

# **PROPOSAL**



## **HUBUNGAN PAPARAN KONTEN IKLAN ROKOK ELEKTRONIK DI RUANG TERBUKA DENGAN DORONGAN NIAT DAN PERILAKU MEROKOK PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG**

**DANINDRA KHARISMA KAVYA DEWANTO  
NIM. D11.2021.03231**

**PEMBIMBING :Dr. NURJANAH S.KM, M.Kes**

**PROGRAM STUDI S1 KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN  
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO  
SEMARANG  
2024**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

# **HUBUNGAN PAPARAN KONTEN IKLAN ROKOK ELEKTRONIK DI RUANG TERBUKA DENGAN DORONGAN NIAT DAN PERILAKU MEROKOK PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG**

Telah disetujui sebagai Proposal Penelitian Skripsi untuk  
diseminarkan secara terbuka di Semarang pada tanggal

November 2024

Pembimbing

Dr. Nurjanah S.KM, M.Kes

NPP.0686.11.2000.223

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR LAMPIRAN .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	7
A. Latar Belakang .....	7
B. Perumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
1. Tujuan Umum .....	11
2. Tujuan Khusus .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Keaslian Penelitian .....	14
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
A. Landasan Teori .....	17
B. Kerangka Teori .....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	22
A. Kerangka Konsep .....	22
B. Hipotesis Penelitian .....	22
C. Desain Penelitian .....	23
D. Variabel dan Definisi Operasional .....	23
E. Populasi dan Sampel .....	24
F. Teknik Pengumpulan Data .....	27
G. Pengolahan Data dan Analisis Data .....	30
DAFTAR PUSTAKA .....	33
LAMPIRAN .....	38

## DAFTAR GAMBAR

2.1.	<i>Outdoor Tobacco Advertising (OTA)</i>	20
2.2.	Kerangka Teori - <i>Social Cognitive Theory (SCT)</i>	21
3.1.	Kerangka Konsep - <i>Social Cognitive Theory (SCT)</i>	22

## DAFTAR TABEL

1.1.	Keaslian Penelitian	14
3.1.	Definisi Operasional	24
3.2.	Pembagian Proporsi Sampel	27
3.3.	Susunan Bagian Kuesioner	28
3.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Niat	29
3.5.	Hasil Uji Reliabilitas	29

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Instrumen Penelitian
-------------------------

38
----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Merokok merupakan perilaku tidak sehat yang dinormalisasi oleh berbagai kalangan dan sudah dianggap sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Banyak masyarakat yang menutup mata bahwa penyakit tidak menular seperti kanker, hipertensi, jantung koroner, dan lain sebagainya dapat muncul akibat perilaku merokok dengan rokok konvensional maupun rokok elektronik (1). Menurut PP Nomor 28 Tahun 2024 pasal 429, “rokok elektronik adalah produk konvensional dari pengolahan daun yang berbentuk cair, padat, atau bentuk lainnya yang diproduksi dengan cara ekstraksi atau cara lainnya dan menyesuaikan dengan teknologi yang ada serta selera konsumen tanpa memperdulikan bahan pengganti atau pembantu dalam proses produksinya kemudian dijual kepada konsumen dalam kemasan yang dikonsumsi dengan cara dihisap” (2).

Kementrian Kesehatan menyatakan prevalensi perokok aktif di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 70 juta orang dan 7,4% diantaranya berusia 10-18 tahun (3). Sementara itu, berdasarkan Laporan Nasional Riskesdas 2018 menunjukan sebanyak 2,8% penduduk Indonesia menggunakan rokok elektronik yang diantaranya anak muda atau biasa disebut Gen Z yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dengan kelompok usia 10-18 tahun sebanyak 10,9%, usia 10-24 tahun sebanyak 7%, dimana jenis kelamin laki-laki sebanyak 2,8% dan perempuan sebanyak 2,7% (4).

Menurut *World Health Organization* (WHO) 8 juta orang di dunia meninggal tiap tahunnya akibat krisis kesehatan masyarakat dan 7 juta diantaranya disebabkan oleh penggunaan konvensional. 80% pengguna rokok di dunia berasal dari negara berpendapatan rendah dan menengah (5). Indonesia merupakan negara berkembang yang bisa dibilang sebagai surga bagi industri rokok. Data World Population Review 2022 menunjukkan Indonesia berada pada peringkat ke delapan di dunia dengan jumlah perokok terbanyak, yaitu 38,2% dimana perokok dengan jenis kelamin laki-laki 76,20% dan perempuan 3,60%. Hal ini juga dipengaruhi oleh sosial budaya dan sosial ekonomi (6).

Berdasarkan *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) 2021 terdapat peningkatan jumlah perokok selama 10 tahun terakhir Pada tahun 2021 terdapat 69,1 juta masyarakat Indonesia aktif menggunakan rokok konvensional (7), sementara itu berdasarkan Survey Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 meningkat menjadi 70 juta orang (8).

Merokok tidak hanya menimbulkan gangguan kesehatan bagi penggunanya namun juga gangguan psikologis. Kandungan nikotin dalam rokok konvensional mengandung zat adiktif yang dapat menyebabkan kecanduan terhadap rokok itu sendiri.

Namun seiring perkembangan jaman, banyak perokok konvensional tidak terkecuali Gen Z memutuskan untuk mengganti rokok konvensional dengan rokok elektronik. Hal ini dikarenakan persepsi orang tentang rokok elektronik dianggap tidak berbahaya seperti rokok konvensional sehingga rokok elektronik dijadikan alternatif saat ingin berhenti merokok



konvensional. Rokok elektronik dianggap lebih *simple* dan juga modern dan juga tersedia dalam berbagai rasa yang menarik (9).

Bertentangan dengan PP Nomor 28 Tahun 2024 pasal 447 tentang “pengendalian iklan rokok tembakau dan rokok elektronik”, rokok elektronik tidak mencantumkan peringatan bahaya kesehatan (2). Hal ini mengakibatkan banyak orang menggunakan rokok elektronik tanpa tahu bahaya dari rokok elektronik itu sendiri.

Seiring meningkatnya permintaan pasar terhadap rokok elektronik, iklan rokok elektronik tidak hanya ditampilkan melalui media sosial Instagram, tiktok, facebook, twitter, namun juga secara offline pada ruang terbuka seperti billboard, videotron di jalan-jalan (10). Tak hanya itu, rokok elektronik juga dipromosikan di *cafe-cafe*, tak jarang mereka bekerjasama memperjualbelikan rokok elektronik tersebut.

Iklan, promosi, dan sponsor rokok yang dilakukan oleh perusahaan rokok dalam bentuk baliho atau poster di luar ruangan dapat berkontribusi pada peningkatan prevalensi merokok pada remaja (11). Penelitian yang dilakukan Ratih (2023) menunjukkan bahwa 65,2% siswa terpapar iklan rokok secara bebas (12). Lubis (2019) meneliti bahwa 98,2% responden penelitian yang merokok pernah terpapar iklan rokok dan menyatakan bahwa mereka mendapat dorongan untuk merokok setelah melihat iklan tersebut (13).

Remaja yang terpapar iklan rokok secara terus menerus atau dalam frekuensi “sering” dapat mendorong mereka secara langsung maupun tidak langsung untuk berpikiran bahwa perilaku merokok adalah hal yang wajar

dilakukan sehingga banyak dari mereka yang pada akhirnya mengambil Keputusan untuk merokok (14).

Saat ini peraturan yang mengatur pengendalian iklan rokok elektronik diruang terbuka tercantum dalam PP Nomor 28 Tahun 2024 pasal 449 (2). Namun faktanya, berdasarkan data Laporan Nasional Riskesdas Tahun 2018, jumlah pengguna rokok elektronik berusia 20-24 tahun di Indonesia sebanyak 7,0% (4). GATS (*Global Adult Tobacco Survey*) tahun 2021 melalui Kemenkes menyatakan adanya kenaikan prevalensi pengguna rokok elektronik hingga 10 kali lipat sejak tahun 2011 (15).

Sejauh ini, peraturan mengenai iklan rokok di ruang terbuka diatur dalam Peraturan Walikota Semarang No 29A Tahun 2014 mengenai periklanan rokok di Kawasan Tanpa Rokok (KTR), tetapi tidak untuk semua tempat (16).

Kota Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah yang memiliki populasi yang cukup besar dan menjad pusat Pendidikan serta ekonomi, hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia untuk mengenyam pendidikan perguruan tinggi di Kota Semarang. Ini menjadikan Semarang sebagai lokasi yang menarik untuk penjualan rokok elektrik, terutama karena demografi kaum muda sangat menarik (17).

Banyak pilihan perguruan tinggi negeri di Semarang. Beberapa di antaranya adalah Universitas Negeri Semarang dan Universitas Diponegoro. Begitu juga perguruan tinggi swasta, Kota Semarang pun memiliki perguruan tinggi swasta berakreditasi seperti Universitas Dian

Nuswantoro dan Universitas Sultan Agung. Berdasarkan PDDIKTI, Universitas Diponegoro berada di peringkat teratas perguruan tinggi negeri dengan mahasiswa terbanyak yaitu berjumlah 666.024 mahasiswa dan Universitas Dian Nuswantoro berada pada urutan kedua perguruan tinggi swasta dengan mahasiswa sebanyak 17.834 mahasiswa (18).

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, daerah sekitar Universitas Dian Nuswantoro dan Universitas Diponegoro banyak terdapat papan reklame ataupun billboard yang menayangkan iklan rokok elektronik. Selain itu ditemukan juga banyak retail-retail rokok elektronik.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian terkait hubungan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka terhadap niat dan perilaku merokok pada mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro dan Universitas Diponegoro.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut : “Bagaimana dorongan niat dan perilaku merokok mahasiswa Kota Semarang setelah melihat paparan iklan rokok di ruang terbuka?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian, yaitu :

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik yang ditampilkan di ruang terbuka terhadap dorongan dalam menentukan niat dan perilaku untuk merokok elektronik pada mahasiswa di Kota Semarang.

## 2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan hubungan paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka, niat dan perilaku merokok elektronik pada mahasiswa di Kota Semarang.
- b. Mendeskripsikan paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka di Kota Semarang.
- c. Mendeskripsikan niat merokok elektronik pada mahasiswa di Kota Semarang.
- d. Mendeskripsikan perilaku merokok elektronik pada mahasiswa di Kota Semarang.
- e. Menganalisis hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka dengan niat merokok elektronik mahasiswa di Kota Semarang.
- f. Menganalisis hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka dengan perilaku merokok elektronik mahasiswa di Kota Semarang.
- g. Menganalisis hubungan antara niat merokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Sebagai acuan untuk memahami dan memperkuat teori-teori yang relevan dalam merancang penelitian dengan topik yang terkait .

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian dapat diimplementasikan untuk pengambilan keputusan di berbagai sektor serta mengatasi permasalahan tertentu.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Dapat membantu mengasah kemampuan menyusun penelitian, meliputi merancang metodologi, menganalisis, pengumpulan data dan menjadi dasar publikasi ilmiah.

4. Manfaat Bagi Mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian dapat menjadi penambah wawasan dan menjadi referensi pada penelitian terkait.

5. Manfaat Bagi Institusi

Sebagai sumber data yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan, pengembangan dan perbaikan materi pembelajaran yang terkait.

## E. Keaslian Penelitian

Tabel 1.1. Keaslian Penelitian

No	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Pada Wanita Usia 20-30 Tahun Di Surabaya (R. Novia Fajar, Harlintara) (19).	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara terpaan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada wanita usia 20-30 tahun di Kota Surabaya	<b>Variabel :</b> 1. Bebas : iklan rokok 2. Terikat : perilaku merokok <b>Populasi :</b> Wanita perokok usia 20-30 tahun di Surabaya <b>Sampel :</b> 97 orang	Adanya pengaruh paparan media iklan rokok terhadap perilaku merokok pada wanita yang berusia 20-30 tahun di Kota Surabaya.	Perbedaan tujuan penelitian, variabel, populasi, sampel, desain peneltian, lokasi peneltian, tahun penelitian
2	Perlindungan Konsumen Atas Iklan Produk Rokok Sebagai Upaya Menurunkan Prevalensi Perokok Anak (T. Nabila, S. Muthia) (20).	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia terhadap iklan rokok dan mengenai upaya perlindungan konsumen atas iklan produk rokok dalam upaya menekan prevalensi perokok anak.	<b>Variabel:</b> 1. Bebas: iklan produk rokok 2. Terikat : prevalensi perokok anak <b>Desain Studi :</b> Library Research	Anak-anak masih dapat mengakses iklan rokok yang tersebar di media sosial, khususnya iklan rokok elektrik, sedangkan pengendalian mengenai rokok elektrik belum diatur dalam PP No.109/2012.	Perbedaan tujuan penelitian, variabel, desain peneltian, tahun penelitian
3	Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok Siswa SMA/Sederajat Di Kecamatan Lowokwaru Kota	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara iklan rokok dengan perilaku merokok siswa baik rokok konvensional, elektrik maupun	<b>Variabel :</b> 1. Bebas : iklan rokok 2. Terikat : perilaku merokok <b>Populasi :</b> 17.120 siswa di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang	Iklan rokok bukan satu-satunya factor penyebab perilaku merokok siswa SMA/ sederajat di Kecamatan Lowokwaru.	Perbedaan tujuan penelitian, variabel, populasi, sampel, lokasi peneltian, tahun penelitian

	Malang (N. Nuradela, A. Kurniawan, R. Suci Puspita, W. Eko Wardani, G. Rara Warih) (21).	keduanyadi Kecamatan Lowokwaru.	<b>Sampel</b> : 328 siswa SMAN 07 Malang, SMK Widyagama Malang, MA Muhammadiyah Plus 1 Malang <b>Desain Studi</b> : cross sectional		
4	Prevalensi Pengguna Rokok Elektrik Pada Mahasiswa Dan Faktor Determinan Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaannya (Z. Ariesiela) (22)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prevalensi pengguna dan faktor determinan yang memengaruhi perilaku penggunaan rokok elektrik pada mahasiswa	<b>Variabel</b> : 1. Bebas : usia, jenis kelamin, Tingkat pengetahuan, persepsi, ketersediaan suplai, kondisi ekonmi, dukungan keluarga dan teman 2. Terikat : perilaku penggunaan rokok elektrik <b>Sampel</b> : 410 mahasiswa aktif Unika Atma Jaya <b>Desain Studi</b> : Cross Sectional	Prevalensi mahasiswa pengguna rokok elektrik sebesar 21,7%. Pada penelitian ini faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan rokok elektrik yaitu jenis kelamin, persepsi, suplai rokok elektronik, dukungan keluarga, dan teman.	Perbedaan tujuan penelitian, variabel, populasi, sampel, lokasi peneltian, tahun penelitian
5	Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja Di Daerah Kota Dan Desa Kabupaten Pamekasan (F. Fadhila) (11)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh iklan rokok di Kabupaten Pamekasan, dengan menekankan perbandingan pada daerah kota dan daerah desa di Kabupaten Pamekasan.	<b>Variabel</b> : 3. Bebas : usia, jenis kelamin, Tingkat pengetahuan, persepsi, ketersediaan suplai, kondisi ekonmi, dukungan keluarga dan teman 4. Terikat : perilaku penggunaan rokok elektrik <b>Sampel</b> : 410 mahasiswa aktif Unika Atma Jaya <b>Desain Studi</b> : Cross Sectional	Terdapat pengaruh signifikan antara peran iklan rokok terhadap perilakumerokokremaja di daerah perkotaan. Sementara di daerah pedesaan tidak ditemukan pengaruh antara peran iklan rokok terhadap perilakumerokok remaja	Perbedaan tujuan penelitian, variabel, populasi, sampel, lokasi peneltian, tahun penelitian

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Lingkup Keilmuan**

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada bidang Ilmu Kesehatan Masyarakat yang berhubungan dengan aspek Promosi Kesehatan.

### **2. Lingkup Materi**

Ruang lingkup materi yang akan dibahas yaitu mengenai hubungan paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka dengan dorongan niat dan perilaku merokok elektronik.

### **3. Lingkup Lokasi**

Penelitian dilaksanakan di Universitas di Kota Semarang.

### **4. Lingkup Metode**

Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kuantitatif.

### **5. Lingkup Obyek / Sasaran**

Sasaran penelitian ini yaitu mahasiswa di Kota Semarang.

### **6. Lingkup Waktu**

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Epidemiologi Rokok Elektronik**

###### **a. Definisi Rokok Elektronik**

Menurut UU No. 17 Tahun 2023, “rokok elektronik merupakan tembakau cair, padat, atau lainnya yang berasal dari pengolahan daun tembakau yang diolah dengan cara ekstraksi dan menyesuaikan perkembangan teknologi dan selera konsumen tanpa mengindahkan bahan pengganti atau pembantu dalam proses produksinya, kemudian diasarkan kepada konsumen dalam kemasan eceran dan dikonsumsi dengan cara dipanaskan menggunakan alat pemanas elektronik” (23).

Berdasarkan data dari P2PTM Kemenkes RI, dalam kehidupan sehari-hari rokok elektronik memiliki penyebutan yang berbeda-beda, antara lain *vapour*, *vape*, *electronic cig* (e-cig), *electronic juice* (e-juice), *electronic liquid* (e-liquid), *personal vaporizer* (pv), *electronic cigaro* (e-cigaro), *electrosmoke*, *green cig*, *smart smoke*, *smart cigarette*, *Heated Tobacco Products* (HTP), dan lain-lain (24).

###### **b. Demografi Pengguna Rokok Elektronik**

Data demografi penggunaan rokok elektronik di Indonesia, sebagai berikut :

###### **1) Usia :**

Pengguna rokok elektronik terbanyak di Indonesia yaitu pada kelompok usia 10-18 tahun sebesar 8,5% (8).

2) Jenis Kelamin

Pengguna rokok elektronik terbanyak di Indonesia adalah laki-laki dengan jumlah 5,8% dari 6,2 juta pengguna (7).

3) Tempat Tinggal

Pengguna rokok elektronik terbanyak ditemui di daerah perkotaan yaitu sebesar 4,2% (8).

4) Status Ekonomi

Pengguna rokok elektronik terbanyak di Indonesia berdasarkan status ekonomi yaitu masyarakat dengan status ekonomi teratas dengan persentase sebesar 6,7% (8).

c. Prevalensi Pengguna Rokok Elektronik

Menurut data terbaru Survey Kesehatan Indonesia (SKI) 2023, sekitar 3,2% masyarakat di Indonesia adalah perokok elektronik aktif dan di Jawa Tengah sendiri terdapat 3,3% masyarakat yang merupakan perokok elektronik aktif. Selain itu, populasi perokok muda terus meningkat, yang merupakan masalah besar bagi kesehatan masyarakat, dimana jumlah perokok elektronik kelompok usia 15 tahun dan lebih ada 3,2% (8). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya melakukan upaya

pencegahan dan edukasi bagi generasi muda untuk mengurangi prevalensi perokok di masa depan.

## 2. Kandungan dan Bahaya Rokok Elektronik

### a. Kandungan Rokok Elektronik

Rokok elektronik atau vape, mengandung banyak bahan kimia yang berpotensi membahayakan kesehatan. *National Center of Biotechnology Information* telah mengidentifikasi berbagai macam komponen kimia dalam kartrid, larutan isi ulang, dan aerosol rokok elektronik (25).

Rokok elektronik terdiri dari baterai, alat penyemprot dengan elemen pemanas, dan cartridge. Zat yang terkandung dalam rokok elektrik ini adalah propilen glikol, nikotin, perisa diasetil, zat-zat karsinogenik (26). Beberapa kandungan zat-zat karsinogenik yang dimaksud adalah senyawa karbonil, silikat, TSNA, aldehida, logam, VOC, senyawa fenolik, PAH, dan alkaloid tembakau (25).

### b. Bahaya Rokok Elektronik

Penelitian menunjukkan bahwa inhalasi bahan-bahan diatas dapat menyebabkan gangguan kesehatan, diantaranya adalah :

1. Iritasi paru-paru dan mata, gangguan saluran pernafasan seperti asma, sesak nafas, obstruksi paru (27).
2. Efek kecanduan yang dapat memicu timbulnya depresi, kepala pusing, tubuh gemetar, nafas

terengah-engah, kerusakan paru-paru permanen (27).

3. Penyakit paru obstruktif kronis, kanker paru-paru, penyempitan pembuluh darah, serta kematian (27).

### 3. *Outdoor Tobacco Advertising (OTA)*

*Outdoor Tobacco Advertising (OTA)* merupakan segala bentuk iklan produk tembakau yang dipasang diluar ruangan, seperti billboard, papan reklame serta tempat-tempat umum seperti coffeeshop, dan lain-lain. *Outdoor Tobacco Advertising (OTA)* bertujuan untuk mempromosikan produk tembakau ataupun rokok elektronik kepada semua kalangan masyarakat (28).



Gambar 2.1. *Outdoor Tobacco Advertising (OTA)*

*Outdoor Tobacco Advertising (OTA)* biasanya menggunakan gambar atau desain yang menarik perhatian masyarakat khususnya remaja, gambar yang besar, warna yang kontras, dan juga kata-kata persuasif yang ikut ditampilkan memberi kesan bahwa rokok merupakan hal positif dimata konsumennya.

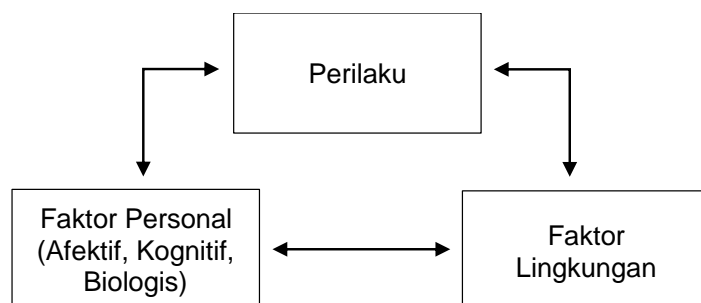
Di banyak negara, iklan rokok elektronik luar ruang telah diatur atau bahkan dilarang untuk mengurangi paparan terhadap masyarakat terutama kelompok rentan seperti remaja. Di Indonesia sendiri, iklan rokok elektronik luar ruang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 (2).

#### 4. Teori Perilaku

Social Cognitive Theory (SCT) merupakan teori perilaku yang ditemukan oleh Albert Bandura pada tahun 1986. Teori ini terdiri dari 3 faktor yaitu faktor lingkungan, faktor kognitif, dan faktor perilaku. Hal ini biasa disebut sebagai konsep determinisme resiprokal (29).

SCT biasa digunakan dalam lingkup kesehatan masyarakat untuk melihat bagaimana individu dapat mencapai, mengontrol, mempertahankan atau mengembangkan perilaku dari waktu ke waktu setelah adanya pengaruh dari lingkungan, pengalaman atau timbal balik akan suatu kejadian yang dapat memengaruhi niat, harapan, maupun ekspektasi individu tersebut (30).

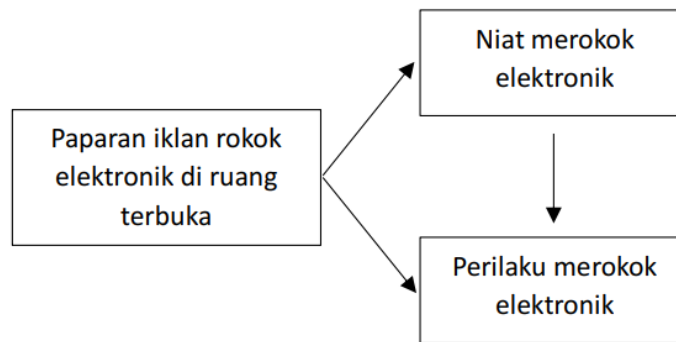
#### B. Kerangka Teori



Gambar 2.2. Kerangka Teori - *Social Cognitive Theory* (SCT)  
Sumber : Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory (29)

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Kerangka Konsep



Gambar 3.1. Kerangka Konsep - *Social Cognitive Theory* (SCT)

### B. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan sementara terhadap suatu permasalahan yang akan di uji kebenarannya melalui penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1.  $H_{a1}$  : Ada hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan dorongan niat merokok elektronik.  
 $H_{o1}$  : Tidak ada hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan dorongan niat merokok elektronik.
2.  $H_{a2}$  : Ada hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik.  
 $H_{o2}$  : Tidak ada hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik.
3.  $H_a$  : Ada hubungan antara niat merokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik.

Ho : Tidak ada hubungan antara niat merokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik.

### **C. Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan adalah penelitian observasional dengan menggunakan desain penelitian *Cross Sectional* untuk melihat hubungan antara beberapa variabel dalam waktu yang bersamaan.

### **D. Variabel dan Definisi Operasional**

#### **1. Variabel**

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **a. Variabel Bebas (*independent*) :**

Pada penelitian hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan niat dan perilaku merokok elektronik, maka variabel bebas adalah paparan konten iklan rokok elektronik.

##### **b. Variabel Terikat (*dependent*) :**

1. Pada penelitian hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan niat merokok elektronik, maka variabel terikat adalah niat merokok elektronik.
2. Pada penelitian hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik dengan perilaku merokok elektronik, maka variabel terikat adalah perilaku merokok elektronik.

## 2. Definisi Operasional

Tabel 3.1. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Skala & Kategori
1	Paparan OTA	Serangkaian pesan tentang rokok elektronik yang ditampilkan atau ditayangkan melalui media di ruang terbuka (seperti billboard, baliho, spanduk, neonbox, tempat-tempat umum) untuk mempengaruhi niat dan perilaku individu	Nominal, data normal dengan kategori : 1. Tinggi $\geq$ mean 2. Rendah $\leq$ mean Data tidak normal dengan kategori : 1. Tinggi $\geq$ median 2. Rendah $\leq$ median
2	Niat Merokok Elektronik	Keinginan individu dalam membuat keputusan akan merokok elektronik atau tidak	Nominal Kategori: 1. Tidak ada niat (semua pertanyaan di jawab pasti tidak) 2. Ada niat (jika ada pertanyaan yang dijawab pasti ya, mungkin ya, mungkin tidak, pasti tidak)
3	Perilaku Merokok Elektronik	Tindakan individu sebagai respon dari niat mengonsumsi rokok elektronik dengan cara dihisap baik mengeluarkan asap maupun tidak, meliputi jenis rokok elektronik, lama durasi merokok elektronik dan kemudian dijadikan kebiasaan	Nominal Kategori : 1. Merokok 2. Tidak merokok

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa program studi Kesehatan dan Non Kesehatan di perguruan tinggi di



Semarang. Perguruan tinggi negeri diambil dari Universitas Diponegoro dengan jumlah mahasiswa menurut data PDDIKTI sebanyak 61.324 mahasiswa dan perguruan tinggi swasta diambil dari Universitas Dian Nuswantoro dengan jumlah mahasiswa sebanyak 13.468 menurut data LLDIKTI.

## 2. Sampel

Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode *Accidental Sampling* dan dihitung menggunakan rumus, dimana pengambilan sampel yang sesuai dengan populasi yang memiliki anggota homogen dan berstrata.

### a Strata

Penelitian ini mengambil sampel dari perguruan tinggi yang dibagi menjadi 2 kategori, yaitu perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta. Kemudian dibagi lagi menjadi dua klster, yaitu fakultas Kesehatan dan fakultas non-Kesehatan. Dimana perguruan tinggi negeri diwakilkan oleh Universitas Diponegoro dan perguruan tinggi swasta diwakilkan oleh Universitas Dian Nuswantoro. Kedua perguruan tinggi ini dipilih sebagai lokasi sampel untuk meningkatkan akurasi pada hasil penelitian.

### b Kriteria Inklusi

1. Bersedia menjadi responden
2. Mahasiswa usia 17 tahun ke atas
3. Mahasiswa aktif pada universitas terpilih

4. Mahasiswa yang berada di semester 1 atau lebih
5. Mahasiswa fakultas Kesehatan maupun non-kesehatan
6. Mahasiswa universitas negeri maupun swasta

c Kriteria Eksklusi

1. Mahasiswa yang tidak menyetujui *Informed Consent*

Besar sampel ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2 \alpha/2 * p(1 - p)N}{d^2(N1) + Z^2 \alpha/2 * p(1 - p)}$$

Keterangan :

n = besar sampel

$Z^2 1 - \alpha/2$  = 1,96 pada  $\alpha$  0,05

P = prevalensi kejadian (dari penelitian terdahulu) (31)

d = presisi ditetapkan (0,05)

N = jumlah populasi

Berdasarkan perhitungan sebagai berikut :

P = 32% (usia 20-24 tahun)

= 0,32

N = 74.792

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,32 (0,68) 74792}{0,05^2 \times 74791 + 1,96^2 \times 0,32 (0,68)}$$

$$n = \frac{62.521}{188}$$

$$n = 332$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 332 sampel. Pembagian proporsi sampel sebagai berikut:

Tabel 3.2. Pembagian Proporsi Sampel

No	Universitas	Kebutuhan Sampel	
		Fakultas Kesehatan	Fakultas Non Kesehatan
1	Universitas Dian Nuswantoro	83	83
2	Universitas Diponegoro	83	83

Sumber : data primer penelitian

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui *Google Forms*.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner online melalui Google Forms. Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel yang diteliti dan disebarakan kepada responden melalui media sosial WhatsApp. Responden yang mengisi kuesioner sudah menyetujui menjadi bagian dalam responden penelitian.

### 3. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari penelitian yang berjudul “Media Literacy untuk Pencegahan Perilaku Merokok pada Anak Praremaja” yang terdapat variabel paparan konten iklan rokok elektronik di ruang terbuka, niat merokok elektronik, dan perilaku merokok elektronik yang dilakukan pada 332 mahasiswa program studi Kesehatan dan Non-Kesehatan di Kota Semarang

Susunan kuesioner penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.3. Susunan Bagian Kuesioner

	Variabel	Sumber
Bagian 1.	Paparan Iklan Rokok Elektronik di Ruang Terbuka (OTA)	Adptasi Nurjanah, 2020
Bagian 2.	Niat Merokok Elektronik	Ford, 2009
Bagian 3.	Perilaku Merokok Elektronik	Nurjanah, 2020

Sumber : Nurjanah, 2020 (32) dan Ford, 2009 (33).

#### 4. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah item pertanyaan kuesioner sebagai instrumen penelitian valid atau tidak valid, dalam kata lain akurat dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya yang nantinya akan mempengaruhi kesimpulan penelitian (34). Uji validitas penelitian ini sudah dilakukan pada penelitian sebelumnya pada bulan Juni 2024.

Kuesioner di uji dengan signifikansi 0,5 yang artinya nilai r tabel yaitu 0,294. Dimana item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan :

1. Valid jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$
2. Tidak valid jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$

Hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Niat

No	Pertanyaan	R Item- Total	Kesimpulan r (df-2=43) =0,294
1.	Jika salah satu sahabat kamu menawarkan rokok, apakah kamu akan menerimanya dan merokok?	.839	Valid
2.	Menurut kamu, apakah kamu akan merokok dalam enam bulan ke depan?	.936	Valid
3.	Menurut kamu, apakah kamu akan merokok dalam lima tahun ke depan?	.642	Valid

Sumber : data primer penelitian

Pada tabel 3.4 diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel niat dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan hasil yang diperoleh dari suatu instrumen pengukuran, dalam penelitian ini, kuesioner (34). Uji reliabilitas penelitian ini sudah dilakukan pada penelitian sebelumnya pada bulan Juni 2024.

Item dikatakan :

1. Reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,6$ .
2. Tidak reliabel jika Cronbach Alpha  $\leq 0,6$ .

Hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Niat	3	.695	Reliabel

Sumber : data primer penelitian

Berdasarkan tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa variabel niat memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,695. Artinya nilai Cronbach Alpha tersebut  $\geq$  nilai r tabel 0,6 sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel.

## **G. Pengolahan Data dan Analisis Data**

### **1. Pengolahan Data**

Pengolahan data bertujuan untuk mempersiapkan data yang sudah dikumpulan agar dapat dianalisis. Langkah-langkah pengolahan data, sebagai berikut :

#### **a. Editing**

Editing adalah proses memeriksa kembali tanggapan yang telah diberikan responden untuk memastikan apakah tanggaan tersebut cukup memadai untuk analisis. Apabila tanggapan responden masih kurang jelas, maka peneliti akan mengirimkan pertanyaan tambahan untuk mendapatkan penjelasan

#### **b. Koding**

Koding adalah proses pemberian kode atau angka pada kuesioner sebagai substansi pengganti pertanyaan untuk memudahkan pengolahan data dalam pengklasifikasian data.

#### **c. Entri Data**

Entri data adalah proses memasukan data ke dalam sistem atau *database* untuk mempermudah pengolahan data dan menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

d. Cleaning Data

Cleaning data adalah proses mendeteksi kesalahan data dan ketidakakuratan data kemudian diperbaiki dan diperharui sesuai dengan kebutuhan data penelitian.

e. Klasifikasi

Klasifikasi adalah proses pengelompokkan data menurut kategori tertentu untuk mempermudah proses analisis data.

f. Tabulasi Data

Tabulasi data adalah proses input data yang sebelumnya sudah dikategorikan dan dikelompokkan kemudian dianalisis dengan melakukan penjumlahan, penyusunan, dalam bentuk tabel, grafik, ataupun diagram yang dilakukan menggunakan software SPSS (35).

2. Analisis Data

a. Analisis Univariat

Analisis univariat adalah salah satu teknik analisis data terhadap satu variabel secara mandiri, tiap variabel dianalisis tanpa dikaitkan dengan variabel lainnya (36).

Analisis univariat menggunakan metode statistik deskriptif untuk menggambarkan parameter dari masing-masing variabel. Parameter tersebut meliputi nilai mean (mean, median, mode), dan nilai dispersi (varians, standar deviasi, range) (34).

b. Analisis Bivariat

Analisis bivariat bertujuan untuk menganalisis dua variabel yang saling berkaitan, yaitu variabel *dependent* dan variabel *independent* (34). Analisis bivariat dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara paparan konten iklan rokok elektronik diruang terbuka dengan niat dan perilaku merokok elektronik mahasiswa di Kota Semarang. Analisis yang digunakan yaitu pengujian statistic *Chi Square* untuk menguji hipotesis adanya hubungan antara variabel *dependent* dan variabel *independent* dengan  $\alpha = 0,05$ . Dengan analisis sebagai berikut :

1.  $p \text{ value} < \alpha$  maka ada hubungan antara variabel *dependent* dan variabel *independent*.
2.  $p \text{ value} > \alpha$  maka tidak ada hubungan antara variabel *dependent* dan variabel *independent*.



## DAFTAR PUSTAKA

1. Kemenkes. Kemenkes. 2022. Bahaya dan Efek Paparan Rokok pada Anak dan Remaja. Available from:  
[https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/1336/bahaya-dan-efek-pajanan-rokok-pada-anak-dan-remaja](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1336/bahaya-dan-efek-pajanan-rokok-pada-anak-dan-remaja)
2. Pemerintah Pusat. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. 2024;(226975):656. Available from:  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/294077/pp-no-28-tahun-2024>
3. Rokom. Sehat Negeriku Kemenkes. 2024. Perokok Aktif di Indonesia Tembus 70 Juta Orang, Mayoritas Anak Muda. Available from:  
<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20240529/1545605/perokok-aktif-di-indonesia-tembus-70-juta-orang-mayoritas-anak-muda/>
4. Balitbangkes. Laporan Riskesdas 2018 Nasional.pdf [Internet]. Lembaga Penerbit Balitbangkes. 2018. p. hal 156. Available from:  
<https://repository.badankebijakan.kemkes.go.id/id/eprint/3514/1/Laporan-Riskesdas-2018-Nasional.pdf>
5. WHO. World Helth Organization. 2023. Tobacco. Available from:  
<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>
6. World Population Review. World Population Review. 2024. Smoking Rates by Country 2024. Available from:  
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/smoking-rates-by-country>
7. World Health Organization. Gats|Global Adult Tobacco Survey Fact Sheet

- Indonesia 2021 Gats Objectives. Fact Sheet Indones. 2021;1–2.
8. Indonesian Ministry Of Health Development Policy Board. Indonesian Health Survey (Survei Kesehatan Indonesia) 2023. Ministry of Health. 2023.
  9. Kurniawan Tanuwihardja R, Susanto AD. Rokok Elektronik (Electronic Cigarette). J Respir Indo. 2012;32(1):53–61.
  10. RAHMAWATI D. STUDI KUALITATIF PERSEPSI REMAJA TERHADAP IKLAN ROKOK ELEKTRONIK DI SOSIAL MEDIA. 2024;1–23. Available from: <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/46775/>
  11. FADHILA F, Widati S, Fatah M. Perbandingan Pengaruh Iklan Rokok terhadap Perilaku Merokok Remaja di Daerah Kota dan Desa Kabupaten Pamekasan. Med Technol Public Heal J. 2022;5(2):198–208.
  12. Ratih, S. P., Kuroidah, A., Tunggadewi, A. P., Wisesa, A. M., Puspitasari ST&, Kusuma D. ACCESSIBILITY TO CIGARETTES IN URBAN AND SUBURBAN AREAS OF MALANG, INDONESIA. 2023;34:51–79. Available from: <http://openaccess.city.ac.uk/1189/>
  13. Munir M. Gambaran Perilaku Merokok Pada Remaja Laki-Laki. J Kesehat. 2019;12(2):112.
  14. Damang SA, Syakur R, Andriani R. Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Di Smp Negeri 7 Langgudu Kabupaten Bima. J Komunitas Kesehat Masy. 2019;1(1):32–9.
  15. Wirajaya K, Farmani PI, Laksmi PA. Determinants of Electric Cigarette (Vape) Use by Adolescents In Indonesia. J Kesehat komunitas (Journal

community Heal. 2024;10(2):237–45.

16. Semarang A. Walik01,a semarang. 2014.
17. Handayani E, Prabamurti PN, Handayani N. Perilaku Merokok Elektrik Pada Komunitas Trustsquad Semarang. Media Kesehat Masy Indones. 2023;22(1):46–53.
18. Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) [Internet]. 2024. Available from: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/perguruan-tinggi>
19. Novia Fajar Rahmawati, Harlintara. PENGARUH IKLAN ROKOK TERHADAP PERILAKUMEROKOK PADA WANITA USIA 20-30 TAHUN DI SURABAYA. 2022;1(1):111–22.
20. Nabila T, Sakti, Muthia. Perlindungan Konsumen atas Iklan Produk Rokok sebagai upaya menurunkan Prevalensi Perokok Anak. J Interpret Huk. 2023;4(2):367–76.
21. Nuradela N, Kurniawan A, Ratih SP, Wardani HE, Gayatri RW. Hubungan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok Siswa SMA/ sederajat di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Sport Sci Heal. 2023;5(6):674–85.
22. Arieselia Z, Hananta L, Amelia M, Mariska F, Dolorosa Halilintar V, Santosa M, et al. Prevalensi Pengguna Rokok Elektrik Pada Mahasiswa Dan Faktor Determinan Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaannya Prevalence of E-Cigarette Users Students and Determinant Factors Affecting Their Use Behavior. Damianus J Med. 2023;22(2):136.
23. Presiden RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan. Undang-Undang 2023 p. 1–300.

24. P2PTM Kemenkes. P2PTM Kemenkes RI. p. 2020 Apa itu Rokok Elektronik? Available from: <https://p2ptm.kemkes.go.id/infographic-p2ptm/penyakit-paru-kronik/page/6/apa-itu-rokok-elektronik-yuk-simak>
25. National Center of Biotechnology Information. National Institutes of Health. Toksikologi Kandungan Rokok Elektrik. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK507184/>
26. Humaiya S. UNIMALNEWS. 2020. Yuk, Kenali Kandungan Rokok Elektrik (Vape) Yang Berbahaya Bagi Tubuh. Available from: <https://news.unimal.ac.id/index/single/1289/yuk-kenali-kandungan-rokok-elektrik-vape-yang-berbahaya-bagi-tubuh>
27. P2PTM Kemenkes RI [Internet]. 2018. Apa bahaya rokok elektronik? Available from: <https://p2ptm.kemkes.go.id/infographic-p2ptm/penyakit-paru-kronik/apa-bahaya-rokok-elektronik>
28. Megatsari H, Ridlo IA, Kusuma D. High visibility of outdoor tobacco advertisements around health facilities in East Java, Indonesia: A geospatial analysis. *Med J Indones* [Internet]. 2021;30(2):170–4. Available from: <http://dx.doi.org/10.13181/mji.bc.204177>
29. Nabavi RT. Bandura ' s Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory. *Theor Dev Psychol Title* [Internet]. 2023;(January 2012):24. Available from: [https://www.researchgate.net/profile/Nuha-Taher/publication/356129244\\_Bandura's\\_Social\\_Learning\\_Theory\\_Social\\_Cognitive\\_Learning\\_Theory\\_by\\_Razieh\\_Tadayon\\_Nabavi\\_Translation\\_By\\_Nuha\\_hamid\\_taher/links/618cec2f3068c54fa5cdd986/Banduras-Social-Learning-Theory](https://www.researchgate.net/profile/Nuha-Taher/publication/356129244_Bandura's_Social_Learning_Theory_Social_Cognitive_Learning_Theory_by_Razieh_Tadayon_Nabavi_Translation_By_Nuha_hamid_taher/links/618cec2f3068c54fa5cdd986/Banduras-Social-Learning-Theory)

30. Wayne W. LaMorte, MD, PhD M. Boston University School of Public Health. 2022. The Social Cognitive Theory. Available from: <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/behavioralchangetheories5.html>
31. Wulan WR, Kusuma D, Nurjanah N, Aprianti A, Ahsan A. Is Exposure to Social Media Advertising and Promotion Associated with E-cigarette Use? Evidence from Indonesia. *Asian Pacific J Cancer Prev.* 2022;23(4):1257–62.
32. Peneliti T, Skm N, Sutomo R, Tetradewi F, Chang PW. KUESIONER MEDIA LITERASI. 2020;
33. Ford KH, Diamond PM, Kelder SH, Sterling KL, McAlister AL. Validation of Scales Measuring Attitudes, Self-Efficacy, and Intention Related to Smoking Among Middle School Students. *Psychol Addict Behav.* 2009;23(2):271–8.
34. Sarwono AE, Handayani A. Metode Kuantitatif. *Metode Kuantitatif.* 2021. 82 p.
35. Saputro WN. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Bintang Mitra Cahaya Surabaya. 2020;39–52.
36. Sukma Senjaya, Aat Sriati, Indra Maulana, Kurniawan K. Dukungan Keluarga Pada Odha Yang Sudah Open Status Di Kabupaten Garut. *J Cakrawala Ilm.* 2022;2(3):1003–10.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Instrumen Penelitian

#### INSTRUMEN PENELITIAN

Nama	
Usia	
Universitas	1. Universitas Dian Nuswantoro 2. Universitas Diponegoro
Program Studi	1. Non-Kesehatan (sebutkan) 2. Kesehatan
Semester	
Jenis Kelamin	1. Laki-Laki 2. Perempuan
<b>Bagian 1. Paparan Iklan Rokok Elektronik di Ruang Terbuka (OTA)</b>	
1. Apakah kamu pernah melihat iklan rokok elektronik di ruang terbuka?	1. Pernah 2. Tidak Pernah (tidak perlu menjawab pertanyaan berikutnya)
2. Jika pernah melihat iklan rokok elektronik, apa isi iklan rokok tersebut? (boleh isi lebih dari satu)	1. Gambar produk rokok elektronik 2. Desain iklan rokok elektronik 3. Warna 4. <i>Typography</i> 5. Keuntungan produk rokok elektronik 6. <i>Wording</i> ( <i>claim</i> dan deskripsi produk rokok elektronik)
<b>Seberapa sering kamu melihat atau mendengar iklan rokok elektronik di media-media ruang terbuka berikut ini:</b>	
1. Baliho/billboard (biasanya di pinggir jalan dengan ukuran besar)	1. Selalu, (7 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di baliho/billboard) 2. Sering, (4-6 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di baliho/billboard) 3. Jarang, (1-3 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di baliho/billboard) 4. Tidak pernah
2. Spanduk (biasanya di depan warung atau di pinggir jalan, memanjang)	1. Selalu, (7 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di spanduk) 2. Sering, (4-6 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di spanduk) 3. Jarang, (1-3 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di spanduk) 4. Tidak pernah
3. Neonbox (biasanya di pinggir jalan/depan toko, menyala di malam hari)	1. Selalu, (7 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di neonbox) 2. Sering, (4-6 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di neonbox) 3. Jarang, (1-3 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di neonbox) 4. Tidak pernah

4. Tempat penjualan (biasanya di toko/ indomaret/ Alfamart/ supermarket/ Coffeeshop)	1. Selalu, (7 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di toko/indomaret/ alfamart/supermarket/ Coffeeshop) 2. Sering, (4-6 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di toko/indomaret/ alfamart/supermarket/ Coffeeshop) 3. Jarang, (1-3 hari dalam seminggu melihat iklan rokok di toko/indomaret/ alfamart/supermarket/ Coffeeshop) 4. Tidak pernah
<b>Bagian 2. Niat Merokok Elektronik</b>	
1. Jika salah satu sahabat kamu menawarkan rokok, apakah kamu akan menerimanya dan merokok?	1. Pasti ya 2. Mungkin ya 3. Mungkin tidak 4. Pasti tidak
2. Menurut kamu, apakah kamu akan merokok dalam enam bulan ke depan?	1. Pasti ya 2. Mungkin ya 3. Mungkin tidak 4. Pasti tidak
3. Menurut kamu, apakah kamu akan merokok dalam lima tahun ke depan?	1. Pasti ya 2. Mungkin ya 3. Mungkin tidak 4. Pasti tidak
<b>Bagian 3. Perilaku Merokok Elektronik</b>	
1. Apakah kamu merokok elektronik?	1. Ya 2. Tidak
2. Apakah sampai sekarang kamu masih menggunakan rokok elektronik?	3. Ya 4. Tidak
3. Alasan pertama kali merokok elektronik? (boleh lebih dari 1 jawaban)	1. Diajak teman 2. Penasaran ingin mencoba 3. Stress / depresi 4. Pengaruh keluarga 5. Melihat iklan rokok elektronik diruang terbuka 6. Melihat iklan rokok elektronik di media sosial 7. Beralih dari rokok konvensional
4. Dimana kamu membeli rokok elektronik?	1. Toko Online 2. Minimarket 3. Vapestore
5. Berapa durasi kamu merokok elektronik dalam sehari? (secara keseluruhan dalam sehari)	1. 1-2 jam 2. 3-4 jam 3. 5-6 jam 4. Lebih dari 6 jam

<p>6. Berapa lama kamu menggunakan rokok elektronik?</p>	<p>1. Kurang dari 1 tahun  2. 1-2 tahun  3. 3-4 tahun  4. Lebih dari 4 tahun</p>
--	--