

ABSTRAK

Latar Belakang: Indonesia merupakan konsumen rokok terbesar di Asia Tenggara dan menempati posisi tertinggi ketiga di dunia. Kebiasaan merokok di Indonesia mengakibatkan 225 ribu orang meninggal setiap tahunnya. Perilaku merokok dapat diakibatkan dari paparan media sosial. Sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial dan memiliki kemungkinan yang besar untuk melihat informasi mengenai rokok. Informasi yang didapatkan oleh mahasiswa melalui media sosial dapat memengaruhi perilaku merokok pada mahasiswa.

Tujuan Penelitian: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan media sosial dengan perilaku merokok pada mahasiswa.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain observasional yang dilakukan pada 200 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner untuk mengetahui hubungan media sosial dengan perilaku merokok pada mahasiswa. Kuesioner yang dibagikan menggunakan metode *checklist* dan isian singkat yang dibagikan secara daring dengan *googleform*.

Hasil: Sebagian besar mahasiswa (80,5%) tidak merokok dan sebagian besar perokok adalah laki-laki (87,18%). Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa respon aktif pada pesan pro-merokok menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap perilaku merokok ($p < 0,05$). Hasil multivariat menunjukkan bahwa penghasilan dan jenis kelamin merupakan faktor yang kurang kuat dalam memengaruhi perilaku merokok pada mahasiswa.

Kesimpulan: Pesan pro-merokok dengan jenis media sosial tertentu dapat memengaruhi perilaku merokok pada mahasiswa.

Kata kunci: media sosial, perilaku merokok, mahasiswa

ABSTRACT

Background: Indonesia is the largest cigarette consumer in Southeast Asia and the third highest number of smokers in the world. The habit of smoking in Indonesia causes 225,000 people dies each year. Smoking behavior can be caused by social media exposure. Most students use social media and have probability to viewing information about cigarettes. Information from social media can affect smoking behavior in students

Objectives: The aim of this study is to determine the relationship between social media and smoking behavior in college students

Method: This study uses a quantitative method with an observational design conducted on 200 respondents. The instrument used in this study was a questionnaire to determine the relationship between social media and smoking behavior in college students. The questionnaires were distributed using the checklist method and short questions that shared online with googleform.

Result: Most of the college students (80,5%) did not smoking and (87,18%) smokers are male. The bivariate analysis result show that active response of pro-smoking message is have significant relationship with smoking behavior ($p < 0,05$). Multivariate analysis show that income and gender are less dominant factor in influencing smoking behavior in college students.

Conclusion: Pro-smoking message with certain types of social media can influence smoking behavior in students.

Keywords: Social media, smoking behavior, Students