

Paparan Iklan Rokok dan Perilaku Merokok Remaja di SKMN 5 Makassar: Implikasi Efektivitas Kebijakan Pengendalian Tembakau

Cigarette Advertising Exposure & Adolescent Smoking Behavior at SMKN 5 Makassar: Implications for the Effectiveness of Tobacco Control Policies

Rizky Chaeraty Syam^{1*}, Dia Mangenda², Putri Pratiwi³, Alfina Riyanti Haris⁴

^{1,2,4}Departemen Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin,

³Departemen Biostatistik/KKB, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin

*Korespondensi:

Jl. Perintis Kemerdekaan KM.10, Makassar 90245, Indonesia,

Telp: : 085255214388, Email: chaeratysyamrizky@gmail.com

Abstract

Background: Adolescent smoking remains a significant public health concern. Despite the existence of tobacco control policies, exposure to cigarette advertising particularly through digital media remains high, indicating weaknesses in policy implementation. **Aims:** This study aimed to analyze the relationship between cigarette advertising exposure and adolescent smoking behavior and to examine its implications for the effectiveness of tobacco control policies among students of SMKN 5 Makassar. **Methods:** This study used a quantitative design with a cross-sectional approach. A total of 255 students were selected using proportional random sampling techniques. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using the Chi-Square test with a 95% confidence level. **Results:** The findings showed that nearly half of the respondents engaged in smoking behavior. Exposure to cigarette advertising was relatively high, particularly through digital media and the physical environment. Bivariate analysis indicated a significant relationship between cigarette advertising exposure and adolescent smoking behavior, where easier access to cigarette advertisements was associated with a higher likelihood of smoking. **Conclusion:** Cigarette advertising exposure is an important determinant of adolescent smoking behavior and reflects weaknesses in the implementation of tobacco control policies. Strengthening regulations and policy enforcement, particularly in digital media and public spaces, is a strategic step to improve the effectiveness of tobacco control among adolescents.

Keywords: *adolescent smoking behavior, cigarette advertising, tobacco control policy, digital media, policy implementation*

Abstrak

Latar Belakang: Perilaku merokok pada remaja masih menjadi masalah kesehatan masyarakat yang signifikan. Meskipun telah terdapat kebijakan pengendalian tembakau, paparan iklan rokok terutama melalui media digital masih tinggi, yang mengindikasikan adanya kelemahan dalam implementasi kebijakan. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok remaja serta mengkaji implikasinya terhadap efektivitas kebijakan pengendalian tembakau pada siswa SMKN 5 Makassar. **Metode:** Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Sampel sebanyak 255 siswa dipilih menggunakan teknik *proportional random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan uji Chi-Square dengan tingkat signifikansi 95%. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir setengah responden memiliki perilaku merokok. Paparan iklan rokok ditemukan cukup tinggi terutama melalui media digital dan lingkungan fisik. Analisis bivariat menunjukkan adanya

hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok pada remaja, semakin mudah akses terhadap iklan rokok maka semakin tinggi kecenderungan untuk merokok. **Kesimpulan:** Paparan iklan rokok merupakan determinan penting perilaku merokok remaja sekaligus mencerminkan adanya kelemahan dalam implementasi kebijakan pengendalian tembakau. Penguatan regulasi dan penegakan kebijakan, khususnya pada media digital dan ruang publik, menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas pengendalian tembakau pada remaja.

Kata Kunci: perilaku merokok remaja, iklan rokok, kebijakan pengendalian tembakau, media digital, implementasi kebijakan

PENDAHULUAN

Perilaku merokok pada remaja merupakan salah satu permasalahan kesehatan masyarakat yang masih menjadi perhatian serius di tingkat global maupun nasional. Masa remaja merupakan periode transisi yang ditandai dengan eksplorasi identitas diri dan tingginya rasa ingin tahu, sehingga rentan terhadap pengaruh lingkungan, termasuk paparan media dan iklan. Secara global, prevalensi penggunaan produk tembakau pada remaja masih tergolong tinggi dan menjadi perhatian serius dalam kesehatan masyarakat. Berdasarkan laporan *World Health Organization* tahun 2024, diperkirakan sekitar 10% remaja usia 13–15 tahun di dunia (± 40 juta remaja) menggunakan produk tembakau. Angka ini menunjukkan bahwa satu dari sepuluh remaja secara global telah terpapar atau menggunakan tembakau, yang menandakan tingginya risiko adiksi nikotin sejak usia dini (WHO, 2026).

Lebih lanjut, temuan ini diperkuat oleh studi ilmiah terbaru yang dipublikasikan dalam jurnal tahun 2024–2025, yang menunjukkan bahwa prevalensi penggunaan produk tembakau pada remaja secara global berkisar sekitar 19,1% untuk penggunaan produk tembakau secara umum, dengan variasi antara laki-laki dan perempuan. Studi tersebut menegaskan bahwa remaja laki-laki memiliki prevalensi lebih tinggi dibandingkan perempuan, yang mengindikasikan adanya faktor sosial dan budaya dalam perilaku merokok (Salari *et al.*, 2024). Selain itu, studi Alshahrani (2025) melaporkan bahwa prevalensi penggunaan nikotin pada remaja secara global mencapai sekitar 11,1%, yang mencakup berbagai bentuk produk tembakau dan nikotin modern seperti rokok elektronik. Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi dari rokok konvensional ke produk alternatif, yang justru memperluas paparan nikotin di kalangan remaja.

Jika dilihat pada konteks nasional, dalam Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023, diperkirakan total perokok aktif di Indonesia mencapai 70 juta orang. Apabila dirincikan sekitar 7,4% adalah perokok berusia 10–18 tahun, sementara itu kelompok usia 15–19 tahun memiliki prevalensi tertinggi yaitu mencapai 56,5%. Diikuti kelompok usia 10–14 tahun dengan prevalensi 18,4%. Sehingga data tersebut merepresentasikan bahwa kebiasaan merokok kelompok remaja di usia yang sangat dini ini menjadi perhatian bersama.

Selanjutnya, pada tingkat regional, penelitian terbaru di wilayah Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa perilaku merokok pada remaja masih menjadi masalah kesehatan yang signifikan. Meskipun tidak selalu dinyatakan dalam bentuk prevalensi persentase provinsi secara langsung, berbagai studi jurnal tahun 2024–2025 menegaskan bahwa remaja di Sulawesi Selatan memiliki kecenderungan tinggi untuk

mulai merokok pada usia sekolah menengah, terutama dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial salah satunya seperti paparan media. Hal ini menunjukkan bahwa Sulawesi Selatan termasuk wilayah dengan risiko tinggi dalam perilaku merokok remaja yang memerlukan intervensi berbasis lingkungan dan kebijakan yang lebih kuat (Ismaniar *et al.*, 2024).

Lebih spesifik lagi pada tingkat lokal, secara lebih spesifik di Kota Makassar, penelitian Kanan *et al.* (2025) mempublikasikan bahwa remaja laki-laki mendominasi sebesar 76,6% dibandingkan perempuan 23,4%. Studi ini juga menemukan bahwa kelompok usia 18 tahun merupakan kelompok dengan tingkat perilaku merokok tertinggi, yang mengindikasikan bahwa masa akhir remaja menjadi fase paling rentan dalam pembentukan kebiasaan merokok. Berkaitan dengan tingginya prevalensi perilaku merokok remaja tersebut, salah satu faktor yang berperan penting adalah paparan iklan rokok. Iklan rokok tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan persepsi dan sikap remaja terhadap rokok. Penelitian Nurhalimah *et al.* (2024) menunjukkan bahwa remaja sangat rentan terhadap pengaruh eksternal, termasuk paparan iklan rokok yang agresif dan terus-menerus, sehingga iklan menjadi determinan utama perilaku merokok pada usia remaja.

Selanjutnya, paparan iklan rokok memiliki hubungan yang signifikan dengan peningkatan kecenderungan merokok pada remaja, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor iklan mendominasi dibanding teman sebaya atau orang tua ($OR=4,458$; $p=0,004$). Remaja yang sering melihat iklan rokok cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap rokok dibandingkan yang tidak terpapar, memperkuat hipotesis bahwa iklan rokok berperan sebagai determinan perilaku kesehatan (Pratiwi, 2020). Selain itu, strategi pemasaran dalam iklan rokok dirancang secara persuasif dengan menyorot aspek psikologis dan emosional remaja. Iklan sering menampilkan simbol kebebasan, maskulinitas, dan keberanian yang menarik bagi remaja dalam proses pencarian identitas diri. Penelitian Nurhalimah *et al.* (2024) menunjukkan bahwa konstruksi citra tersebut dapat mempengaruhi sikap dan niat remaja untuk merokok. Dengan demikian, iklan tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga membentuk makna sosial terhadap perilaku merokok.

Di samping itu, perkembangan media digital turut memperluas paparan iklan rokok di kalangan remaja. Saat ini, iklan rokok tidak hanya ditemukan di media konvensional, tetapi juga melalui media sosial yang sangat dekat dengan kehidupan remaja. Penelitian Nayla *et al.* (2025) menunjukkan bahwa paparan iklan rokok elektronik melalui media *online* berpengaruh terhadap niat penggunaan rokok pada generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk iklan modern semakin sulit dikendalikan dan memiliki dampak yang luas.

Lebih lanjut, paparan media sosial sebagai bentuk iklan modern juga terbukti berhubungan dengan perilaku merokok remaja. Studi Soleha (2024) menunjukkan bahwa tingginya penggunaan *platform* digital oleh remaja meningkatkan peluang mereka terpapar konten yang berkaitan dengan rokok. Paparan tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat mempengaruhi sikap dan perilaku merokok remaja. Oleh karena itu, media digital menjadi faktor baru yang memperkuat determinan perilaku merokok.

Namun demikian, upaya pengendalian iklan rokok melalui kebijakan masih menghadapi berbagai tantangan. Studi kebijakan menunjukkan bahwa keberadaan iklan rokok, aksesibilitas produk, serta faktor sosial ekonomi menjadi penyebab utama tingginya konsumsi rokok pada remaja (Prabawati & Nurhidayah, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang ada belum sepenuhnya efektif dalam menekan paparan iklan rokok. Dibutuhkan pendekatan kebijakan yang lebih komprehensif dan kontekstual. Selain itu, lingkungan sekitar sekolah juga menjadi faktor penting dalam paparan iklan rokok pada remaja. Penelitian Putra *et al.* (2024) menunjukkan bahwa masih banyak ditemukan iklan rokok dan penjualan rokok di sekitar sekolah yang mempermudah akses remaja terhadap produk tembakau. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi kebijakan kawasan tanpa rokok belum berjalan optimal. Akibatnya, lingkungan sekolah belum sepenuhnya terlindungi dari pengaruh iklan rokok.

Secara teoritis, hubungan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok remaja dapat dijelaskan melalui *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Albert Bandura. Teori ini menekankan bahwa perilaku individu terbentuk melalui interaksi timbal balik antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku itu sendiri (*reciprocal determinism*). Dalam konteks ini, iklan rokok berperan sebagai stimulus lingkungan yang memberikan model perilaku melalui visualisasi figur, simbol, dan narasi tertentu yang kemudian diamati dan ditiru oleh remaja. Studi Lin *et al.* (2023) menunjukkan bahwa paparan media dan iklan tembakau secara signifikan mempengaruhi *outcome expectations*, sikap, serta niat remaja untuk merokok melalui proses pembelajaran observasional demikian, semakin tinggi intensitas paparan iklan rokok, maka semakin besar kemungkinan remaja menginternalisasi perilaku merokok sebagai sesuatu yang normal dan dapat diterima secara sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara jelas dan terarah, yaitu: apakah terdapat pengaruh paparan iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja pada siswa SMKN 5 Makassar serta apakah faktor media, khususnya media digital, memperkuat hubungan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok pada remaja. Rumusan masalah ini disusun untuk memberikan arah yang jelas dalam mengidentifikasi hubungan kausal maupun asosiasi antara variabel yang diteliti.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh paparan iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja pada siswa SMKN 5 Makassar. Adapun tujuan khusus penelitian ini meliputi: (1) mengidentifikasi tingkat paparan iklan rokok pada remaja, (2) menganalisis gambaran perilaku merokok remaja, (3) menganalisis hubungan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok remaja, serta (4) mengkaji peran media digital sebagai bentuk paparan iklan modern dalam mempengaruhi perilaku merokok remaja. Tujuan-tujuan tersebut dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap faktor determinan perilaku merokok dalam konteks lingkungan remaja.

Lebih lanjut, penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan isu-isu strategis dalam bidang administrasi dan kebijakan kesehatan, khususnya dalam pengendalian konsumsi tembakau pada kelompok usia remaja. Paparan iklan rokok yang masih tinggi mencerminkan adanya celah dalam implementasi kebijakan kesehatan, seperti regulasi iklan, promosi, dan sponsor produk tembakau serta

kebijakan kawasan tanpa rokok. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policy*), khususnya dalam merumuskan strategi pengendalian iklan rokok yang lebih efektif dan kontekstual.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang promosi kesehatan dan ilmu perilaku, terutama dalam memahami mekanisme pengaruh lingkungan media terhadap perilaku kesehatan remaja melalui pendekatan teori seperti *Social Cognitive Theory*. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemangku kebijakan, institusi pendidikan, serta tenaga kesehatan dalam merancang intervensi yang lebih tepat sasaran, baik dalam bentuk edukasi, regulasi, maupun penguatan lingkungan sehat di sekolah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu, tetapi juga pada perbaikan kebijakan dan penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang berorientasi pada pencegahan perilaku merokok pada remaja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*, yaitu pengukuran variabel independen dan dependen dilakukan pada waktu yang bersamaan. Penelitian dilaksanakan di SMKN 5 Makassar pada tahun 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI dan XII yang berjumlah 756 siswa. Sampel penelitian sebanyak 255 responden ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan dipilih dengan *teknik proportional random sampling*, sehingga setiap siswa memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi paparan iklan rokok atau akses terhadap iklan rokok sedangkan variabel dependen adalah perilaku merokok pada siswa. Pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh responden dengan tetap memperhatikan prinsip etika penelitian. Data yang diperoleh kemudian diolah melalui tahap *editing*, *coding*, *entry*, dan *cleaning*.

Analisis data dilakukan secara univariat untuk menggambarkan distribusi frekuensi masing-masing variabel, serta analisis bivariat menggunakan uji Chi-Square dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan tabel hubungan antar variabel untuk memudahkan interpretasi data serta penarikan kesimpulan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel-tabel berikut menampilkan distribusi karakteristik responden serta variabel penelitian, termasuk hasil analisis bivariat dengan menggunakan uji chi-square untuk mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian ini melibatkan 255 siswa sebagai responden yang merupakan kelompok remaja dari siswa SMKN 5 Makassar. Berdasarkan karakteristik responden pada Tabel 1, diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 17 tahun sebanyak 127 siswa (49,8%), kemudian

diikuti oleh usia 16 tahun sebesar 28,2% dan usia 18 tahun sebesar 18,4%. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 82,4%, sementara perempuan sebesar 17,6%. Dari segi tingkat pendidikan, jumlah responden relatif seimbang antara kelas XI (51,8%) dan kelas XII (48,2%).

Apabila ditinjau dari aspek perilaku merokok, terdapat 123 siswa (48,2%) yang memiliki kebiasaan merokok, sedangkan 132 siswa (51,8%) tidak merokok. Proporsi ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari total siswa telah terlibat dalam perilaku merokok, sehingga mengindikasikan adanya masalah kesehatan perilaku yang cukup serius di lingkungan sekolah. Jenis rokok yang digunakan pun beragam, mulai dari rokok putih, rokok elektrik, hingga rokok kretek, bahkan sebagian siswa mengonsumsi lebih dari satu jenis rokok, yang mencerminkan pola penggunaan yang semakin kompleks.

Tabel 1. Distribusi Responden Menurut Karakteristik Responden pada Siswa di SMKN 5 Makassar

Umur (Tahun)	Jumlah	
	n (255)	%
15	2	0,8%
16	72	28,2%
17	127	49,8%
18	47	18,4%
19	5	2,0%
20	2	0,8%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	210	82,4%
Perempuan	45	17,6%
Kelas		
XI	132	51,8%
XII	123	48,2%
Perilaku Merokok		
Merokok	123	48,2%
Tidak Merokok	132	51,8%

Sumber: Data Primer, 2026

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Variabel Independen terhadap Perilaku Merokok siswa SMKN 5 Makassar

Variabel	Kategori	n	%
Akses terhadap Iklan Rokok	Sulit	216	84,7
	Mudah	39	15,3

Sumber: Data Primer, 2026

Tabel 2 menunjukkan distribusi frekuensi responden berdasarkan variabel independen, yaitu akses terhadap iklan rokok pada siswa SMKN 5 Makassar. Berdasarkan hasil analisis, mayoritas responden memiliki akses terhadap iklan rokok dalam kategori sulit, yaitu sebanyak 216 orang (84,7%), sedangkan responden dengan akses mudah hanya sebanyak 39 orang (15,3%). Kategori akses ditentukan berdasarkan total skor paparan iklan rokok dari berbagai sumber, di mana skor <5 dikategorikan sebagai akses sulit dan >5 dikategorikan sebagai akses mudah. Meskipun sebagian besar responden melaporkan pernah melihat iklan rokok, terutama melalui media sosial, mayoritas tetap masuk dalam kategori akses sulit karena memperoleh skor total kurang dari lima. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan iklan rokok masih terjadi di kalangan responden,

namun umumnya hanya berasal dari beberapa saluran tertentu dan tidak terjadi dengan intensitas yang tinggi atau melalui berbagai media secara bersamaan. Dengan demikian, meskipun siswa masih terpapar iklan rokok, tingkat akses terhadap berbagai bentuk iklan rokok secara keseluruhan cenderung rendah.

Tabel 3. Distribusi Responden berdasarkan Uraian Pernyataan Akses terhadap Iklan Rokok pada Siswa di SMKN 5 Makassar

No	Pernyataan	Benar	
		n	%
1	Saya melihat iklan rokok di media sosial maupun media massa	206	80,8
2	Artis Idola saya menjadi Bintang iklan rokok	25	9,8
3	Iklan rokok menarik perhatian saya	34	13,3
4	Iklan rokok menyuruh kaum muda untuk merokok	83	32,5
5	Kegiatan sosial didanai oleh Perusahaan rokok	60	23,5
6	Kegiatan olahraga dan seni disponsori oleh perusahaan rokok	32	12,5
7	Iklan rokok membuat saya ingin mencoba rokok	28	11,0
8	Iklan rokok banyak ditemukan di tempat yang sering saya kunjungi, seperti kafe dan tempat tongkrongan	148	58,0
9	Frekuensi iklan rokok di media cetak dan elektronik lebih sering dibandingkan iklan produk lain	104	40,8
10	Baliho, spanduk besar, dan poster tentang iklan rokok terdapat di pinggir jalan	167	65,5

Sumber: Data Primer, 2026

Hasil penelitian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa akses siswa terhadap iklan rokok di SMKN 5 Makassar tergolong tinggi, terutama melalui media dan lingkungan sekitar. Sebagian besar responden (80,8%) menyatakan pernah melihat iklan rokok di media sosial maupun media massa. Hal ini mengindikasikan bahwa media, khususnya media digital, menjadi saluran utama paparan iklan rokok bagi remaja. Selain itu, keberadaan iklan rokok di ruang publik juga cukup dominan, ditunjukkan oleh 65,5% responden yang melihat baliho, spanduk, dan poster di pinggir jalan, serta 58,0% yang menemukan iklan rokok di tempat yang sering dikunjungi seperti kafe atau tempat tongkrongan. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan iklan tidak hanya terjadi secara *online* tetapi juga secara *offline*, sehingga memperluas jangkauan pengaruhnya terhadap remaja.

Namun demikian, dari aspek daya tarik dan pengaruh langsung terhadap individu, persentasenya relatif lebih rendah. Hanya 13,3% responden yang merasa iklan rokok menarik perhatian, dan 11,0% yang mengaku iklan rokok membuat mereka ingin mencoba merokok. Selain itu, hanya 9,8% yang menyatakan artis idolanya menjadi bintang iklan rokok, yang menunjukkan bahwa penggunaan figur publik mungkin tidak terlalu dominan dalam konteks ini. Meskipun demikian, terdapat 32,5% responden yang beranggapan bahwa iklan rokok menyasar kaum muda, yang mengindikasikan adanya persepsi bahwa iklan tersebut memang ditujukan kepada mereka sebagai target pasar.

Di sisi lain, keterlibatan industri rokok dalam kegiatan sosial, olahraga, dan seni juga cukup terlihat, meskipun tidak dominan. Sebanyak 23,5% responden mengetahui adanya pendanaan kegiatan sosial oleh perusahaan rokok, dan 12,5% mengetahui *sponsorship* pada kegiatan olahraga dan seni. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi tidak hanya dilakukan melalui iklan langsung, tetapi juga melalui pendekatan tidak langsung seperti *sponsorship*.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa tingkat paparan iklan rokok pada siswa cukup tinggi, namun tidak seluruhnya diikuti dengan ketertarikan atau dorongan langsung untuk merokok. Meskipun demikian, tingginya intensitas paparan, baik melalui media maupun lingkungan fisik, berpotensi membentuk persepsi dan normalisasi perilaku merokok di kalangan remaja dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kondisi ini tetap perlu menjadi perhatian dalam upaya pengendalian iklan rokok dan perlindungan remaja dari pengaruh lingkungan yang tidak sehat.

Tabel 4. Hubungan Paparan Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok Pada Siswa di SMKN 5 Makassar

Akses terhadap Iklan Rokok	Perilaku Merokok				Total		p
	Tidak Merokok		Merokok		n	%	
	n	%	n	%			
Sulit	122	56,5	94	43,5	216	100	0,000
Mudah	10	25,6	29	74,4	39	100	
Jumlah	132	51,8	123	48,2	255	100	

Sumber: Data Primer, 2026

Tabel 4 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara akses terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada siswa di SMKN 5 Makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai p sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti secara statistik terdapat hubungan yang bermakna antara kedua variabel tersebut. Jika dilihat dari distribusi data, pada kelompok siswa yang memiliki akses sulit terhadap iklan rokok, sebagian besar tidak merokok yaitu sebanyak 122 siswa (56,5%), sedangkan yang merokok sebanyak 94 siswa (43,5%). Sebaliknya, pada kelompok dengan akses mudah terhadap iklan rokok, proporsi siswa yang merokok jauh lebih tinggi yaitu 29 siswa (74,4%), dibandingkan yang tidak merokok hanya 10 siswa (25,6%).

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah akses remaja terhadap iklan rokok, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk merokok. Sebaliknya, keterbatasan akses terhadap iklan rokok cenderung berasosiasi dengan perilaku tidak merokok. Dengan demikian, akses terhadap iklan rokok dapat dianggap sebagai salah satu faktor risiko yang berperan dalam meningkatkan perilaku merokok pada remaja. Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat bahwa paparan lingkungan berupa iklan rokok memiliki kontribusi dalam membentuk perilaku merokok siswa. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengendalian akses dan paparan iklan rokok, khususnya di lingkungan yang dekat dengan remaja seperti sekolah dan tempat berkumpul, sebagai bagian dari strategi pencegahan perilaku merokok.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku merokok pada remaja masih menjadi fenomena yang signifikan di lingkungan sekolah menengah kejuruan. Temuan bahwa hampir setengah responden telah merokok mengindikasikan bahwa fase remaja merupakan periode yang rentan terhadap adopsi perilaku berisiko. Secara teoritis, kondisi ini dapat dijelaskan melalui *Social Learning Theory* yang menyatakan bahwa perilaku individu terbentuk melalui proses observasi dan imitasi terhadap lingkungan sosialnya. Dalam konteks ini, remaja yang sering terpapar

perilaku merokok, baik dari teman sebaya, keluarga, maupun media, cenderung meniru perilaku tersebut sebagai bentuk adaptasi sosial (Kacmaz & Sekerci, 2026).

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Sinyangwe *et al.* (2026) yang menunjukkan bahwa penggunaan tembakau pada remaja masih menjadi masalah global yang signifikan. Studi epidemiologi terkini melaporkan bahwa prevalensi merokok pada remaja relatif tinggi dan cenderung meningkat seiring bertambahnya usia, yang mencerminkan adanya fase eksploratif dalam perkembangan remaja. Kondisi ini menguatkan bahwa remaja berada pada periode kritis di mana mereka lebih mudah mencoba berbagai perilaku baru, termasuk merokok, sebagai bagian dari proses pencarian identitas dan penyesuaian sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa masa remaja merupakan fase yang sangat menentukan dalam pembentukan perilaku kesehatan jangka panjang.

Selanjutnya jika ditinjau dari aspek sosial, analisis sistematis terhadap faktor sosial dalam perilaku merokok remaja menunjukkan bahwa norma sosial dan konstruksi maskulinitas berperan dalam memperkuat perilaku merokok pada remaja laki-laki, sehingga perilaku ini lebih diterima dalam kelompok laki-laki dan relatif lebih jarang ditemukan pada perempuan (Sari *et al.*, 2025). Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan dominasi responden laki-laki, sekaligus memperkuat bukti empiris bahwa perilaku merokok memang lebih banyak ditemukan pada laki-laki dibandingkan perempuan. Secara sosiokultural, merokok pada laki-laki kerap dikonstruksikan sebagai simbol maskulinitas dan kedewasaan, sehingga cenderung memperoleh legitimasi sosial dalam kelompoknya.

Lebih lanjut, temuan ini diperkuat oleh studi lain yaitu Fikri *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa perokok remaja sekolah didominasi oleh laki-laki. Dalam penelitian tersebut dilaporkan bahwa proporsi remaja laki-laki yang merokok jauh lebih tinggi dibandingkan perempuan, bahwa hampir sepertiga responden laki-laki merupakan perokok aktif, sementara pada kelompok perempuan hanya ditemukan sebagian kecil yang merokok. Hasil ini semakin menegaskan bahwa perbedaan gender merupakan faktor penting dalam memahami perilaku merokok pada remaja, yang dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor individu, sosial, dan budaya.

Di sisi lain jika dilihat dari karakteristik usia, distribusi usia responden yang didominasi oleh usia pertengahan remaja menunjukkan bahwa kelompok ini berada pada fase eksplorasi identitas yang tinggi. Dalam perspektif *Erikson's Psychosocial Development Theory*, masa remaja merupakan tahap perkembangan yang ditandai dengan krisis identitas (*identity vs role confusion*), tahap ini menggambarkan bahwa individu berupaya menemukan jati diri melalui eksplorasi berbagai peran, nilai, dan perilaku. Pada fase ini, remaja cenderung mencoba berbagai pengalaman baru sebagai bagian dari proses pencarian identitas, termasuk perilaku berisiko seperti merokok. Erikson menekankan bahwa periode ini merupakan fase eksplorasi dan eksperimen psikososial yang sangat penting dalam pembentukan identitas individu (Leod, 2025).

Lebih lanjut, proses eksplorasi identitas tidak hanya terjadi pada aspek kognitif, tetapi juga tercermin dalam perilaku nyata sehari-hari. Remaja sering kali mencoba berbagai gaya hidup sebelum mencapai identitas yang stabil. Oleh karena itu, keputusan dan pengalaman yang terjadi pada fase ini, termasuk kebiasaan merokok, berpotensi berkembang menjadi pola perilaku jangka panjang apabila tidak dikontrol

dengan baik. Lingkungan yang permisif terhadap perilaku berisiko juga dapat memperkuat internalisasi perilaku tersebut sebagai bagian dari identitas diri, sehingga meningkatkan kemungkinan terbentuknya ketergantungan terhadap rokok di kemudian hari (Rageliene, 2016).

Beranjak pada faktor lingkungan informasi, meskipun sebagian besar responden dikategorikan memiliki akses yang relatif sulit terhadap iklan rokok, temuan yang lebih rinci justru menunjukkan bahwa paparan iklan tetap tinggi melalui berbagai kanal, terutama media digital dan lingkungan fisik. Kondisi ini mengindikasikan adanya pergeseran pola promosi dari media konvensional ke platform digital yang lebih adaptif, terselubung, dan sulit dikendalikan. Dalam perspektif *Public Health*, fenomena ini mencerminkan tantangan baru dalam pengendalian faktor risiko perilaku merokok, karena paparan tidak lagi terbatas pada media tradisional, melainkan menyebar luas melalui berbagai bentuk komunikasi modern yang lebih personal dan interaktif.

Fenomena ini konsisten dengan temuan global seperti yang dilaporkan oleh Leung *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa paparan iklan produk tembakau pada remaja tetap tinggi melalui berbagai kanal, khususnya media digital, bahkan di negara yang telah menerapkan pembatasan ketat terhadap iklan konvensional. Berdasarkan analisis *Global Youth Tobacco Survey* yang melibatkan lebih dari seratus ribu remaja di berbagai negara, sebagian besar responden dilaporkan masih terpapar promosi tembakau melalui internet dengan tingkat paparan yang konsisten dan signifikan di berbagai wilayah.

Tidak hanya itu dalam konteks nasional, hasil tersebut diperkuat oleh penelitian di Indonesia oleh Astutik *et al.* (2024) yang menemukan bahwa paparan iklan tidak hanya tinggi pada media digital, tetapi juga sangat kuat di lingkungan fisik, seperti di sekitar sekolah dan tempat penjualan rokok. Kepadatan iklan luar ruang serta keberadaan *display* promosi di titik penjualan yang tinggi menyebabkan remaja terekspos secara berulang dalam kehidupan sehari-hari. Situasi ini menunjukkan bahwa remaja pada dasarnya berada dalam lingkungan yang sarat dengan berbagai bentuk promosi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga memperkuat normalisasi perilaku merokok.

Selanjutnya jika ditinjau dari jenis medianya, paparan iklan rokok melalui media sosial menjadi temuan penting yang menunjukkan bahwa remaja saat ini lebih banyak terpapar secara tidak langsung melalui *platform* digital. Hal ini sejalan dengan konsep *Cultivation Theory* yang menyatakan bahwa paparan media yang berulang dapat membentuk persepsi individu terhadap realitas sosial. Iklan rokok yang terus muncul di berbagai media, sebagaimana juga pernah dijelaskan dalam laporan *Tobacco Control Support Centre* Indonesia (2018) yang bertujuan menciptakan kondisi penggunaan tembakau dianggap sebagai sesuatu yang normal, wajar, dan dapat diterima, sehingga perilaku merokok menjadi dinormalisasi dalam kehidupan sehari-hari, terutama pada kelompok remaja.

Menariknya, meskipun tingkat paparan tinggi, tidak semua responden menunjukkan ketertarikan langsung terhadap iklan rokok. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh iklan tidak selalu bersifat langsung, melainkan dapat bersifat laten dan kumulatif. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, perilaku merokok dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol

diri. Iklan rokok mungkin tidak langsung memicu perilaku, tetapi dapat membentuk sikap dan norma yang mendukung perilaku tersebut dalam jangka panjang.

Dalam konteks analisis hubungan antar variabel, hasil analisis bivariat menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara akses terhadap iklan rokok dan perilaku merokok. Temuan ini memperkuat bukti empiris bahwa lingkungan informasi memiliki peran penting dalam membentuk perilaku kesehatan remaja. Dalam kerangka *Ecological Model of Health Behavior*, perilaku individu dipengaruhi oleh berbagai level, mulai dari faktor intrapersonal hingga lingkungan sosial dan media. Dalam konteks ini, iklan rokok merupakan bagian dari faktor lingkungan yang dapat memengaruhi proses pembentukan perilaku, termasuk dalam mendorong adopsi perilaku merokok pada remaja.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian internasional oleh Haijing Ma *et al.* (2024) yang menganalisis data *National Youth Tobacco Survey* di Amerika Serikat periode 2014–2020. Studi ini menunjukkan bahwa paparan iklan rokok elektrik melalui berbagai kanal, seperti internet, televisi, toko ritel, dan media cetak, berhubungan signifikan dengan meningkatnya rasa ingin tahu serta kerentanan (*susceptibility*) terhadap penggunaan rokok pada remaja. Hasil analisis lebih lanjut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat paparan iklan, semakin besar kemungkinan remaja memiliki niat atau kecenderungan untuk merokok.

Selain itu, hasil ini juga konsisten dengan penelitian Efrianti *et al.* (2025) yang juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara paparan media atau iklan dengan perilaku merokok. Selain itu, remaja yang terpapar iklan diketahui memiliki risiko yang jauh lebih tinggi untuk menjadi perokok dibandingkan dengan mereka yang tidak terpapar. Temuan ini semakin menegaskan bahwa akses terhadap iklan merupakan determinan penting dalam pembentukan perilaku merokok pada remaja, baik dalam konteks global maupun nasional.

Lebih lanjut, temuan ini menunjukkan adanya pola hubungan yang jelas terkait dengan perbedaan proporsi perilaku merokok antara kelompok dengan akses mudah dan sulit terhadap iklan rokok menunjukkan adanya gradien risiko yang jelas. Semakin tinggi paparan, semakin besar kemungkinan individu untuk merokok. Hal ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan hubungan *dose-response* antara paparan iklan dan perilaku merokok. Secara ilmiah, kondisi ini mengindikasikan bahwa pengurangan paparan iklan dapat menjadi strategi efektif dalam menurunkan prevalensi merokok pada remaja.

Implikasi dari temuan tersebut, berbagai penelitian menunjukkan bahwa intervensi yang efektif perlu menasar lingkungan media sekaligus faktor perilaku individu. Hal ini penting karena paparan iklan bekerja secara luas dan berulang melalui berbagai kanal. Salah satu intervensi yang didukung oleh studi-studi tingkat global adalah pembatasan dan pelarangan iklan, promosi, dan display rokok. Studi kuasi-eksperimental terbaru menunjukkan bahwa kebijakan seperti pelarangan *billboard* rokok mampu menurunkan prevalensi merokok secara signifikan pada populasi (Stoller, 2026). Selain itu, penelitian Kuijpers *et al.* (2019) juga menegaskan bahwa intervensi berupa pembatasan akses dan paparan termasuk pembatasan *outlet*, pelarangan *display*, dan regulasi penjualan merupakan strategi penting dalam menurunkan eksposur remaja terhadap produk tembakau. Intervensi ini bekerja

dengan cara mengurangi stimulus lingkungan yang memicu normalisasi dan ketertarikan terhadap rokok.

Namun demikian, intervensi tidak hanya berhenti pada kebijakan sebab intervensi berbasis edukasi dan media juga terbukti efektif. Penelitian oleh Karki *et al.* (2025) menunjukkan bahwa program edukasi berbasis remaja (*youth-led intervention*) secara signifikan mampu mengubah sikap dan persepsi remaja terhadap rokok setelah intervensi dilakukan. Program ini memanfaatkan pendekatan sebaya (*peer education*) dan kampanye kesadaran yang relevan dengan kehidupan remaja, sehingga lebih efektif dalam menurunkan penerimaan terhadap perilaku merokok.

Dalam konteks Indonesia, intervensi yang relevan ditunjukkan dalam penelitian Wahid & Setyanto (2025) yang menekankan pentingnya kampanye edukasi kesehatan berbasis media visual (infografis dan kampanye digital) untuk meningkatkan kesadaran remaja terhadap bahaya rokok. Studi ini menunjukkan bahwa paparan iklan rokok yang tinggi, dikombinasikan dengan kurangnya edukasi yang menarik, menjadi faktor pendorong meningkatnya perilaku merokok pada remaja, sehingga intervensi berbasis komunikasi kesehatan yang kreatif dan sesuai dengan karakteristik remaja menjadi sangat diperlukan.

Selain itu, aspek regulasi juga tidak dapat diabaikan, sebagaimana dijelaskan oleh Prabawati & Nurhidayah (2024) juga menegaskan bahwa penguatan regulasi pembatasan iklan dan akses rokok merupakan strategi penting dalam pengendalian perilaku merokok remaja di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor lingkungan, termasuk keberadaan iklan rokok dan kemudahan akses pembelian, berkontribusi terhadap perilaku merokok, sehingga intervensi yang direkomendasikan meliputi pembatasan akses, pengendalian harga, serta regulasi iklan yang lebih ketat.

Hasil penelitian ini tidak hanya menunjukkan adanya hubungan antara paparan iklan rokok dan perilaku merokok remaja, tetapi juga mengindikasikan adanya kesenjangan dalam implementasi kebijakan pengendalian tembakau, khususnya terkait regulasi iklan, promosi, dan sponsor rokok. Meskipun secara normatif Indonesia telah memiliki berbagai kebijakan pembatasan iklan rokok, temuan tingginya paparan iklan baik di media digital maupun lingkungan fisik menunjukkan bahwa implementasi kebijakan tersebut belum berjalan secara optimal di tingkat lokal.

Kondisi ini mencerminkan adanya *policy gap*, yaitu ketidaksesuaian antara regulasi yang telah ditetapkan dengan realitas di lapangan. Sekolah merupakan salah satu area yang diwajibkan menerapkan Kawasan Bebas Rokok (KTR) sebagaimana diatur dalam Peraturan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 188/Menkes/PB/I/2011 dan Nomor 7 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Kawasan Bebas Rokok, dan didukung oleh Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024. Namun, tingginya paparan iklan rokok di sekitar lingkungan sekolah dan ruang publik menunjukkan bahwa tujuan kebijakan untuk melindungi remaja dari pengaruh promosi rokok belum sepenuhnya tercapai. Paparan iklan yang masih tinggi di sekitar lingkungan sekolah dan ruang publik mengindikasikan lemahnya pengawasan serta belum efektifnya mekanisme penegakan kebijakan. Selain itu, pesatnya perkembangan media digital juga menghadirkan tantangan baru yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam kebijakan yang ada, sehingga membuka celah bagi

industri rokok untuk tetap menjangkau remaja melalui strategi promosi yang lebih adaptif dan terselubung.

Secara keseluruhan, kombinasi antara intervensi struktural seperti pembatasan iklan dan penguatan regulasi serta intervensi edukatif berupa kampanye kesehatan berbasis media merupakan pendekatan yang paling efektif dalam menanggulangi dampak paparan iklan terhadap perilaku merokok remaja. Pendekatan ini selaras dengan perspektif *Ecological Model of Health Behavior* yang menekankan bahwa perubahan perilaku tidak hanya ditentukan oleh faktor individu, tetapi juga oleh lingkungan sosial dan media yang membentuknya.

Hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa paparan iklan rokok merupakan determinan penting dalam pembentukan perilaku merokok pada remaja. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih tegas dan komprehensif dalam pengendalian iklan rokok, khususnya pada media digital dan ruang publik yang mudah diakses oleh remaja. Di sisi lain, intervensi berbasis sekolah seperti edukasi kesehatan dan peningkatan literasi media menjadi sangat penting untuk membekali remaja dengan kemampuan berpikir kritis dalam menyaring dan merespons informasi yang mereka terima. Dengan demikian, upaya pencegahan perilaku merokok perlu dilakukan secara holistik, tidak hanya berfokus pada perubahan perilaku individu, tetapi juga melalui penciptaan lingkungan yang lebih sehat dan minim paparan promosi rokok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada siswa SMKN 5 Makassar, dapat disimpulkan bahwa perilaku merokok pada remaja masih merupakan masalah kesehatan yang cukup signifikan, hampir setengah responden telah terlibat dalam perilaku merokok. Paparan iklan rokok pada siswa ditemukan cukup tinggi, terutama melalui media digital dan lingkungan fisik seperti media sosial, ruang publik, serta tempat berkumpul remaja. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Semakin mudah akses terhadap iklan rokok, semakin tinggi kecenderungan siswa untuk merokok. Sebaliknya, keterbatasan akses terhadap iklan rokok berkaitan dengan perilaku tidak merokok. Selain itu, media digital terbukti menjadi salah satu saluran utama paparan iklan rokok yang berpotensi memperkuat pengaruh terhadap perilaku remaja.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa paparan iklan rokok merupakan salah satu determinan penting dalam pembentukan perilaku merokok pada remaja, sehingga pengendalian paparan iklan, khususnya di media digital dan lingkungan sekitar remaja, menjadi faktor kunci dalam upaya pencegahan perilaku merokok. Berdasarkan hasil penelitian, diperlukan penguatan kebijakan dari pemerintah dalam bentuk regulasi yang lebih ketat terkait pembatasan iklan rokok, khususnya pada media digital dan ruang publik yang mudah diakses oleh remaja. Di lingkungan sekolah, perlu dilakukan penguatan program promosi kesehatan melalui edukasi berkelanjutan mengenai bahaya merokok serta peningkatan literasi media agar siswa mampu bersikap kritis terhadap berbagai bentuk paparan iklan rokok. Dari sisi tenaga kesehatan, intervensi edukatif yang inovatif dan sesuai dengan karakteristik remaja,

seperti penggunaan media digital, kampanye kreatif, dan pendekatan sebaya (*peer education*), perlu terus dikembangkan agar pesan kesehatan lebih mudah diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshahrani, N.Z. (2025). Association between exposure to tobacco control measures and current nicotine use among adolescents in Saudi Arabia: Evidence from the 2022 global youth tobacco survey. *Preventive Medicine Reports*, volume 59, 1-6.
- Astutik, E., Megatsari, H., Gandeswari, K., Sebayang, S.K., Nadhiroh, S.R., & Martini, S. (2024). Exposure to outdoor cigarette advertisements and cigarette retailers near Indonesian schools: Density, proximity, and students' self-report of exposure. *Tobacco Prevention & Cessation*, 10(10), 1-9.
- Efrianti, M.S.E., Ridwan.M., Azhary, M.R., & Sari, P. (2026). Hubungan media/iklan terhadap perilaku merokok elektrik pada siswa SMA swasta di kota Jambi tahun 2025. *Jurnal Deli Husada*, 8(2), 1-12.
- Fikri, M.F.A., Alim, J.A., & Putra, Z.H. (2024). Determinan perilaku merokok pada remaja sekolah di Indonesia. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 270-282.
- Ismaniar, N.I., Rahman, A., & Ambas, J. (2024). Upaya penurunan prevalensi merokok pada remaja dengan edukasi kandungan bahaya rokok dan dampak negatif terhadap tubuh. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 62-66.
- Kacmaz, E.E., & Sekerci, Y.G. (2026). Cigarette smoking prevalence and its risk factors, including social anxiety and depression, among adolescents in Turkey: A school-based cross-sectional study. *Journal of Pediatric Nursing*, volume 87, 219-226.
- Kanan, S.D.M.S., Gismin, S.S., & Hayati, S. (2025). Deskripsi perilaku merokok pada remaja di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(2), 497-505.
- Karki, S., Khatri, D., Paudel, S., Chhetri, Y., Shetty, G., Khadka, P., Pandey, P., & Koirala, B. (2025). Effectiveness of Youth-Led awareness and advocacy intervention in shaping adolescents' attitudes toward tobacco products in Nepal: A quasi-experimental study. *Journal of Public Health Research*, 14(3), 1-10.
- Kementerian Kesehatan RI. SKI 2023 Dalam Angka. Jakarta; 2023.
- Kuijpers, T.G., Kunst, A.E., & Willemsen, M.C. (2019). Policies that limit youth access and exposure to tobacco: a scientific neglect of the first stages of the policy process. *BMC Public Health*, 19(825), 1-8.
- Leung, J., Lim, C., McClure-Thomas, C., Foo, S., Sebayang, S., Farassania, G., Fausiah, F., Gartner, C., & Chan, G. C. K. (2023). Adolescent exposure to online advertisements and promotions for tobacco products on the internet a cross-sectional analysis of the global youth tobacco surveys. *Journal of Adolescent Health*, 73(6), 1138-1144.

- Lin, M., Chu, M., Li, X., Ma, H., Fang, Z., Mao, L., Wang, P., Chen, T., & Chiang, Y.C (2023). Factors influencing adolescent experimental and current smoking behaviors based on social cognitive theory: A cross-sectional study in Xiamen. *Frontiers Public Health*, Volume 11, 1-14.
- Ma, H., Noar, S.M., & Ribisi, K.M. (2024). Associations of e-cigarette advertising exposure with curiosity and susceptibility among U.S. adolescents: National Youth Tobacco Surveys, 2014-2020. *Plos One*, 19(9), 1-14.
- McLeod, S. (2025, October 15). *Erik Erikson's stages of psychosexual development*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/erik-erikson.html>
- Nayla, K.K., Fuady, I., & Wibowo, K.A. (2025). Like, share, smoke?: pengaruh paparan iklan rokok elektrik terhadap niat penggunaan rokok mahasiswa Indonesia. *Jurnal Audiens*, 6(3), 482-503.
- Nurhalimah., Putri, F.Y., Haryati, O., & Dinarti. (2024). Pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja. *Journal of Health and Cardiovascular Nursing*, 4(1), 34-41.
- Prabawati, L.P., & Nurhidayah, S. (2023). Problematika rokok di Indonesia: pemetaan masalah dan prediksi kebijakan pengendalian konsumsi rokok kalangan remaja. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 5(1), 68-83).
- Pratiwi, D.P. (2020). Pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja. *Universitas Semarang*, 1-7.
- Putra, I.M.A.P., Kurniati, N.M., & Putri, K.F.A. (2024). Persepsi pedagang rokok sekitar sekolah terhadap kebijakan ritel rokok dan pemasangan iklan rokok di Kabupaten Badung. *Jurnal Kesehatan, Sains, dan Teknologi (JAKASAKTI)*, 3(2), 96-108.
- Rageliene, T. (2016). Links of adolescents identity development and relationship with peers: a systematic literature review. *Journal of The Canadian Academy Of Child and Adolescent Psychiatry*, 25(2), 97-105.
- Salari, N., Rahimi, S., Darvishi, N., Abdolmaleki, A., & Mohammadi, M. (2024). The global prevalence of E-cigarettes in youth: A comprehensive systematic review and meta-analysis/ *Public Health in Practice*, volume 7, 1-7.
- Sari, A.C., Akaputra, R., & Andriyani. (2025). Analisis sistematis faktor sosial dalam perilaku merokok remaja: kajian pada kelompok usia 10-18 tahun. *Calory Journal: Medical Laboratory Journal*, 3(2), 22-32.
- Sinyangwe, J., Ng'ambi, W.F., & Zyambo, C. (2026). Prevalence and predictors of cigarette smoking among school-going adolescents in Africa based on the global youth tobacco survey: 2001-2021. *MedRxiv*, 1-25.

- Soleha, P.A.F. (2024). Hubungan pengetahuan, sikap dan paparan media sosial tiktok terhadap perilaku merokok pada remaja di SMA Negeri 1 Tambelang tahun 2024. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Stoller, A. (2026). Impact of tobacco advertising restrictions in Switzerland: A quasi-experimental study on the effect of billboard bans on smoking. Cornell University, 1-36.
- Wahid, A., & Setyanto, D.W. (2025). Perancangan desain infografis dan kampanye tentang bahaya rokok bagi pelajar tingkat menengah di Indonesia. MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual, 7(1), 107-118.
- World Health Organization. (2026). Prevalence of tobacco and e-cigarette use by young people in the WHO European Region.