

INTISARI

Latar Belakang : Sebagian besar remaja mulai merokok sebelum usia 18 tahun (WHO, 2015). Sekitar 70-80% remaja di Indonesia terpapar iklan rokok dari berbagai media (Widjarnako, 2014). Kemudahan akses untuk memperoleh rokok turut menjadi faktor penguat perilaku merokok remaja. Indonesia mengatur peredaran dan promosi rokok dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012. Berdasarkan observasi, terdapat pedagang yang melanggar peraturan tersebut. Pelanggaran tersebut dapat dikaji dengan menggunakan *theory of planned behavior*.

Metode : Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*. Terdapat 2 lokasi penelitian, di daerah pertokoan di Kota Yogyakarta. Sampel adalah pedagang yang berjualan 100 meter di sekitar SMP atau SMA di lokasi penelitian. Sebanyak 71 responden diambil secara *totality sampling*. Data diambil dengan menggunakan kuesioner dan wawancara serta observasi.

Hasil : Hasil uji *chi-square* menunjukkan, terdapat hubungan yang bermakna antara : Sikap etika promosi rokok dengan niat (RP: 1,66) dan perilaku (RP: 1,29) menjual rokok kepada anak usia di bawah 18 tahun. Sikap aturan peredaran rokok dengan niat (RP: 2,88) dan perilaku (RP: 1,28) menjual rokok kepada anak usia di bawah 18 tahun. *Subjective norm* aturan peredaran rokok dengan niat (RP: 3,47) dan perilaku (RP: 1,52) menjual rokok kepada anak usia di bawah 18 tahun. *Perceived behavioral control* aturan peredaran rokok dengan niat (RP: 3,67) dan perilaku (RP: 1,49) menjual rokok kepada anak usia di bawah 18 tahun. Hasil uji regresi logistik menunjukkan bahwa *subjective norm* dan *perceived behavioral control* aturan peredaran rokok merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi niat dan perilaku menjual rokok ke anak usia di bawah 18 tahun.

Kesimpulan: Terdapat hubungan yang bermakna antara sikap etika promosi rokok, sikap, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, aturan peredaran rokok dengan niat dan perilaku menjual rokok ke anak usia di bawah 18 tahun.

Kata Kunci : rokok, *theory of planned behavior*, sikap, *subjective norm*

ABSTRACT

Background : Most of adolescence started consuming cigarette in age below ten years old. As much as 70-80% Indonesian adolescence face cigarette advertisement through some medias (Widjarnako, 2014). Beside, cigarette factor, acces to reach cigarette also support adolescences behavior on consuming the cigarette. Indonesian government has regulation related to cigarette promotion in *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012*. Such violations can be assessed with the Theory of planned behavior.

Method : This study was observational with cross sectional. There were two research sites, in the shopping center of Yogyakarta. Samples were sellers who sell cigarette about 100 meters from junior or high school sites. The total of 71 sample were taken by totality sampling method.

Results : The results of chi-square test showed a significant relationship between: Attitudes about the ethical promotion of cigarettes with the intention (RP: 1.66) and behavior of seling cigarettes to children under 18 years old (RP: 1.29). attitudes about the rules of distribution of cigarettes with the intention (RP: 2.88, CI 1.68 to 5.07) and behavior of selling cigarettes to children under 18 years old (RP: 1.28), Subjective norm of the rules of distribution of cigarettes (RP: 3.47) and behavior of (RP: 1.52) selling cigarettes to children under 18 years old. perceived behavioral control of the rules of cigarettes distribution (RP: 3.67) and behavior of selling of cigarettes to children under 18 years old (RP: 1.49). Logistic regression results showed that subjective norm, and perceived behavioral control of the rules of cig arettes distribution were the most dominant variables affecting the intention and behavior of selling cigarettes to children under 18 years old.

Conclusion : There were significant correlation between attitudes about tobacco promotional ethics, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, about the rules of cigarettes distribution with the intentions and behavior of the selling cigarettes to children under 18 years old.

Keywords : smoking, theory of planned behavior, attitude, subjective norm