merokok Pada Siswa Siswi Madrasah Tsanawiyah Negeri Model Kuok Kecamatan Bangkinang Barat Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. 43–44, 1–158. <http://lib.ui.ac.id>
- Sukma, D., Margo, W., Merry, U., & Anggraini, T. (2013). *Hubungan Antara Pengetahuan, lingkungan Sosial, dan Pengaruh Iklan Rokok dengan Frekuensi Merokok ( Studi pada Siswa Kelas 3 SMK Negeri 2 Kendal ) The Correlation Between Knowledge, Social Environment and Influence of Cigarette Advertisement with The F*. 1(2), 21–25. <https://jurnal.unimus.ac.id>
- Taufik, Z. I. (2018). *Pengaruh esensi promosi terhadap minat beli produk rokok dunnhil mild pada PT. Global green trading di kota makassar*. 23–24, 1–63. <http://eprints.unm.ac.id>
- TCSC. (2018). *Paparan Iklan, Promosi, dan Sponsor Rokok di Indonesia*. 6–7, 1–29. <http://www.tcsc-indonesia.org>
- Virga, R. L. (2016). *Literasi iklan rokok dan perilaku konsumtif remaja melalui pemberdayaan remaja masjid*. 09(33–44), 1–12. <http://ejournal.uin-suka.ac.id>
- Wang, L., Lu, B., Wewers, M. E., Foraker, R. E., Xie, M., & Ferketich, A. K. (2016). *Are retailers compliant with zoning regulations that ban tobacco sales near schools in Changsha, China?* 23(18), 5. 10.1136/tobaccocontrol-2015-052787
- Wayanthy, A. D. (2012). *Studi mengenai intensi untuk merokok pada siswa kelas 2 SMAN 22 bandung melalui pendekatan deskriptif*. 16, 1–124. <http://elibrary.unisba.ac.id>
- Wiryanatha, M. A., & Ani, L. S. (2014). *Perilaku merokok pada siswa laki-laki sekolah menengah pertama di wilayah kerja puskesmas sukasada II*. 1–10. <https://ojs.unud.ac.id>

- Yenti, D. R., & Afandi, D. (2015). *Gambaran siswa/siswi sekolah menengah pertama terhadap perilaku merokok di kotamadya pekanbaru*. 2(2), 1–14.  
<https://jom.unri.ac.id>
- Zulu, R., Siziya, S., Muula, A. S., & Rudatsikira, E. (2009). *Associations of advertisement-promotion- sponsorship-related factors with current cigarette smoking among in-school adolescents in Zambia*. 8(4), 231–233.  
10.4103/1596-3519.59577

## LAMPIRAN

### 1. Jadwal Kegiatan Penelitian

| Uraian Kegiatan         | Hari |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-------------------------|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                         | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Pengumpulan data primer |      |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Teknik analisis data    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |

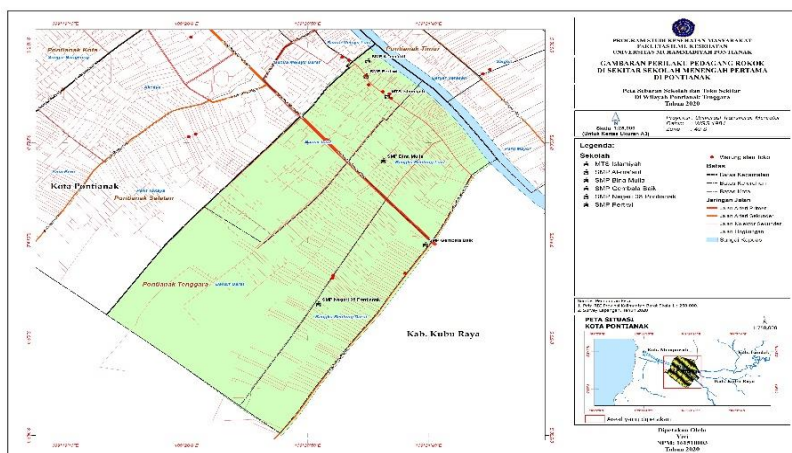
### 2. Jarak Sekolah Dengan Pedagang Rokok

| No | Wilayah            | Jarak Terdekat | Jarak Terjauh |
|----|--------------------|----------------|---------------|
|    |                    | (m)            | (m)           |
| 1  | Pontianak Barat    | 163,08 (m)     | 622,64 (m)    |
| 2  | Pontianak Kota     | 189,81 (m)     | 797,13 (m)    |
| 3  | Pontianak Selatan  | 230,34 (m)     | 324,58 (m)    |
| 4  | Pontianak Tenggara | 110,87 (m)     | 889,08 (m)    |
| 5  | Pontianak Timur    | 153,61 (m)     | 594,02 (m)    |
| 6  | Pontianak Utara    | 250,06 (m)     | 896,44 (m)    |

| No | Keterangan     | (m)      |
|----|----------------|----------|
| 1  | Jarak terdekat | 110,87 m |
| 2  | Jarak Terjauh  | 896,44 m |

### 3. Titik Sebaran Penjual Rokok

#### 1. Kecamatan Pontianak Tenggara

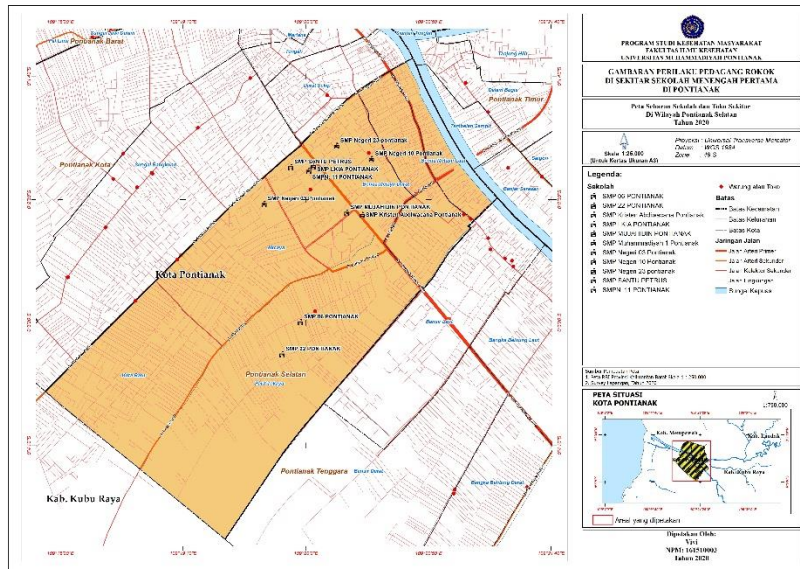


Gambar 5.2



## Denah Lokasi Penelitian

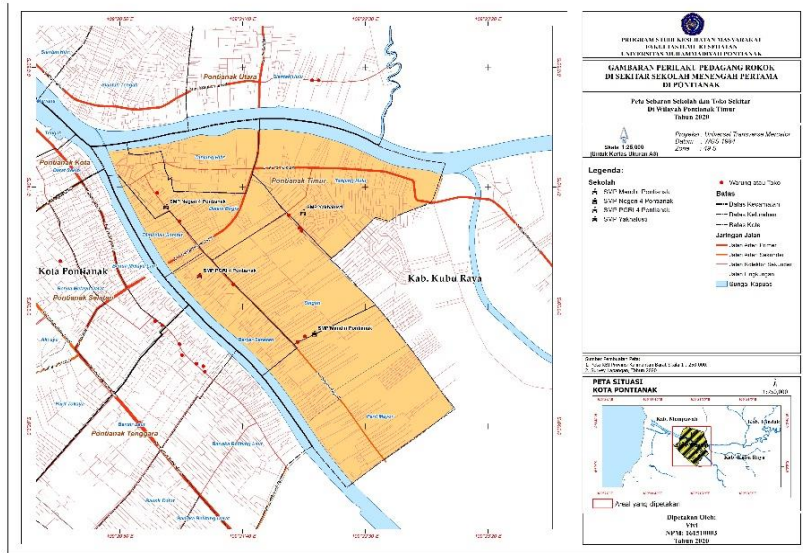
### 2. Kecamatan Pontianak selatan



**Gambar 5.2**

**Denah Lokasi Penelitian**

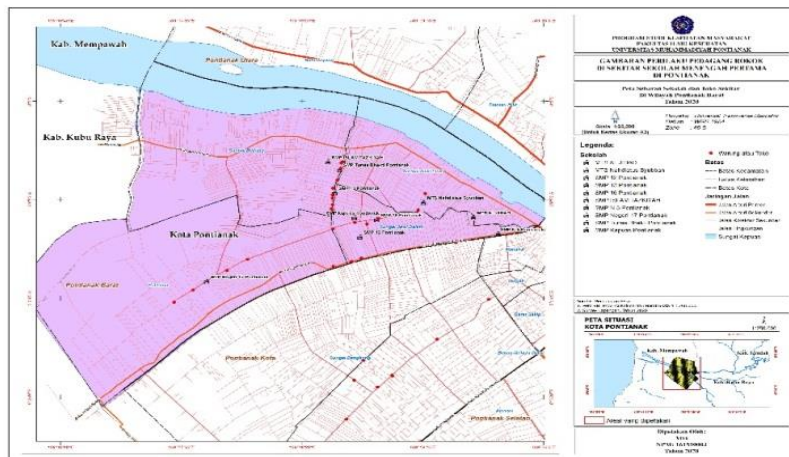
### 3. Kecamatan Pontianak Timur



Gambar 5.3

Denah Lokasi Penelitian

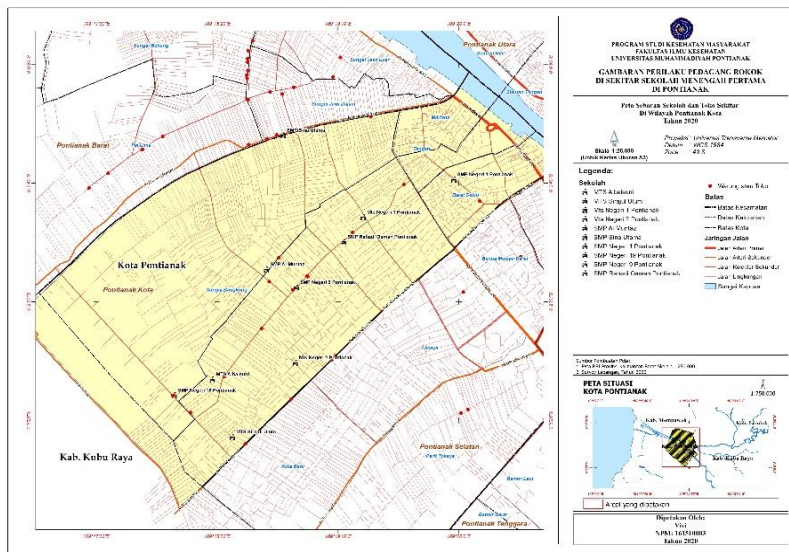
### 4. Kecamatan Pontianak Barat



Gambar 5.4

Denah Lokasi Penelitian

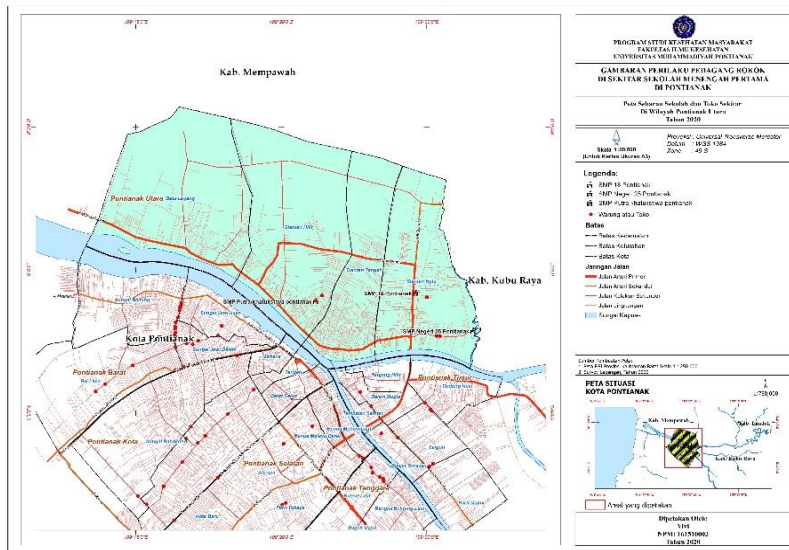
### 5. Kecamatan Pontianak Kota



Gambar 5.5

Denah Lokasi Penelitian

### 6. Kecamatan Pontianak Kota



Gambar 5.6

Denah Lokasi Penelitian

## 4. Kuesioner

### Gambaran Iklan Rokok di Lingkungan Sekolah Menengah Pertama di Pontianak

#### Sekolah

Identitas sekolah  Nama sekolah  Alamat sekolah   
 GPS sekolah

latitude (x.y °)  longitude (x.y °)  altitude (m)   
 accuracy (m)

#### Toko 1

Foto toko 1

Karakteristik pedagang Tipe tempat pedagang berjualan

Warung  Kios  Mini market  Supermarket  Streer vendor (menjual menggunakan kendaraan)

GPS tokok

latitude (x.y °)  longitude (x.y °)  altitude (m)   
 accuracy (m)

Iklan (observasi)

Ada  Tidak ada

Foto iklan

Jenis iklan yang digunakan

Spanduk  Stiker  Papan reklame  Poster  Yang lain:

Jumlah harga yang tersedia  Berapa jumlah merek rokok yang dijual

Rokok paling mahal yang dijual (5 jenis rokok dan harga)

Merek 1  Harga (Rp)  Merek 2

Harga (Rp)  Merek 3  Harga (Rp)

Merek 4  Harga (Rp)  Merek 5

Harga (Rp)  Rokok paling murah yang dijual (5 jenis rokok dan harga)

Merek 1  Harga (Rp)

Merek 2  Harga (Rp)  Merek 3  Harga (Rp)

Merek 4  Harga (Rp)  Merek 5

Harga (Rp)  Paling banyak laris (5 jenis rokok dan harga)

Merek 1  Harga (Rp)  Merek 2

Harga (Rp)  Merek 3  Harga (Rp)

Merek 4  Harga (Rp)  Merek 5

Harga (Rp)  Perilaku pedagang

Berikan tanda (x) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan yang ada di warung  Apakah anda menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam sekolah

Ya  Tidak

Apakah anda menjual rokok batangan

Ya  Tidak

Apakah anda menjual rokok dengan cara menghutangkan

Ya  Tidak

Apakah pernah siswa berseragam merokok di warung anda

Ya  Tidak

## 5. Hasil Penelitian

**Karakteristik pedagang**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Warung | 26        | 59,1    | 59,1          | 59,1               |
| Kios         | 1         | 2,3     | 2,3           | 61,4               |
| Mini Market  | 6         | 13,6    | 13,6          | 75,0               |
| Supermarket  | 1         | 2,3     | 2,3           | 77,3               |
| 9999         | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
| Total        | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Karakteristik pedagang**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Warung | 22        | 50,0    | 50,0          | 50,0               |
| Kios         | 1         | 2,3     | 2,3           | 52,3               |
| Mini market  | 3         | 6,8     | 6,8           | 59,1               |
| 9999         | 18        | 40,9    | 40,9          | 100,0              |
| Total        | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Karakteristik pedagang**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Warung | 11        | 25,0    | 25,0          | 25,0               |
| Mini market  | 2         | 4,5     | 4,5           | 29,5               |
| 9999         | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
| Total        | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Karakteristik pedagang**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Warung | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
| 9999         | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
| Total        | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|         |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | Spanduk       | 21        | 47,7    | 50,0          | 50,0               |
|         | Papan Reklame | 3         | 6,8     | 7,1           | 57,1               |
|         | 9999          | 18        | 40,9    | 42,9          | 100,0              |
|         | Total         | 42        | 95,5    | 100,0         |                    |
| Missing | System        | 2         | 4,5     |               |                    |
| Total   |               | 44        | 100,0   |               |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Spanduk       | 21        | 47,7    | 47,7          | 47,7               |
|       | Papan reklame | 1         | 2,3     | 2,3           | 50,0               |
|       | 9999          | 22        | 50,0    | 50,0          | 100,0              |
|       | Total         | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Spanduk       | 21        | 47,7    | 47,7          | 47,7               |
|       | Papan reklame | 1         | 2,3     | 2,3           | 50,0               |
|       | 9999          | 22        | 50,0    | 50,0          | 100,0              |
|       | Total         | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Spanduk | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | 9999    | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
|       | Total   | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Berapa jumlah merek rokok yang dijual**

|         |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | 11-20 | 6         | 13,6    | 17,6          | 17,6               |
|         | 21-30 | 14        | 31,8    | 41,2          | 58,8               |
|         | >31   | 14        | 31,8    | 41,2          | 100,0              |
|         | Total | 34        | 77,3    | 100,0         |                    |
| Missing | 9999  | 10        | 22,7    |               |                    |
| Total   |       | 44        | 100,0   |               |                    |

**Berapa jumlah merek rokok yang dijual**

|         |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | 11-20 | 3         | 6,8     | 11,5          | 11,5               |
|         | 21-30 | 16        | 36,4    | 61,5          | 73,1               |
|         | >31   | 7         | 15,9    | 26,9          | 100,0              |
|         | Total | 26        | 59,1    | 100,0         |                    |
| Missing | 9999  | 18        | 40,9    |               |                    |
| Total   |       | 44        | 100,0   |               |                    |

**Berapa jumlah merek rokok yang dijual**

|         |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | 11-20 | 3         | 6,8     | 23,1          | 23,1               |
|         | 21-30 | 7         | 15,9    | 53,8          | 76,9               |
|         | >31   | 3         | 6,8     | 23,1          | 100,0              |
|         | Total | 13        | 29,5    | 100,0         |                    |
| Missing | 9999  | 31        | 70,5    |               |                    |
| Total   |       | 44        | 100,0   |               |                    |

**Berapa jumlah merek rokok yang dijual**

|         |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | 11-20 | 3         | 6,8     | 23,1          | 23,1               |
|         | 21-30 | 7         | 15,9    | 53,8          | 76,9               |
|         | >31   | 3         | 6,8     | 23,1          | 100,0              |
|         | Total | 13        | 29,5    | 100,0         |                    |
| Missing | 9999  | 31        | 70,5    |               |                    |
| Total   |       | 44        | 100,0   |               |                    |



**Berapa jumlah merek rokok yang dijual**

|         |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | 11-20 | 3         | 6,8     | 23,1          | 23,1               |
|         | 21-30 | 7         | 15,9    | 53,8          | 76,9               |
|         | >31   | 3         | 6,8     | 23,1          | 100,0              |
|         | Total | 13        | 29,5    | 100,0         |                    |
| Missing | 9999  | 31        | 70,5    |               |                    |
| Total   |       | 44        | 100,0   |               |                    |

**Iklan (observasi)**

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Ada      | 10        | 22,7    | 22,7          | 22,7               |
|       | Ada            | 24        | 54,5    | 54,5          | 77,3               |
|       | Tidak Ada Toko | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
|       | Total          | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Iklan (observasi)**

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Ada      | 4         | 9,1     | 9,1           | 9,1                |
|       | Ada            | 22        | 50,0    | 50,0          | 59,1               |
|       | Tidak Ada Toko | 18        | 40,9    | 40,9          | 100,0              |
|       | Total          | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Iklan (observasi)**

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Ada      | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | Ada            | 8         | 18,2    | 18,2          | 29,5               |
|       | Tidak Ada Toko | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
|       | Total          | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Iklan (observasi)**

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ada            | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | Tidak Ada Toko | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
|       | Total          | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|         |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | Spanduk       | 21        | 47,7    | 50,0          | 50,0               |
|         | Papan Reklame | 3         | 6,8     | 7,1           | 57,1               |
|         | 9999          | 18        | 40,9    | 42,9          | 100,0              |
|         | Total         | 42        | 95,5    | 100,0         |                    |
| Missing | System        | 2         | 4,5     |               |                    |
| Total   |               | 44        | 100,0   |               |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Spanduk       | 21        | 47,7    | 47,7          | 47,7               |
|       | Papan reklame | 1         | 2,3     | 2,3           | 50,0               |
|       | 9999          | 22        | 50,0    | 50,0          | 100,0              |
|       | Total         | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|         |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid   | Spanduk       | 7         | 15,9    | 16,3          | 16,3               |
|         | Papan reklame | 1         | 2,3     | 2,3           | 18,6               |
|         | 9999          | 35        | 79,5    | 81,4          | 100,0              |
|         | Total         | 43        | 97,7    | 100,0         |                    |
| Missing | System        | 1         | 2,3     |               |                    |
| Total   |               | 44        | 100,0   |               |                    |

**Jenis iklan yang digunakan**

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Spanduk | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | 9999    | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
|       | Total   | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam sekolah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 16        | 36,4    | 36,4          | 36,4               |
|       | ya    | 18        | 40,9    | 40,9          | 77,3               |
|       | 9999  | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam sekolah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 10        | 22,7    | 22,7          | 22,7               |
|       | Ya    | 16        | 36,4    | 36,4          | 59,1               |
|       | 9999  | 18        | 40,9    | 40,9          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam sekolah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 4         | 9,1     | 9,1           | 9,1                |
|       | Ya    | 9         | 20,5    | 20,5          | 29,5               |
|       | 9999  | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan siswa yang menggunakan seragam sekolah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 1         | 2,3     | 2,3           | 2,3                |
|       | Ya    | 4         | 9,1     | 9,1           | 11,4               |
|       | 9999  | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |

|       |    |       |       |
|-------|----|-------|-------|
| Total | 44 | 100,0 | 100,0 |
|-------|----|-------|-------|

**Apakah anda menjual rokok batangan**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 11        | 25,0    | 25,0          | 25,0               |
| Ya          | 23        | 52,3    | 52,3          | 77,3               |
| 9999        | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
| Total       | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok batangan**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 4         | 9,1     | 9,1           | 9,1                |
| Ya          | 22        | 50,0    | 50,0          | 59,1               |
| 9999        | 18        | 40,9    | 40,9          | 100,0              |
| Total       | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok batangan**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 3         | 6,8     | 6,8           | 6,8                |
| Ya          | 10        | 22,7    | 22,7          | 29,5               |
| 9999        | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
| Total       | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok batangan**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ya | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
| 9999     | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
| Total    | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan cara menghutangkan**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 34        | 77,3    | 77,3          | 77,3               |
| 9999        | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
| Total       | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan cara menghutangkan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 26        | 59,1    | 59,1          | 59,1               |
|       | 9999  | 18        | 40,9    | 40,9          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan cara menghutangkan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 13        | 29,5    | 29,5          | 29,5               |
|       | 9999  | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah anda menjual rokok dengan cara menghutangkan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | 9999  | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah pernah siswa berseragam merokok di warung anda**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | tidak | 32        | 72,7    | 72,7          | 72,7               |
|       | ya    | 2         | 4,5     | 4,5           | 77,3               |
|       | 9999  | 10        | 22,7    | 22,7          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah pernah siswa berseragam merokok di warung anda**

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak   | 24        | 54,5    | 54,5          | 54,5               |
|       | Ya      | 2         | 4,5     | 4,5           | 59,1               |
|       | 9999    | 17        | 38,6    | 38,6          | 97,7               |
|       | 9999999 | 1         | 2,3     | 2,3           | 100,0              |
|       | Total   | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah pernah siswa berseragam merokok di warung anda**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 13        | 29,5    | 29,5          | 29,5               |
|       | 9999  | 31        | 70,5    | 70,5          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Apakah pernah siswa berseragam merokok di warung anda**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 5         | 11,4    | 11,4          | 11,4               |
|       | 9999  | 39        | 88,6    | 88,6          | 100,0              |
|       | Total | 44        | 100,0   | 100,0         |                    |