

ABSTRAK

DAMPAK IKLAN PERINGATAN MEROKOK TERHADAP PECANDU ROKOK USIA 45 – 50 TAHUN DI LINGKUNGAN VI KELURAHAN PANGKALAN MANSYUR KECAMATAN MEDAN JOHOR KOTA MEDAN

OLEH:
LUTHFI FIRJATULLAH
NPM : 71190612004

Penelitian ini adalah meneliti perilaku merokok khususnya di dalam penelitian ini adalah perokok usia 45-50 tahun, apakah telah menerima informasi mengenai bahaya-bahaya rokok yang sudah tercantum dalam gambar seram peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok dengan visualisasi yang lebih ekstrem dengan tujuan untuk lebih meyakinkan kesadaran masyarakat khususnya perokok aktif terhadap bahaya merokok yang dapat membahayakan kehidupan mereka. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tentang komponen AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*) manakah yang paling mempengaruhi iklan bahaya merokok terhadap perilaku merokok usia 45-50 tahun pasca pemberlakuan gambar seram peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok, dengan judul penelitian Pengaruh Iklan Bahaya Merokok terhadap Perilaku Merokok di Lingkungan VI Kelurahan Pangkalan Mansyur Kecamatan Medan Johor Kota Medan. Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap dampak iklan peringatan merokok terhadap pecandu rokok usia 45-50 tahun di lingkungan VI, kelurahan Pangkalan Mansyur, Kecamatan Medan Johor. Tidak banyak dari informan yang memperhatikan gambar kemasan rokok tersebut. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pencantuman gambar kemasan rokok terhadap minat beli. Pecandu rokok usia 45-50 tahun di lingkungan VI, Kelurahan Pangkalan Mansyur memutuskan untuk tetap membeli rokok, walaupun sudah ada gambar peringatan pada kemasan rokok tersebut.

Kata Kunci : *Iklan Rokok, Perilaku merokok, Pengaruh Iklan*

ABSTRACT

THE IMPACT OF SMOKING WARNING ADVERTISING ON CIGARETTE ADDITIVES AGED 45 – 50 YEARS IN NEIGHBOURHOOD VI, OF PANGKALAN MANSYUR SUB-DISTRICT, MEDAN JOHOR DISTRICT, MEDAN CITY

BY:
LUTHFI FIRJATULLAH
NPM : 71190612004

*This research is to examine smoking behavior, especially in this study are smokers aged 45-50 years, have they received information about the dangers of cigarettes that are already listed in scary pictures warning of the dangers of smoking on cigarette packs with more extreme visualization with the aim of being more convincing public awareness, especially active smokers, of the dangers of smoking which can endanger their lives. In this study the aim was to find out which of the AIDCA components (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) had the most influence on the dangers of smoking advertisements on smoking behavior aged 45-50 years after the implementation of scary pictures warning of the dangers of smoking on cigarette packs, with the research title *The Influence of Smoking Danger Ads on Smoking Behavior in Neighbourhood VI, Pangkalan Mansyur Village, Medan Johor District, Medan City*. Descriptive method with a qualitative approach. Based on the results of data analysis that has been carried out on the impact of smoking warning advertisements on cigarette addicts aged 45-50 years in neighborhood VI, Pangkalan Mansyur Village, Medan Johor District. Not many of the informants paid attention to the picture of the cigarette packaging. There is no significant effect between the inclusion of cigarette packaging images on purchase intention. Cigarette addicts aged 45-50 years in neighborhood VI, Pangkalan Mansyur Village decided to keep buying cigarettes, even though there was a warning picture on the cigarette packaging.*

Keywords: *Cigarette Advertising, Smoking Behavior, Advertising Influence*