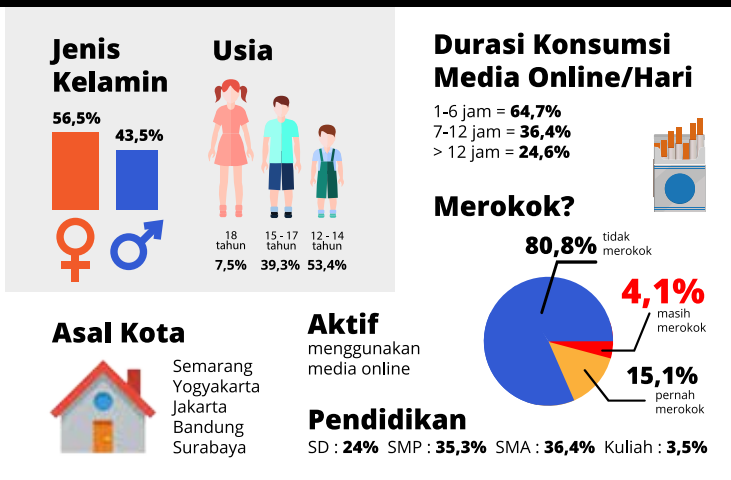


PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK DI MEDIA ONLINE TERHADAP SIKAP MEROKOK REMAJA

Peneliti : Dr. Lestari Nurhajati, M.Si., Kiki Soewarso, dan Xenia Angelica Wijayanto, SH., M.Si.
 Design infographic © Xenia Angelica Wijayanto

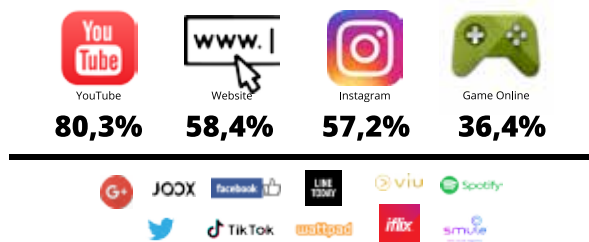
KARAKTERISTIK RESPONDEN



KONSUMSI MEDIA ONLINE PER HARI



TERPAAN IKLAN ROKOK DI MEDIA ONLINE



TERPAAN IKLAN ROKOK DAN SIKAP MEROKOK REMAJA

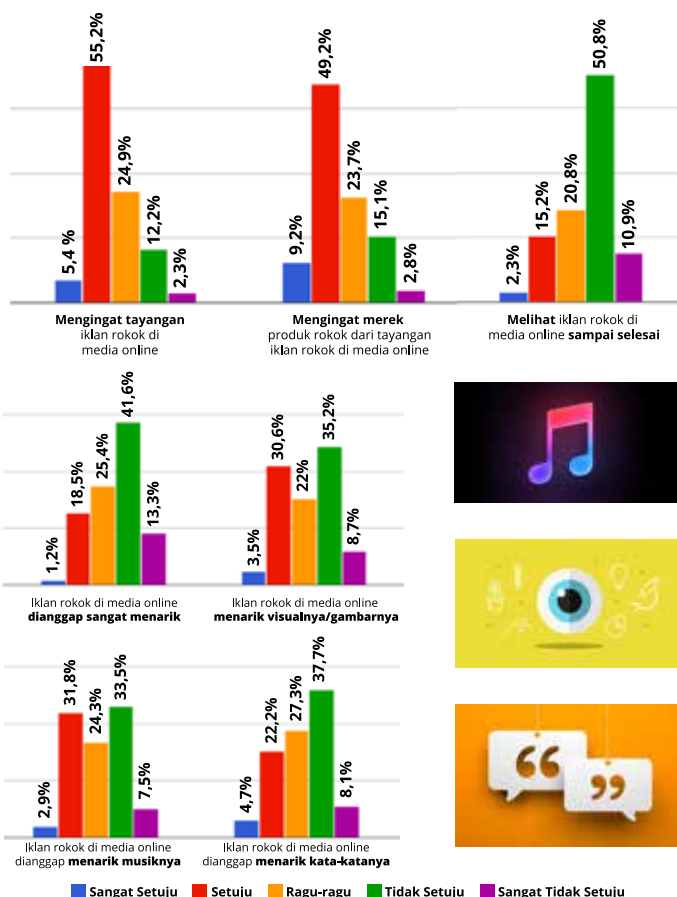
Hubungan

Terdapat hubungan yang **signifikan** antara terpaan iklan rokok di media online dengan sikap merokok remaja, dengan kekuatan hubungan yang terhitung sebesar **0,564**.

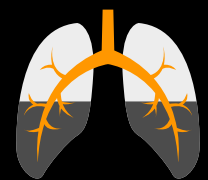
Pengaruh

Terpaan iklan rokok di media online memiliki pengaruh yang **signifikan** terhadap sikap merokok remaja di Indonesia dengan kekuatan pengaruh sebesar **31,8%**.

TERPAAN MEDIA ONLINE DAN IKLAN ROKOK



TREND PERILAKU REMAJA ATAS IKLAN ROKOK DI MEDIA ONLINE

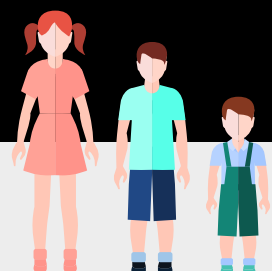


100%

remaja yang merokok akan tetap merokok setelah melihat iklan rokok di media online

10%

remaja memiliki kecenderungan untuk merokok setelah melihat iklan rokok di media online



SIKAP REMAJA ATAS IKLAN ROKOK DI MEDIA ONLINE

57,8%

remaja menyadari isi iklan rokok, bahkan **8,7%** remaja sangat menyadarinya.

3 dari 4 remaja mengetahui iklan rokok di media online

47%

remaja mengatakan bahwa iklan rokok sangat kreatif

44,5%

remaja mengetahui pesan yang ada pada iklan rokok

11%

remaja tertarik pada iklan rokok

59%

remaja mengetahui tujuan iklan rokok

Kagum dengan

iklan rokok **14,5%**

bintang iklan **9,2%**

penampilan bintang iklan **16,8%**

12,1%

Cenderung menikmati tayangan iklan rokok

