

## ABSTRAK

Adam Ardi Wicaksana 2023. Peran Iklan Rokok Di Televisi Terhadap Prilaku Membeli Kepada Remaja Di Desa Kademangan Kecamatan / Kabupaten Bondowoso. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Suyono, S.H.M.I.Kom.

**Kata kunci** : Peran iklan rokok, terhadap perilaku pembeli

Iklan merupakan suatu hal yang menarik bagi kalangan yang mengkaji komunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media massa, seperti televisi dan surat kabar atau media cetak lainnya, iklan merupakan suatu bentuk promosi yang sangat mempengaruhi konsumen.

Fokus penelitian (1) Bagaimana peran iklan rokok perilaku membeli kepada remaja di Desa Kademangan Kecamatan/Kabupaten Bondowoso? (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli rokok pada remaja di Desa Kademangan Kecamatan/Kabupaten Bondowoso?

Tujuan dari penelitian yaitu : (1) Untuk mengetahui peran iklan rokok perilaku membeli kepada remaja di Desa Kademangan Kecamatan/Kabupaten Bondowoso? (2) Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli rokok pada remaja di Desa Kademangan Kecamatan/Kabupaten Bondowoso?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penentuan informan menggunakan: purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan: data reduction, data display, data verification. Sedangkan keabsahan data menggunakan: Triangulasi.

Hasil penelitian yaitu: Iklan rokok dan jika pernah dimana dan bagaimana bisa informan melihat/mendengar iklan tentang rokok tersebut. Berdasarkan wawancara diketahui bahwa semua informan pernah melihat/mendengar iklan tentang rokok. Kebanyakan dari mereka melihat iklan rokok di tv saat mereka sedang nonton dan melihat papan iklan di jalan - jalan karena biasanya iklan rokok yang ada di jalan mempunyai ukuran yang besar sehingga mudah terlihat. Faktor pemungkin remaja dalam perilaku membeli merokok yaitu iklan rokok yang diketahui melalui TV dan baliho atau papan iklan di jalan. Informan mengatakan bahwa slogan dan model dalam iklan rokok tidak menarik perhatian mereka sehingga mereka tidak peduli dengan iklan rokok Faktor penguat bagi mahasiswi yang merokok yaitu teman sebaya dan keluarga.

## ABSTRACT

Adam Ardi Wicaksana 2023. The Role of Cigarette Advertising on Television on the Buying Behavior of Teenagers in Kademangan Village, Bondowoso District / Regency. Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Jember. Supervisor: Suyono, S.H.M.I.Kom.

**Keywords:** The role of cigarette advertising on buyer behavior

Advertising is an interesting thing for those who study communication. Along with the development of technology and mass media, such as television and newspapers or other print media, advertising is a form of promotion that greatly influences consumers.

Research focus (1) What is the role of cigarette advertising in buying behavior among teenagers in Kademangan Village, Bondowoso District/Regency? (2) Factors that influence cigarette buying behavior among teenagers in Kademangan Village, Bondowoso District/Regency?

The aims of the research are: (1) To determine the role of cigarette advertising in buying behavior among teenagers in Kademangan Village, Bondowoso District/Regency? (2) To find out the factors that influence cigarette buying behavior among teenagers in Kademangan Village, Bondowoso District/Regency?

This research uses a descriptive qualitative approach. Determining informants using: purposive sampling. Data collection techniques used: observation, interviews, and documentation. The data analysis uses: data reduction, data display, data verification. Meanwhile, the validity of the data uses: Triangulation.

The results of the research are: Cigarette advertisements and if so, where and how did the informants see/hear the advertisements about cigarettes. Based on interviews, it was discovered that all informants had seen/heard advertisements about cigarettes. Most of them see cigarette advertisements on TV while they are watching and see billboards on the streets because usually cigarette advertisements on the streets are large so they are easy to see. The enabling factor for teenagers in their smoking buying behavior is cigarette advertisements that are known through TV and billboards or billboards on the street. Informants said that the slogans and models in cigarette advertisements did not attract their attention so they did not care about cigarette advertisements. Reinforcing factors for female students who smoke are their peers and family.