HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TERHADAP FATWA MEROKOK HARAM MELALUI TELEVISI DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DI KELURAHAN KALIDONI SEKOJO PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi

Oleh :
TRI NAVERIA
07053102059

JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2010

S
363.407
Nav
h
c-100627
2010

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TERHADAP FATWA MEROKOK HARAM MELALUI TELEVISI DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DI KELURAHAN KALIDONI SEKOJO PALEMBANG

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi

Oleh :

TRI NAVERIA

07053102059

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2010

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TERHADAP FATWA MEROKOK HARAM MELALUI TELEVISI DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DI KELURAHAN KALIDONI SEKOJO PALEMBANG

SKRIPSI
Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi

SKRIPSI INI DIAJUKAN OLEH :
TRI NAVERIA
07053102059

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Indraiaya, Desember 2009

Pembimbing I
Drs. Tri Agus Susanto, MS
NIP. 195808251982031003

Pembimbing II
Dra. Retna Mahriani, M. Si
NIP. 196012091989122001

HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN TERHADAP FATWA MEROKOK HARAM MELALUI TELEVISI DENGAN PERILAKU MEROKOK REMAJA DI KELURAHAN KALIDONI SEKOJO PALEMBANG

SKRIPSI

Telah Dipertahankan Di Hadapan Dewan Penguji Pada Tanggal 28 Januari 2010, dan Dinyatakan Telah Berhasil

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Drs. Tri Agus Susanto, M. S _____
Ketua

Dra. Hj. Retna Mahriani, M. Si _____
Anggota

Drs. H. Sulaiman Mansyur, L. C _____
Anggota

Merry Yanti, S. Sos, M. A _____
Anggota

Indralaya, Februari 2010
Fakulatas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya
Dekan,

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS SRIWIJAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dra. Dyah Hapsari Nasution, ENH, M. Si
196010021992032001

MOTTO DAN PERSENBAHAN

- *Kalau kamu tidak menyukai sesuatu, ubahlah. Kalau kamu tidak bisa mengubahnya, ubahlah perilaku mu. Jangan Mengeluh !! (Maya Angelou)*
- *Menghilangkan sifat dengki pada diri kita akan membantu kita menuju kesuksesan baik dunia dan akhirat*
- *Lebih banyak kita mencoba, akan mendekatkan kita kepada sukses, meslipun kita akan mengalami banyak kegagalan.*

Kupersembahakan Skripsi ini Kepada :

- *Allah SWT*
- *Ayahanda dan ibunda ku tersayang*
- *My beloved brother*
- *My Lovely*
- *Sahabat-Sahabat ku*
- *Almamter ku*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Hubungan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang". Penelitian ini bertujuan untuk : - mengetahui tingkat pengetahuan remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang mengenai fatwa merokok haram melelui televisi, - mengetahui perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang dan mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang.

Perilaku merokok kini tidak hanya dilakukan oleh orang dewasa saja, fenomena yang berkembang saat ini telah banyak anak-anak dan remaja yang merokok. Banyak faktor yang menyebabkan anak-anak dan remaja merokok sekalipun ada fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengenai status hukum haram dari merokok dengan batasan untuk ibu-ibu hamil, anak-anak / remaja, merokok di tempat umum dan bagi para pengurus MUI tersebut., namun pada kenyataannya tetap saja anak-anak dan remaja saat ini berani untuk merokok.

Penelitian ini dikategorikan penelitian yang bersifat eksplanatif, menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas adalah pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dan variabel terikat adalah perilaku merokok remaja. Unit analisis dalam penelitian ini adalah remaja. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang berusia 15-24 tahun dan berjenis kelamin laki-laki dan yang terpilih berasal dari 3 RT dengan pengambilan secara *random sampling* sehingga jumlah responden sebanyak 38 orang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh sebagai berikut : 1. Pengetahuan remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang terhadap fatwa merokok haram melalui televisi adalah rendah. 2. Perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang adalah tinggi. 3. Terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang. Semaakin rendah pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi maka semakin tinggi perilaku merokok remaja, begitupun sebaliknya.

Besarnya sumbangan variabel pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok sebesar 9,2 %, atau (r^2 sebesar 0,092) sehingga 90,8 % perilaku merokok.

Kata kunci : ***Pengetahuan terhadap fatwa merokok haram, Televisi dan Perilaku Merokok Remaja***

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS SRIWIJAYA UPT PERPUSTAKAAN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan doa kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat serta ridha-Nya jualah kami dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Adapun judul dari penelitian ini adalah Hubungan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah ingin mengetahui hubungan antara pengetahuan fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja.

Penulis juga menyadari proses pembuatan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang telah memberikan arahan dan bantuan yang sangat bermanfaat bagi penulis, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Dyah Hapsari ENH, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
2. Bapak DR. Zulfikri Suleman, MA selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Tri Agus Susanto, MS selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Dra. Hj. Retna Mahriani, M. Si selaku pembimbing II atas arahan, bimbingan dan saran yang diberikan dalam penyusunan skripsi kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, atas bantuannya selama ini.
6. Untuk pegawai perpustakaan pusat UNSRI khususnya ruang skripsi yang telah membantu dan memberikan ijin dalam peminjaman buku yang diperlukan penulis dalam menyelesaikan skrispsi ini.
7. Bapak Yos Sudarso, S. Sos selaku kepala kelurahan kalidoni sekojo Palembang, atas informasi dan bantuan yang diberikan dalam melengkapi data-data dalam penyusunan skripsi.
8. Bapak Syafei Mukti sebagai Ketua RT 18 kelurahan Kalidoni yang telah membantu dalam memberikan informasi kepada penulis serta warga kelurahan Kalidoni khususnya responden yang telah membantu dan dapat bekerjasama dalam memberikan jawaban dan informasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Ayah (Suyatno Umar) dan ibuku (Mardiah) tersayang, kakak (Hasbi Jusuma Leo dan Areif Arianju), adik (Isnin Zaki) serta keponakan-keponakanku atas dukungan dan do'a serta kasih sayang nya kepadaku selama ini.
10. Untuk teman spesial ku Jasril Najamudin yang terus menemani, memberikan semangat dan bantuan serta dukungannya yang luar biasa kepada ku.

11. Teman dekat ku Musdalena, Desi Widya Astuti dan Yanti Aresta, S. Sos, yang telah menemani baik dalam suka maupun duka serta bantuan dan dukungannya kepada ku.
12. Untuk Shofah, syarah (rere), lina, rhya, nurul, desli, hepi, anik, nindy, yuk sherly, lidia, basnah, rani, uwik, atas persahabatan dan kebersamaannya selama ini.
13. Teman-teman seangkatan 2005 Sosiologi dan Administrasi Negara UNSRI yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan persahabatannya.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan konstribusi yang bermanfaat bagi semua orang.

Indralaya, Januari 2010

Tri Naveria

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
No. DAFTAR: 100627
TANGGAL : 18 MAR 2010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
ABSTRAK iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitiaan 8
1.4 Tinjauan Pustaka 9
1.5 Hipotesis 23
1.6 Metode Penelitian
1.6.1. Desain Penelitian 24
1.6.2. Variabel Penelitian 24
1.6.3. Lokasi Penelitian 25
1.6.4. Definisi Konsep 26
1.6.5. Definisi Operasional 27
1.7 Metode Pengumpulan Data
1.7.1. Unit Analisis 28
1.7.2. Populasi 28
1.7.3. Sampel 28
1.7.4. Data dan Sumber Data 29
1.7.5. Teknik Pengumpulan Data 30
1.7.6. Teknik Analisis Data 33
1.7.7. Teknik Pengujian Analisis 34
1.7.8. Teknik Pengujian Hipotesis 35

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN 37

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN
3.1 Bidang Pemerintahan
3.1.1. Umum 52
3.1.2. Kependudukan 53
3.2 Bidang Pembangunan 54

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN
4.1 Deskripsi Data dan Responden 58
4.1.1 Karakteristik Responden 58
4.1.2 Deskripsi jawaban responden tentang pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja 59
4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden Tiap Dimensi 90
4.1.4 Deskripsi jawaban responden mengenai derajat pencapaian

pada tiap variabel 96

4.2 Pengujian Persyaratan Analisis
4.2.1 Pengujian Validitas Instrumen 98
4.2.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen 100
4.2.3 Normalitas Data 102
4.2.4 Pemenuhan Skor Baku 104
4.3. Pengujian Hipotesis 107
4.4 Hasil dan Pembahasan 110

BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan 117
5.2 Saran 118

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional 28
Tabel 2 Jumlah remaja di Kelurahan Kalidoni 29
Tabel 3 Penyebaran responden penelitian 30
Tabel 4 Jumlah penduduk menurut jenis kelamin 54
Tabel 5 Jumlah angkatan kerja (15 tahun keatas) tahun 2009 berdasarkan golongan umur 54
Tabel 6 Jumlah angkatan kerja (15 tahun keatas) tahun 2009 berdasarkan golongan pendidikan 55
Tabel 7 Perangkat kelurahan kalidoni 55
Tabel 8 Jumlah sarana pendidikan kelurahan kalidoni 56
Tabel 9 Jumlah sarana peribadatan kelurahan kalidoni 56
Tabel 10 Jumlah sarana kesehatan kelurahan kalidoni 57
Tabel 11 Keamanan kelurahan 57
Tabel 12 Perekonomian Kelurahan kalidoni 58
Tabel 13 Perumahan kelurahan kalidoni 58
Tabel 14 Frekuensi responden berdasarkan tempat tinggal 59
Tabel 15 Frekuensi responden berdasarkan umur 59
Tabel 16 Frekuensi responden berdasarkan pekerjaan 60
Tabel 17 Distribusi frekuensi Remaja mengetahui fatwa-fatwa yang dikeluarkan MUI termasuk fatwa merokok haram dengan batasan 61
Tabel 18 Distribusi frekuensi fatwa merupakan keputusan para ulama mengenai status hukum suatu masalah yang harus dipatuhi dan dapat dijadikan sebagai patokan dalam bertingkah laku 62
Tabel 19 Distribusi frekuensi fatwa dapat dijadikan sebagai pedoman hidup untuk kebaikan di dunia dan di akhirat 63
Tabel 20 Distribusi frekuensi fatwa merokok haram merupakan hasil keputusan dari seluruh ulama Indonesia (hasil ijtihad) tentang status hukum dari aktivitas merokok dengan batasan 64
Tabel 21 Distribusi frekuensi remaja sudah mengetahui tujuan dikeluarkannya fatwa merokok haram 65
Tabel 22 Distribusi frekuensi dasar dikeluarkannya fatwa merokok haram adalah Al-quran dan As-sunah serta hasil ijtihad ulama Indonesia 66
Tabel 23 Distribusi frekuensi pengetahuan mengenai fatwa merokok haram banyak diperoleh dari media elektronik seperti televisi melalui berita yang ditayangkan 67
Tabel 24 Distribusi frekuensi kebanyakan remaja menonton berita di televisi pada pagi hari 68
Tabel 25 Distribusi frekuensi remaja menonton berita lebih dari 1 kali dalam sehari 68
Tabel 26 Distribusi frekuensi banyak remaja menonton berita hanya 30 menit 69

Tabel 27 Distribusi frekuensi rokok mengandung zat-zat berbahaya yang bersifat adiktif (candu) dan karsinogen (keganasan) 70
Tabel 28 Distribusi frekuensi merokok boleh dilakukan oleh semua orang termasuk anak-anak 71
Tabel 29 Distribusi frekuensi merokok sebaiknya dilakukan pada kondisi-kondisi tertentu 72
Tabel 30 Distribusi frekuensi merokok merupakan symbol kejantanan pria 72
Tabel 31 Distribusi frekuensi merokok dapat pula dijadikan sebagai alat pergaulan 73
Tabel 32 Distribusi frekuensi rokok dapat dijadikan sebagai obat penghilang stress atau sebagai alat penenang 74
Tabel 33 Distribusi frekuensi merokok adalah salah satu carauntuk mengisi waktu luang/senggang 75
Tabel 34 Distribusi frekuensi remaja merokok diawali oleh rasa ingin tahu, penasaran dan coba-coba 76
Tabel 35 Distribusi frekuensi remaja merokok dipengaruhi oleh lingkungan keluarga 77
Tabel 36 Distribusi frekuensi remaja merokok karena melihat orang tuanya (ayah) merokok 78
Tabel 37 Distribusi frekuensi orang tua lebih banyak menentang anaknya untuk merokok daripada mendukung 79
Tabel 38 Distribusi frekuensi orang tua memberikan sanksi/hukuman kepada anaknya yang ketahuan merokok 80
Tabel 39 Distribusi frekuensi merokok dapat juga dipengaruhi oleh teman dan lingkungan pergaulan 81
Tabel 40 Distribusi frekuensi selain keluarga dan teman, merokok juga dipengaruhi oleh media massa (TV) melalui iklan yang ditayangkan 81
Tabel 41 Distribusi frekuensi iklan yang ditayangkan dapat pula mempengaruhi jenis rokok yang dibeli oleh remaja 82
Tabel 42 Distribusi frekuensi jenis/merk rokok yang dibeli merupakan merk terkenal dan popular di masyarakat 83
Tabel 43 Distribusi frekuensi pada umumnya, mereka membeli rokok dengan harga yang terjangkau yang sesuai dengan uang saku 84
Tabel 44 Distribusi frekuensi dalam sehari remaja dapat menghabiskan 1 bungkus rokok 85
Tabel 45 Distribusi frekuensi dalam mendapatkan rokok remaja membeli di toko atau warung terdekat 85
Tabel 46 Distribusi frekuensi selain membeli, remaja juga meminta kepada saudara dan teman-temannya 86
Tabel 47 Distribusi frekuensi uang yang digunakan untuk membeli rokok berasal dari uang saku sendiri 87
Tabel 48 Distribusi frekuensi sekolah merupakan tempat yang cocok untuk merokok bersama teman-teman 87

Tabel 49 Distribusi frekuensi remaja pernah merkok didalam kamar 88
Tabel 50 Distribusi frekuensi bahkan pernah merokok di lingkungan rumah bersama orang tua (ayah), atau saudara 89
Tabel 51 Distribusi frekuensi remaja lebih sering merokok di tempat umum, seperti, di masjid, lapangan, puskesmas, poskamling, dsb 90
Tabel 52 Deskripsi Jawaban pada dimensi kemampuan mengidentifikasi dari fatwa 91
Tabel 53 Deskripsi jawaban pada dimensi sumber pengetahuan 92
Tabel 54 Deskripsi jawaban pada dimensi frekuensi menonton berita 93
Tabel 55 Deskripsi jawaban pada dimensi faktor internal 94
Tabel 56 Deskripsi jawaban pada dimensi faktor eksternal 95
Tabel 57 Deskripsi Jawaban pada dimensi aktivitas merokok 96
Tabel 58 Derajat Pencapaian Variabel Pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi 97
Tabel 59 Derajat Pencapaian Variabel Perilaku merokok Remaja 98
Tabel 60 Korelasi Pernyataan Instrumen Variabel Pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi 101
Tabel 61 Korelasi Pernyataan Instrumen 102
Tabel 62 Pemenuhan Skor Baku Variabel Pengetahuan Terhadap Fatwa Merokok Haram Melalui Televisi 106
Tabel 63 Pemenuhan Skor Baku Variabel Perilaku Merokok Remaja 107

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Rokok dipandang sebagai masalah yang paling mendesak untuk ditangani dan dikurangi. Kerugian yang ditimbulkan rokok sangat banyak bagi kesehatan. Dalam asap rokok terdapat 4.000 zat kimia berbahaya, dua di antaranya adalah nikotin yang bersifat adiktif dan tar yang bersifat karsinogenik (dapat menyebabkan keganasan). Racun dan karsinogen yang timbul akibat pembakaran tembakau dapat memicu terjadinya kanker. Kebiasaan merokok ternyata juga mempunyai keterkaitan dengan penyakit Tuberculosis (TBC). Hal ini juga merupakan masalah yang sangat penting bagi Indonesia yang merupakan penyumbang kasus TBC ketiga terbanyak di dunia dan juga jumlah perokok nomor lima terbesar di dunia (Aditama, 2003 : 28).

Perilaku merokok merupakan perilaku yang masih dapat ditolerir oleh masyarakat. Hal ini dapat disaksikan dalam kehidupan sehari - hari di lingkungan rumah, kantor, angkutan umum, maupun di jalan-jalan dengan mudah didapatkan orang yang sedang merokok. Bahkan bila seseorang sedang merokok, seringkali tidak akan peduli dengan lingkungan di sekitarnya.

Hal yang memprihatinkan adalah jumlah batang rokok yang dibakar setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan usia pertama kali orang merokok yang semakin muda.(http://www.republika.co.id/berita/34058. Hasil download 8 maret 2009)

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS NEGERI MALANG UPT PERPUSTAKAAN

Menurut data dari National Institute on Drug Abuse (NIDA) pada tahun 1991 di Amerika terdapat kecenderungan peningkatan jumlah perokok baru pada kelompok usia 18 sampai 25 tahun, namun jika dilihat dari jumlah batang rokok yang dihisap, kelompok usia dewasa 26 sampai 34 tahun adalah kelompok usia yang terbanyak menghabiskan rokok dalam satu harinya. (http://www.kompas.com/read/xml/. Jumlah perokok muda mengkhawatirkan. Hasil download, 8 maret 2009)

Sementara itu, gencarnya iklan rokok di media massa sering dituding sebagai salah satu penyebab dari terus bertambahnya angka perokok di kalangan masyarakat. Label peringatan merokok telah dikeluarkan oleh pemerintah dan wajib dicantumkan dalam setiap kemasan rokok, namun ironisnya, label peringatan pemerintah pun tidak lagi efektif dalam membendung pertambahan jumlah perokok dari berbagai tingkatan usia. (http://www.liputan6.com/sosbud/2009/1/11. Hasil download 9 maret 2009)

Di sisi lain, pemerintah membatalkan Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang pembatasan kandungan nikotin dan tar dalam rokok kretek, yaitu kadar nikotin sebesar 1,5 miligram dan kadar tar sebesar 20 miligram sebagaimana diatur dalam PP no 81 / 1999 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan. Hal ini membuat tingkat bahaya rokok dan kecenderungan ketagihan dan ketergantungan pada rokok akan semakin tinggi, dan semakin sulitnya seseorang untuk melepaskan dirinya dari ketergantungan terhadap rokok. Makin meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk merokok tidak terlepas dari pengaruh tayangan iklan di media massa. Yang lebih memprihatinkan, iklan-iklan

rokok semakin lihai menjerat konsumen. Tidak jarang, hal-hal positif seperti solidaritas dan keakraban dengan teman diselipkan dan disalahgunakan untuk menanamkan persepsi tentang merokok yang sebenarnya menjerumuskan. Dalam peraturan memang tak boleh ada iklan yang menunjukkan wujud batang rokok. Tetapi perusahaan rokok dan pembuat iklan berupaya agar masuk dalam persepsi masyarakat dengan menggunakan hal-hal positif yang tentunya sangat berpengaruh besar dan menjerumuskan mereka yang menontonnya apalagi kalangan anak-anak remaja dan dewasa muda. Karena pola pikir mereka belum terlalu matang, cenderung labil sehingga masih mudah sekali untuk dipengaruhi. Kemudian muncul adalah persepsi yang makin kuat bahwa merokok dapat memberikan hal yang positif. Menurut Liza Marielly Djaprie M,Si (CH) dalam Kompas, iklan-iklan yang menyalahgunakan hal positif, seperti iklan di televisi yang memakai ilustrasi solidaritas dan keakraban teman. Sehingga iklan rokok tersebut berkesan dengan merokok seakan-akan dapat mengakrabkan, dengan merokok seakan-akan ada norma-norma positif yang terbentuk. Iklan rokok dengan mudah ditemui hampir di setiap tempat di Indonesia. Mulai dari koran, majalah, hingga spanduk-spanduk besar yang ada di jalan-jalan protokol. Bukan hanya itu, ada upaya pemasaran rokok secara tidak langsung seperti sponsor untuk konser musik, acara olahraga atau pemberian sampel rokok gratis Iklan-iklan rokok di dunia termasuk di Indonesia pada umumnya masih menerapkan metode yang disebut subliminal adveritising. Metode ini dilakukan dengan cara mengenalkan individu pada suatu merek rokok sedangkan individunya sendiri tak sadar kalau ia sedang dikenalkan pada rokok

tersebut.(http://www.kompas.com.2008/08/27/1512013/iklan.rokok.kian.menjeru muskan. Hasil download 7 maret 2009).

Fenomena kuatnya pengaruh iklan terhadap perilaku merokok khususnya kalangan remaja juga telah diperlihatkan hasil survey yang dilakukan Koalisi Untuk Indonesia Sehat (KuIS) pada akhir 2007 lalu. Dalam survey terhadap 3040 wanita dengan kelompok usia 13-25, 16-19, dan 20-25 tahun di Jakarta dan Sumatera Barat tampak bahwa hampir 50 persen partisipan mengaku melihat hal-hal yang mempengaruhi keputusan merokok.Tercatat 92 persen remaja putri melihat iklan rokok melalui tayangan televisi, sedangkan 70,63 persen melalui poster. Sebanyak 70 persen wanita muda kerap melihat promosi rokok pada pentas acara musik, olahraga dan kegiatan sosial lainnya. Dari survei juga ditemukan adanya partisipan yang menjadi sasaran promosi yakni menawarkan sample rokok. Ada sekitar 10,22 persen perempuan kelompok usia 13-15 tahun mengaku pernah ditawari rokok gratis. Pada kelompok usia 16-19 tahun, yang ditawari rokok gratis mencapai 14,53 persen. (http://id.shvoong.com/books/new_age/186793. Hasil download 10 maret 2009).

Dari uraian diatas, bahwa iklan rokok disinyalir dapat mempengaruhi seseorang atau remaja untuk merokok karena iklan tersebut dapat memicu seseorang atau remaja untuk meniru dan mengikuti perilaku yang ada dalam iklan rokok tersebut. Hal ini berarti bahwa Industri rokok di Indonesia kini makin menjerat anak-anak dan remaja dan dapat mengancam hak hidup anak. Maka, promosi dan sponsorship rokok harus dilarang. Komnas Perlindungan Anak bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia, untuk segera mengeluarkan fatwa

MUI yang menyatakan jika tembakau atau rokok adalah haram untuk melindungi anak-anak Indonesia dari dampak yang lebih buruk lagi. (http://www.kompas.com/read/xml/komnas.anak.dukung. fatwa.haram.rokok.mui. Hasil download 10 maret 2009)

Ada kecenderungan bahwa para remaja mulai merokok pada saat mereka masih duduk di bangku SMP dan SMU. Menurut Bambang Gumawan berdasarkan data dari Komisi Nasional Perlindungan Anak, bahwa ada sekitar 71,3% remaja di Indonesia yang pernah merokok bahkan ada sekitar 3,8% anak berusia 9 tahun sampai 12 tahun yang sudah menjadi perokok pemula (Aditama, 2008 : 78)

Selain itu, berdasarkan hasil pantauan Komnas Perlindungan Anak, iklan yang disponsori perusahaan rokok telah berada dimana-mana. Iklan itu masuk pada wilayah-wilayah perlintasan yang dilalui oleh anak-anak. Hal ini terpapar dalam hasil penelitian Keterpajanan remaja terhadap iklan dan kegiatan yang disponsori industri rokok, meliputi 99,7 persen remaja melihat iklan rokok di televisi, 87,7 persen remaja melihat iklan rokok di media luar ruang, 76,2 persen remaja melihat iklan rokok di koran dan majalah, 81 persen remaja pernah mengikuti kegiatan yang disponsori industri rokok. (http://forum.kompas.com/fatwa-mui-tentang-rokok-haram.html Hasil download 8 maret 2009)

Dengan demikian, MUI dan komnas Perlindungan Anak membuat MoU (kesepahaman) tentang perlunya tindakan perlindungan bagi anak dari bahaya tembakau atau rokok. Berdasarkan kesepahaman tersebut, MUI

menyatakan jika tembakau / rokok adalah haram dalam Ijtima' (Kongres Nasional MUI). Fatwa merokok haram dengan batasan yaitu haram untuk ibu-ibu hamil, anak-anak/remaja dan merokok ditempat umum serta para pengurus MUI.

Fatwa merokok haram ini dikeluarkan oleh MUI berdasarkan pada kesepakatan bersama dan berlandaskan Al-Quran. Banyak ayat suci Al-Quran yang dijadikan dasar untuk mengharamkan rokok, antara lain :

> Al-Baqoroh 195 mengatakan; "*Dan Janganlah kalian menjatuhkan diri kalian sendiri kedalam kebinasaan* An-Nisaa 29: "*Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian.*"

Kebiasaan merokok yang meningkat menjadi kecanduan rokok yang kemudian menjadi ketergantungan kepada rokok, dalam jangka waktu tertentu betul-betul bisa mati bunuh diri karena merokok.

Dan dari sisi ekonomi,

> Al-Israa'26-27: "*Dan janganlah kalian menghambur hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudaranya syetan .Dan syetan sangat ingkar terhadap Tuhannya.*" Imam
>
> Malik rahimahullah mengatakan: "*Tabdzir itu ialah mengambil harta secara benar untuk dinikmati diluar jalur yang benar. Itulah pemborosan , dan hukumnya haram karena dia difirmankan sebagai saudaranya setan.* "

Aspek sosialnya,

> Al-Quran Al-A'raf : 33 Allah berfirman; "**Katakanlah**: *Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak maupun yang tersembunyi.....* " Di ayat 157 "*Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala sesuatu yang baik dan mengharamkan atas mereka segala sesuatu yang buruk.*"

Imam Hasan Al-Bisri mengatakan bahwa yang dimaksud dengan yang buruk itu adalah segala yang diharamkan dan yang menjijikkan menurut konsep agama, karena setiap yang haram itu menjijikan. Para ahli fiqih juga berpendapat bahwa

setiap yang membahayakan diharamkan untuk dimakan dan diminum. (http://www/nahimunkar.com/?p=225#more-225. Hasil download 8 maret 2008)

Fatwa tentang merokok haram untuk ibu-ibu hamil, anak-anak / remaja, merokok di tempat umum serta haram bagi para pengurus MUI telah banyak diberitakan media massa terutama melalui televisi dan tentunya pemberitaan ini dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan bagi masyarakat. Namun pada kenyataannya masih banyak pelanggaran terhadap fatwa tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh, Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang memiliki jumlah penduduk sebanyak 17.469 orang dan jumlah remaja yang berusia 15-24 tahun 4.779 orang. Kelurahan inipun banyak terdapat fasilitas-fasilitas umum seperti masjid, gedung sekolah, poskamling, puskesmas, lapangan olahraga dan sebagainya. Berdasarkan fatwa merokok haram disebutkan bahwa haram untuk merokok di tempat umum, tapi di kelurahan ini masih banyak terdapat warga yang melakukan aktivitas merokok di tempat umum tersebut dan pada umumnya dilakukan oleh anak-anak / remaja.

Berdasarkan hal diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Hubungan Antara Pengetahuan Terhadap Fatwa Merokok Haram Melalui Televisi Dengan Perilaku Merokok Remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka timbul permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat pengetahuan remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang mengenai fatwa merokok haram melalui televisi?

2. Bagaimana perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang ?
3. Bagaimana hubungan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan upaya mencari jawaban atas rumusan masalah diatas. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat pengetahuan remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang mengenai fatwa merokok haram melalui televisi.
2. Mengetahui perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang
3. Mengetahui hubungan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan atau tambahan informasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.
2. Secara Praktis. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pula sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi kelembagaan dan instansi, baik pemerintah maupun lembaga pemberdayaan dan penanggulangan

berbagai masalah remaja atau pihak-pihak yang terkait dalam masalah tersebut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1. Fatwa merokok Haram

Fatwa secara syariat bermakna, penjelasan hukum syariat atas suatu permasalahan dari permasalahan-permasalahan yang ada, yang didukung oleh dalil yang berasal dari al-Quran, Sunnah Nabawiyyah, dan ijtihad. Kaitan antara hasil ijtihad dan fatwa adalah seorang mujtahid berijtihad untuk menggali hukum syara' atas sesuatu yang tidak secara jelas disebutkan status hukumnya dari Al Quran maupun As Sunnah, kemudian jika masyarakat luas belum dapat memahami hasil ijtihad itu secara sempurna, maka seorang mufti berkewajiban memberikan fatwa untuk menjelaskan perkara tersebut. (Hasan, 1984 : 107).

Fatwa mengharuskan adanya proses istifta', yaitu pengajuan permohonan akan fatwa oleh pemohon (mustafti) secara personal maupun badan hukum kepada juru atau lembaga fatwa.

Kedudukan Fatwa

Karena fatwa merupakan penjelasan hukum syara' atas persoalan tertentu yang tidak semua orang dapat memahaminya, maka kedudukan fatwa menjadi sangat penting (selama masyarakat belum memiliki kemampuan untuk berijtihad). Fatwa merupakan perkara yang sangat urgen bagi manusia, dikarenakan tidak semua orang mampu menggali hukum-hukum syariat.

Metode Penetapan Fatwa

Fatwa merupakan penjelasan hukum syara', maka fatwa tidak dapat ditetapkan secara sembarangan. Penetapan fatwa harus didasarkan pada prinsip-prinsip ijtihad, yakni "*fahm al-nash*" (memahami nash) dan *fahm al-waaqi' al-haaditsah*" (memahami realitas yang terjadi). *Fahmu al-nash* adalah upaya memahami dalil-dalil syariat hingga diketahui *dilalah al-hukm* (penunjukkan hukum) yang terkandung di dalam dalil tersebut. Sedangkan *fahmu al-waaqi' al-haaditsah* adalah upaya mengkaji dan meneliti realitas yang hendak dihukumi agar substansi persoalannya bisa diketahui, serta hukum syariat yang paling sesuai dengan realitas tersebut. Penetapan atau penolakan terhadap fatwa tidak boleh dilakukan berdasarkan asas manfaat atau nafsu seperti dalam kasus fatwa MUI terkait keharaman rokok

Fatwa dari bahasa Arab yang dapat diartikan sebagai sebuah keputusan atau nasihat resmi yang diambil oleh sebuah dewan mufti atau ulama. Penggunaannya dalam kehidupan beragama di indonesia, Fatwa dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia sebagai suatu keputusan tentang persoalan ijtihadiyah yang terjadi di Indonesia, guna dijadikan rujukan hukum bagi umat Islam di Indonesia.

Latar belakang munculnya sebuah Fatwa dikarenakan selalu ada saja kecenderungan umat Islam untuk bertanya kepada seorang ulama tentang status hukum semua hal yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Istilah fatwa tentu mempunyai batasan, sehingga tidak bisa diterapkan kepada semua jenis pendapat. Fatwa biasanya dipakai untuk menyebut sebuah pendapat yang

berkenaan dengan status hukum suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang Muslim. Oleh karena itu, fatwa umumnya dipakai dalam konteks pendapat yang berkenaan dengan hukum Islam atau fiqih. (Ash-shiddiqie, 1975 : 9)

Salah satu masalah yang terjadi di tengah-tengah masyarakat yaitu masalah rokok. Sudah diketahui bahwa merokok berbahaya bagi kesehatan tidak hanya bagi diri sendiri namun juga bagi lingkungan sekitar. Hampir semua perokok mengetahui bahaya dari kebiasaan merokok namun hanya sedikit yang bersedia dan berhasil untuk menghentikan kebiasaannya tersebut. Hasil penelitian dari National Institute on Drug Abuse (NIDA) pada tahun 1991 di Amerika menunjukkan jumlah rokok yang dihisap mengalami peningkatan dan usia pertama kali orang merokok semakin muda. Dari masalah inilah, maka Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa mengenai status hukum dari merokok. Selama ini hukum dari menghisap rokok adalah makruh namun seiring dengan banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan dari merokok maka MUI menetapkan hukum haram untuk menghisap rokok. Dalam merumuskan fatwa merokok haram ini MUI berdasarkan kesepakatan bersama dan berlandaskan Al-qur'an dan Al-Hadist (Sunnah Nabawiyyah). Ayat suci Al-qur'an yang dijadikan dasar untuk mengharamkan rokok yaitu :

Al-Baqoroh 195 mengatakan; "*Dan Janganlah kalian menjatuhkan diri kalian sendiri kedalam kebinasaan* An-Nisaa 29: "*Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian.*"

Dan dari sisi ekonomi,

> Al-Israa'26-27: "*Dan janganlah kalian menghambur hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudaranya syetan .Dan syetan sangat ingkar terhadap Tuhannya.*

Aspek sosialnya,
Al-Quran Al-A'raf : 33 Allah berfirman; "**Katakanlah**: *Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak maupun yang tersembunyi.....*" Di ayat 157 "*Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala sesuatu yang baik dan mengharamkan atas mereka segala sesuatu yang buruk.*"
(http://www/nahimunkar.com/?p=225#more-225. Hasil download 8 maret 2008)

Hasil dari Ijtima' para ulama, Fatwa yang dikeluarkan yaitu Fatwa Merokok Haram dengan batasan untuk ibu-ibu hamil, anak-anak / remaja, merokok ditempat umum dan bagi para pengurus MUI itu sendiri.

1.5.2.Televisi

Pada hakikatnya, media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Akibat dari perkembangan teknologi komunikasi massa televisi maka akan memberikan pengaruh-pengaruh dalam banyak bidang kehidupan, seperti, dalam bidang politk, ekonomi, sosial, budaya, agama dan sebagainya

Menurut Skomis dalam bukunya *"Television and Society : An Incuest and Agenda"* dalam Kuswandi (1999) dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, majalah, surat kabar buku dan sebagainya), televisi tampaknya memiliki sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat politis, bisa pula informatif, hiburan dan pendidikan.

Pendidikan masyarakat yang makin baik, juga diharapkan sebagai penangkal masuknya unsur-unsur negatif dari media televisi (isi acara). Melihat kenyataan banyaknya berbagai acara maka secara langsung, masyarakat telah terpropaganda dengan media televisi. Dari segi kecepatan berita, televisi sudah jauh meninggalkan surat kabar. Jika surat kabar menyiarkan berita yang sudah lewat, maka televisi dapat menayangkan seketika itu juga.

Komunikasi Massa Media Televisi

Komunikasi media massa televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana yaitu televisi. Komunikasi massa media telvisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar.

Perkembangan komunikasi massa media televisi, cukup membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan sistem komunikasi massa internasional, khususnya terhadap sistem komunikasi massa media cetak dan radio. Dalam komunikasi massa media televisi, secara tegas memperlihatkan bahwa dalam setiap pesan yang disampaikan televisi, tentu saja mempunyai tujuan khalayak sasaran serta akan mengakibatkan umpan balik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan akhir dari penyampian pesaan media televisi bisa menghibur, mendidik, kontrol sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi. Pengiriman isi pesan melalui komunikasi massa media telvisi harus benar-benar menguasai sifat-sifat fisik dan massa dari media massa itu sendiri. Dengan memahami sifat medium yang dipakai maka proses komunikasi akan berjalan sengan efisien dan efektif, sehingga kemungkinan pesan itu sampai kepada massa pun akan semakin besar. Dalam menyampaikan isi pesannya, komunikasi massa media televisi memiliki sifat-sifat yaitu publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas dan kontinuitas. Karena sifat komunikasi massa media televisi itu *"transitory"* maka : isi pesan yang akan disampaikan, harus singkat

dan jelas; cara penayampaian kata per kata, harus benar; intonasi suara dan artikulasi harus tepat dan baik. Kesemuanya itu tentu saja menekankan unsur isi pesan yang komunikatif, agar pemirsa dapat mengerti secara tepat tanpa harus menyimpang dari pemberitaan yang sebenarnya (interpretasi berbeda).(Kuswandi, 1999 : 25)

Televisi memberikan pengaruh dan efek yang luar biasa pada penontonnya. Efek media ini memberikan ruang bahasan yang luas dan bermanfaat bagi pengetahuan masyarakat apalagi terhadap proses-proses sosial itu sendiri yang menyangkut individu, kelompok, masyarakat maupun skala dunia. Efek dari media elektronik khususnya televisi memberikan efek pada pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak. Dengan melihat fungsi dan manfaat media massa dalam kehidupan masyarakat, disadari adanya sejumlah efek sosial negatif yang ditimbulkan media massa. Adapun aspek yang merusak seperti berita kriminal, perampokan, kekerasan, pembunuhan dan sebagainya. Sehingga terjadi pergeseran nilai-nilai dan norma, serta rusaknya moral. Maka dari itu media massa dianggap ikut bertanggung jawab atas pergeseran nilai-nilai sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Dari sinilah efek televisi juga ikut membentuk gaya hidup atau *life style* dan lahirnya norma sosial baru di masyarakat terutama masyarakat kosmopolitan, berintelektual, materialistis, modis dan hedonis.

Televisi merupakan saluran informasi yang bersifat mendidik, pesan-pesan yang disampaikan bukan hanya dapat didengar tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang dapat bergerak. Tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi

bisa menghibur, mendidik, kontrol sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi.

1.5.3. Remaja

Remaja berasal dari kata latin *adolescenre* yang artinya tumbuh kearah kematangan. Kematangan disini tidak hanya berarti kematangan fisik, tetapi terutama kematangan sosial-psikologis. Berkaitan dengan hal tersebut maka disamping tanda-tanda seksual yang telah diungkapkan diatas tadi salah satu ciri dari remaja adalah : "perkembangan psikologis dan pada identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa". Dalam hubungan ini, Csikszentimihalyi dan larson (1984:19) menyatakan bahwa remaja adalah "rekonstruksi kesadaran " (Sarlito, 2004 : 8).

Pada tahun 1974, WHO memberikan definisi tentang remaja yang lebih bersifat konseptual. Dalam definisi tersebut dikemkakan 3 kriteria yaitu biologi, psikologis dan sosial ekonomi, sehingga secara lengkap definisi tersebut berbunyi sebagai berikut :

Remaja adalah suatu masa dimana :

1. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
2. Individu mengalami perembangan psikologik dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
3. terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaaan yang relative lebih mandiri (Sarlito, 2004 : 9).

Tidak ada profil remaja Indonesia yang seragam dan berlaku secara nasional. Hal ini berkaitan dengan budaya bangsa Indonesia yang beranekaragam

serta kebiasaan yang berbeda-beda pula diantara masing-masing daerah. Walaupun demikian, sebagai pedoman umum digunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah untuk remaja Indonesia dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

a. Usia 11 tahun adalah usia dimana pada umumya tanda-tanda seksual sekunder mulai nampak (kriteria fisik)
b. Di masyarakat Indonesia, usia 11 tahun suadah dianggap akil baligh, baik menurut adat maupun agama (kriteria sosial)
c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri (*ego identity,* menurut Erik Eriksor) tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual (menurut Freud) dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (Piaget) maupun moral (Kohlberg) (kriteria psikologis)
d. Usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu memberi peluang bagi mereka yang sampai pada batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara adapt/tradisi), belum bisa memberikan pendapatan sendiri dan sebagainya.
e. Dalam definisi diatas, status perkawinan sangat menetukan, karena arti perkawinan masih sangat penting di masyarakat secara menyeluruh (Sarlito, 2004 : 14-15)

Menurut Petro Blos (1962) penganut aliran Psikoanalisis berpendapat bahwa perkembangan pada hakikatnya adalah usaha penyesuaian diri (*copying*), yaitu untuk secara aktif mengatasi stress dan mencari jalan keluar baru dari berbagai masalah. Dalam penyesuaian diri menuju kedewasaan ada 3 tahap perkembangan remaja (Sarlito, 2004 : 24-25) :

1. Remaja awal (*Early Adolescence*)

   Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan itu. Mereka mengambangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis dan mudah terangsang secara erotis

2. Remaja Madya (*Middle Adolescence*)

   Seorang remaja pada tahap ini sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan "*nascitstie*", yaitu mencintai dirinya sendiri, dengan menyukai teman-teman yang punya sifat sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana : peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis dan sebagainya

3. Remaja Akhir (*Late Adolescence*)

   Tahap ini masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian 5 hal, yaitu :

   a. minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek
   b. egonya mencari kesmpatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
   c. terbentuknya identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
   d. egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain).
   e. tumbuh "dinding" yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*).

Jadi, remaja berkembang melalui tahapan tertentu seperti yang telah disebutkan diatas tadi. Dalam perkembangnnya tentu remaja tersebut dipengaruhi oleh lingkungan tempat mereka berada / tinggal dan orang-orang yang berada dalam lingkungan tersebut misalnya ; teman-teman.

1.5.4. Perilaku Merokok

1. Definisi Rokok

Rokok adalah hasil olahan tembakau terbungkus termasuk cerutu atau bentuk lainnya yangdihasilkan dari tanaman Nicotina tabacum, Nicotina rustica dan spesies lainnya atau sintetisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa tambahan (Peraturan Pemerintah tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan).

Merokok adalah suatu kebiasaan mengisap rokok yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa dielakkan lagi bagi orang yang mengalami kecenderungan terhadap rokok

1. Kandungan Rokok

Asap rokok diidentifikasi mengandung 4000 lebih senyawa kimia. Beberapa diantara senyawa tersebut yakni : nikotin, yaitu zat yang dapat mempengaruhi sistem saraf pusat dan menyebabkan ketagihan serta ketergantungan pada pemakainya gas karbonmonoksida (CO), merupakan gas beracun yang biasa dikeluarkan kendaraan bermotor tar, merupakan kumpulan dari beribu-ribu bahan kimia dalam komponen padat asap rokok dan diketahui menjadi penyebab kanker ammonia, merupakan bahan yang digunakan untuk mencuci lantai penghapus cat (acetone) racun semut putih (arsenic) pelarut industri toluene), dll.

a. Batasan Merokok

Menurut kriteria Doll tahun 1976 dikelompokkan menjadi :

1. Perokok : Orang yang telah merokok sedikitnya satu batang sehari selama sekurang-kurangnya satu tahun
2. Bekas perokok : Orang yang pernah merokok sedikitnya satu batang sehari sekurang-kurangnya satu tahun, namun sekarang tidak lagi merokok.
3. Bukan perokok : Orang yang tidak pernah merokok sebanyak satu batang sehari selama satu tahun

b. Jenis Perokok

Berdasarkan pengaruhnya, jenis perokok terbagi atas :

a. Perokok Aktif : Mereka yang telah terbiasa dan nyata mengisap rokok dan menanggung sendiri akibat-akibatnya.
b. Perokok Pasif : Mereka yang sebenarnya tidak merokok namun karena ada orang lain merokok didekatnya maka ia terpaksa harus ikut juga mengisap asap rokok dengan segala akibat-akibatnya.

Sedangkan berdasarkan jumlahnya, Alsagaff menyimpulkan jenis perokok terbagi menjadi :

a. Perokok Ringan : Merokok 1-10 batang/hari, akan meningkatkan resiko kanker lima belas kali lebih besar dibandingkan yang tidak merokok.
b. Perokok Sedang : Merokok 20-30 batang/hari, akan meningkatkan resiko menderita kanker paru 40-50 kali lebih besar dari yang bukan perokok.
c. Perokok Berat :Merokok 40-50 batang/hari, akan meningkatkan resiko menderita kanker paru 70-80 kali lebih besar dari yang bukan perokok.

Ada tiga indikator yang biasanya muncul pada perokok, yaitu aktivitas fisik, aktivitas psikologis, dan intensitas merokok cukup tinggi.

1. Aktivitas Fisik, merupakan perilaku yang ditampakkan individu saat merokok. Perilaku ini berupa keadaan individu berada pada kondisi memegang rokok, menghisap rokok, dan menghembuskan asap rokok.
2. Aktivitas Psikologis, merupakan aktivitas yang muncul bersamaan dengan aktivitas fisik. Aktivitas psikologis berupa asosiasi individu terhadap rokok yang dihisap yang dianggap mampu meningkatkan daya konsentrasi, memperlancar kemampuan pemecahan masalah, meredakan ketegangan, meningkatkan kepercayaan diri dan penghalau kesepian.
3. Intensitas merokok cukup tinggi, yaitu seberapa sering atau seberapa banyak rokok yang dihisap dalam sehari.

Ketiga aktivitas tersebut cenderung muncul secara bersamaan walaupun hanya satu atau dua aktivitas psikologis yang menyertainya.

2. Definisi Perilaku Merokok

Didalam kamus Psikologi disebutkan bahwa perilaku mempunyai empat arti (Chaplin dalam Prabandari, 1994) yaitu :

1. Beberapa respon yang dilakukan organisme
2. Sebagai salah satu respon spesifik dari seluruh pola respon,
3. Suatu kegiatan atau aktifitas
4. Suatu gerakan atau beberapa gerakan yang kompleks

Dari definisi diatas, perilaku merokok merupakan beberapa dilakukan oleh organisme, termasuk perilaku membeli, menghisap dan menghembuskan asap rokok. Dapat pula sebagai salah satu respon spesifik dari seluruh respon, misalnya seorang dewasa merokok karena percaya bahwa dengan merokok akan membantu mengurangi kadar stres yang dialaminya.

Perilaku atau aktivitas yang berlaku pada individu atau organisme tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima

oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal Maupun stimulus internal (Walgito, 1991 : 15).

Perilaku dapat diobservasi (Siegler dalam Prabandari, 1994 : 75) baik langsung seperti tertawa, minum dan sebagainya ataupun tidak langsung seperti pikiran dan perasaan Psikolog membuat asumsi atau teori tentang perasaan, sikap, pikiran, dan proses mental lainnya yang ada dibelakang individu. Lingkungan mental internal dapat dipelajari sebagai manivestasi organisme dalam berperilaku perilaku dilakukan sebagai suatu respon, demikian menurut Chaplin. Respon akan terjadi akibat suatu penyebab atau stimulus. Individu akan melakukan sesuatu karena ada penyebab (Spiegler dalam Prabandari, 1994 : 75). Penyebab perilaku itu antara lain bila seseorang memberi penilaian positif pada perilaku itu dan yakin bahwa orang lain mempunyai arti penting baginya serta menghendakinya untuk melakukan perilaku itu (Azjen dalam Prabandari, 1994 : 101)

1.5.5. Penelitian Yang Relevan

Daniel Horn, Direktur The National Clearing House for Smoking and Health melakukan survei atas 5000 perokok di Amerika untuk mengetahui alasan-alasan mereka merokok. Daniel Horn menemukan bahwa 10 % perilaku merokok dilakukan untuk obat perangsang (stimultant) sedangkan 8 % hanya sekedar untuk iseng-iseng mengepulkan asap, 30-40 % merokok untuk bisa merasa santai, dan 40 - 50 % merokok untuk meringankan kecemasan dan ketegangan. Banyak dari golongan ini yang menjadi pecandu dan perokok berat.

Kemungkinan para remaja telah mulai mencoba merokok pada saat mereka masih duduk di bangku SMP dan SMU. Menurut Bambang Gunawan

berdasarkan data dari Komisi Perlindungan Anak, bahwa saat ini ada sekitar 71,3% remaja di Indonesia yang pernah merokok dan bahkan ada sekitar 3,8% anak berusia 9-12 tahun yang sudah menjadi perokok pemula (Siswanto, 2005 : 93)

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Retna Mahriani, dkk yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi siswa SLTP di Kodya Palembang untuk merokok (1992 : 17), diungkapkan bahwa dari responden yang telah diteliti yaitu siswa SLTP (remaja pria) yang termasuk dalam kategori remaja dan bermukim di kodya Palembang diantaranya melakukan kegiatan merokok sekitar 56,75%. Umumnya mereka telah merokok lebih dari 1 bungkus per hari yaitu sekitar 56,25% dan mereka telah melakukannya lebih dari satu tahun di bangku SD.

Menurut penelitian Lukita Ardiansyah (2007 : 31 - 32), remaja memberikan makna tertentu terhadap perilaku merokok. Mereka menganggap bahwa perilaku merokok sebagai simbol-simbol tertentu yakni sebagai ekspresi kedewasaan, lambang pergaulan dan gaya hidup modern. Masing-masing remaja menginterpretasikan perilaku merokok mereka secara berbeda-beda, tergantung dari motif yang mendasari mereka untuk merokok.

1.6 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empirik. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang kebenarannya akan diuji berdasarkan data yang dikumpulkan. Dengan demikian, hipotesis dalam suatu penelitian merupakan satu langkah lebih maju daripada pertanyaan penelitian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

1. Diduga bahwa tingkat pengetahuan remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang terhadap fatwa merokok haram adalah rendah
2. Diduga bahwa perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni adalah tinggi
3. Diduga bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi dengan perilaku merokok remaja di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Desain Penelitian

Format penelitian yang digunakan yaitu penelitian eksplanasi (*explanatory research*) dengan menggunkan metode kuantitatif. Penelitian eksplanasi ini dimaksudkan untuk menggambarkan dan menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, berupa data-data kuantitatif atau berbentuk angka. Dalam hal ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik infferensial (Burhan Bungin , 2003 : 51)

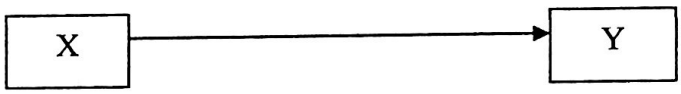
Berdasarkan tempatnya, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian lapangan (*field research*) karena untuk mendapatkan data, peneliti langsung ke lokasi penelitian dengan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Konsep telah dibuat terlebih dahulu oleh peneliti dan data diklasifikasikan sedemikian rupa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei. Dalam pendekatan ini, data yang dikumpulkan dari sampel yang tentu saja harus dapat mewakili populasi. Tujuan pendekatan ini yaitu pengujian hubungan antar dua variabel penelitian.

1.7.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable)*. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi disimbolkan dengan X dan variabel terikatnya adalah perilaku merokok remaja

disimbolkan dengan Y. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Keterangan :

X = Pengetahuan terhadap fatwa merokok haram melalui televisi

Y = Perilaku merokok remaja

1.7.3. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Kelurahan Kalidoni Sekojo Palembang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposive (ditetapkan secara sengaja) dengan pertimbangan :

a. Kelurahan kalidoni memiliki luas daerah 430 ha, dengan jumlah kepala keluarga 3610 kk. Jumlah penduduk di Kelurahan Kalidoni berjumlah 17.457 orang, dengan jumlah pendudk laki-laki sebanyak 8.744 orang dan penduduk perempuan sebanyak 8.725 orang.

b. Remaja di Kelurahan ini cukup banyak yaitu berjumlah 4.779 orang. Remaja laki-laki berjumlah 2.604 orang.

c. Di kelurahan ini banyak terdapat fasilitas-fasilitas umum seperti masjid, gedung sekolah, poskamling, puskesmas, lapangan olahraga, dan sebagainya

1.7.4. Definisi Konsep

a. Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu.
b. Fatwa merupakan jawaban yang diberikan oleh mufti atau lembaga (dewan) fatwa kepada individu atau publik yang mengajukan pertanyaan akan status hukum.
c. Merokok adalah suatu kebiasaan mengisap rokok yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa dielakkan lagi bagi orang yang mengalami kecenderungan terhadap rokok
d. Fatwa Merokok Haram adalah jawaban atau keputusan dari para ulama (ahli hukum islam) mengenai hukum dari aktivitas menghisap rokok dengan batasan
e. Televisi adalah salah satu media komunikasi massa yang dapat mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ke tempat lain,yang bertujuan untuk menghibur, mendidik, kontrol sosial, emnghubungkan atau sebagai bahan informasi.
f. Pengetahuan fatwa merokok haram melalui televisi adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh individu melalui pengamatan indrawi mengenai status hukum dari aktivitas merokok oleh para ulama Indonesia yang biberitahukan melalui teknologi komunikasi massa televisi.
g. Perilaku Merokok adalah aktivitas/kegiatan manusia yang termasuk membeli, menghisap, dan menghembuskan asap rokok yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu.

1.7.5. Definisi Operasional

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu Pengetahuan terhadap fatwa merokok haram dan perilaku merokok remaja. Untuk Lebih jelasnya disajikan dalam tabel 1 :

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Pengetahuan terhadap Fatwa Merokok Haram	1. Kemampuan mengidentifikasi	a. Mengetahui beberapa fatwa-fatwa MUI	1
		b. Mengetahui manfaat dari fatwa	2
		c. Mengetahuai arti dari Fatwa Merokok Haram	1
		d. Mengetahui tujuan dari Fatwa Merokok Haram	1
		e. Mengetahui dasar dari fatwa merokok haram	1
	2. Sumber Pengetahuan	a. Media Elektronik (televisi) melalui berita yang ditayangkan	1
	3. Frekuensi menonton berita	a. Waktu menonton	2
		b. Lama menonton	1
Perilaku Merokok Remaja	1. Faktor / pengaruh Internal	a. Pengetahuan individu tentang rokok.	1
		b. Pandangan individu tentang merokok	2
		c. Motivasi untuk merokok	4
	2. Faktor / pengaruh eksternal	a. Pengaruh keluarga	4
		b. Pengaruh lingkungan pergaulan (teman)	1
		c. Pengaruh media massa (iklan)	2
	3. Aktivitas merokok	a. Jenis/merk rokok yang dibeli	1
		b. Harga rokok	2
		c. Jumlah rokok yang dihisap	1
		d. Cara mendapatkan rokok	2
		e. Sumber uang	1
		f. Tempat merokok	4
Jumlah			35

1.7.6. Metode Pengumpulan data

1.7.6.1. Unit Analisis

Menurut Suharmi Arikunto, unit analisis adalah satuan-satuan yang menunjuk pada subjek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah remaja di kelurahan kalidoni.

1.7.6.2. Populasi

Menurut Arikunto bahwa Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja di kelurahan kalidoni yang berusia 15-24 tahun dan berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2.
Jumlah Remaja di Kelurahan Kalidoni

No	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	2.604	2.175	4.779

Sumber : Monografi kelurahan kalidoni 2009

1.7.6.3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dan dipergunakan untuk penelitian yang karakteristiknya dapat mewakili populasi sebagai subjek penelitian. Menurut Arikunto (2002 : 120) "apabila jumlah anggota populasi lebih dari 1000 maka sampelnya dapat diambil 10-15 % atau lebih. Dalam penelitian kuantitatif ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan ada dua yaitu :

1. Stage 1 : Menentukan jumlah remaja yang akan dijadikan sampel dalam penelitian, menggunakan *simple random sampling* dengan metode undian. Dimana remaja yang berusia 15-24 tahun dan berjenis kelamin laki-laki menyebar di seluruh Rukun Tetangga (RT)

2. Stage 2 : Menentukan jumlah responden pada masing-masing RT dengan menggunakan *proporsional sampling*.

Tabel 3.
Penyebaran Responden Penelitian

Populasi/lingkungan	Sampel RT	Jumlah Remaja	Jumlah Responden
40 Rukun Tetangga	RT 17	98 x 10%	10
	RT 18	147 x 10%	15
	RT 40	131 x 10%	13
Total	3 RT	376	38

Sumber : Monografi kelurahan kalidoni 2009

1.7.6.4. Data dan Sumber data

a. Jenis Data

Jenis data yang diperoleh ada dua macam yaitu data primer, yang diperoleh dari responden berkaitan dengan pemahaman fatwa merokok haram yang dikeluarkan oleh MUI yang dapat mempengaruhi bentuk perilaku merokok remaja. Selain ini, data sekunder yang diperoleh dari dari studi pustaka melalui buku, laporan penelitian dan monografi daerah penelitian untuk melengkapi data primer.

b. Skala Data

Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sesorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara

spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya desebut sebagai variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata.

1.7.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penelitian ini akan menggunakan metode :

a. Menggunakan Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu alat yang digunakan untuk pengumpulan data. Dimana data yang diperoleh dengan cara menggunakan daftar pertanyaan / angket yang disebar kepada subjek yang diteliti yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Subjek penelitian tersebut memberikan jawaban yang telah disusun sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi responden yang diminta pendapatnya atau data yang diperoleh dari pertanyaan tertulis kepada responden, tentang hal-hal yang

diketahui dari penelitian

Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada responden untuk dijawabnya (Mardalis, 2004 : 67). Beberapa alasan digunakan kuesioner, yaitu :

1. Kuesioner dipakai untuk mengukur variabel yang bersifat faktual
2. Untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian
3. Untuk memperoleh informasi tentang validitas dan reliabilitas dalam penelitian

Untuk pengujian validitas dan reliabilitas instrumen berupa angket sebelum diberikan kepada responden, maka dapat digunakan rumus berikut :

1. Validitas Instrumen, dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment.*
2. Reliabilitas Instrumen, dengan menggunakan rumus *korelasi product moment.* Adapun rumus tersebut adalah :

$$r = \frac{(n\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{(n\sum y^2) - (\sum y^2)\}}}$$

b. Pengamatan langsung (Observasi)

Peneliti akan menggunakan secara langsung ke lokasi penelitian dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diteliti. Pemgamatan yang diteliti harus berhubungan dengan keperluan penelitian, akan tetapi pengamatan yang dilakukan bukan sekedar mengamati sesuatu namun pengamatan dalam penelitian harus berada

dalam lingkup kegiatan ilmiah. Pengamatan harus dapat tergolong sebagai pengumpulan data yang ilmiah bila memenuhi kriteria sebagai berikut :

- Pengamatan dimanfaatkan unutk penelitian dan direncanakan sistematik
- Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian
- Pengamatan harus dicatat secara sistematik
- Pengamatan dapat dicek dan dikontrol validitasnya dan reliabilitasnya.

Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi nonpartisipan (partisipasi tidak terlihat), yaitu peneliti tidak melibatkan diri secara langsung ke dalam objek penelitian, perilaku tidak harus berperilaku atau menjadi bagian dari masyarakat tersebut. namun cukup dengan cara mengamati pola perilaku dan kegiatan mereka. Pengamatan (*observasi)* merupakan dat sekunder kualitatif digunakan untuk menunjang data kuantitatif.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini memanfaatkan dokumentasi-dokumentasi yang diperoleh dari bebagai sumber dalam mempelajari sumber tertulis lainnya yang berhubungan dalam penelitian ini.

d. Study Pustaka (*Library Research)*

Merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan buku-buku / literatur yang berkenaan dengan permasalahan sosial.

e. Wawancara

Pengumpulan data dalam penelitian ini juga dilakukan melalui

wawancara atau *interview*. Pada dasarnya wawancara dalam penelitian merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh informasi dengan cara bertanya langsung kedapa responden atau sumber pemberi informasi. Wawancara dilakukan dengan komunikasi langsung / tatap muka untuk memperoleh data kualitatif. Data yang diperoleh nantinya akan dijadikan komplemen / pelengkap data utama yaitu data yang diperoleh dari kuesioner/angket.

1.7.7. Teknik analisis data

Data hasil penelitian terdiri ari data kauntitatif dan kualitatif, dalam tehnik analisis ini ada terjadi *mix analysis*. Data kualitatif disajikan dalam bentuk tabel, persentase dan hasil perhitungan statistik, sedangkan data kuantitatif dalam tehnik pengumpulan data berupa kuesioner dimana saat pengambilan data juga dilakukan wawancara sebagai penunjang data primer guna untuk memberikan penjelasan dalam menjawab pertanyaan yang ada pada kuesioner

Data yang telah diperoleh tersebut diolah melalui tahapan-tahapan pengolahan data berikut ini :

1. Persiapan

   Dengan mengecek nama dan kelengkapan identitas responden yang telah mengisi kuesioner, termasuk juga mengecek data, artinya memeriksa isi instrument pengumpulan data.

2. Tabulasi data

   1. Memberikan kode terhadap item-item yang tidak diberi skor
   2. Memberikan skor *(scoring)* terhadap item-item yang perlu diberi

skor

3. Melakukan koding data, yaitu berupa pemberian kode pada semua variabel data
4. Mengedit data yang terkumpul, guna memastikan kesempurnaan pengisian dari setiap instrument pengumpulan data.
5. Memberikan tabel data untuk data kuantitatif yang dilakukan sesuai dengan bentuk penyajian data yang dikehendaki dalam penelitian ini atau sesuai dengan masalah penelitian yang hendak dijawab.

1.7.8. Teknik Pengujian Analisis

Untuk melakukan pengujian statistik parametrik antara lain terpenuhinya syarat-syarat dalam pengujian yaitu :

a. Validitas Instrumen, dengan menggunakan rumus *korelasi product moment.*

b. Reliabilitas Instrumen, dengan menggunakan rumus *korelasi product moment.*

$$r = \frac{(n\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{(n\sum y^2) - (\sum y^2)\}}}$$

c. Normalitas Data

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Chi-Kuadrat (*Chi-Square*).

$$x^2 = \sum \frac{(fo - fh)^2}{fh}$$

x^2 = Chi-quadrat observasi fh = Frekuensi harapan

fo = Frekuensi observasi

d. Data Interval

Interval data dalam penelitian dan analisis data sangat bermanfaat untuk mengubah data ordinal menjadi data interval atau mengubah skor mentah menjadi skor baku dengan rumus :

$$z - score = 50 - \left\{ \frac{10\left(x - \bar{x}\right)}{SD} \right\}$$

x = Skor total tiap variabel

$\bar{x}$ = Rata-rata

SD = Standar deviasi

1.8.8. Teknik Pengujian Hipotesis

1. Menentukan kriteria pengujian

Untuk hipotesis 1 dan 2 :

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$: Hipotesis diterima
$t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Hipotesis ditolak

Untuk hipotesis 3 :

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Hipotesis diterima
$r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Hipotesis ditolak

2. Menentukan Teknik Perhitungan

a. Rumus t-test

Digunakan untuk hipotesis 1 dan 2 :

$$t - test = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

Sedangkan rumus untuk mencari $\bar{x}$ dan s yaitu :

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \qquad \text{dan} \qquad S = \frac{\sqrt{\left(\sum x - \bar{x}\right)^2}}{n-1}$$

Keterangan :

t = t hitung
s = simpangan baku / deviasi
n = jumlah sampel
x = rata-rata jumlah sampel
$\bar{x}$ = skor tiap variabel dikali jumlah sampel
μ = rata-rata jumlah populasi

b. *Rumus korelasi product moment*

$$r = \frac{(n\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{(n\sum y^2) - (\sum y^2)\}}}$$

Determinasi

Digunakan untuk mengukur persentase hubungan, dengan rumus sebagai berikut :

$D = r^2 x\ 100\%$

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen kuesioner yang disebarkan pada remaja di Kelurahan Kalidoni

3. Membuat Kesimpulan

Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis berdasarkan kriteria pengujian dan hasil perhitungan.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

Sejak dilahirkan manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya. Naluri ini merupakan salah satu kebutuhan manusia paling mendasar untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup lainnya.

Maslow merinci kebutuhan hidup manusia ke dalam 7 macam kebutuhan, yakni :

1. Kebutuhan fisik seperti makan, minum, istirahat, tidur dan lain-lain
2. Kebutuhan rasa aman seperti menghindari bahaya, menghilangkan kecemasan, dan lain-lain
3. Kebutuhan diterima dan kasih sayang yang berakar dalam ikatan keluarga dan kelompok persahabatan, teman sebaya, dan lain-lain
4. Kebutuhan untuk dihargai, seperti perasaan sukses, cakap mengerjakan sesuatu, berkemampuan, berkompeten dan lain-lain
5. Kebutuhan perwujudan diri, yakni upaya untuk sebaik mungkin mengungkapkan potensi, bakat dan kemampuan bekerja atau sumber daya manusia (SDM)
6. Kebutuhan untuk mengungkapkan rasa ingin tahu atau memperluas wawasan tentang apa-apa yang ada di permukaan bumi
7. Kebutuhan untuk mengungkapkan rasa seni dan keindahan.

Upaya manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya dilaksanakan melalui suatu *proses sosial* yang disebut *interaksi sosial* , yakni hubungan timbal balik antar orang-perorangan, orang-perorangan dengan

kelompok, atau kelompok dengan kelompok dalam masyarakat.

Ciri-ciri interaksi sosial

a. Jumlah pelakunya lebih dari satu orang
b. Terjadinya komunikasi diantara pelaku melalui kontak sosial
c. Mempunyai maksud atau tujuan yang jelas
d. Dilaksanakan melalui suatu pola sistem tertentu

Proses interaksi sosial berlangsung melalui dua tahapan, yakni kontak sosial dan komunikasi sosial.

1. Kontak Sosial

Kontak sosial terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain bahkan kontak sosial bisa juga menggunakan teknologi misalnya melalui telepon, telegrap, radio, surat, televisi, internet dan sebagainya. Kontak sosial dapat berlangsung dalam bentuk proses sosialisasi yang berlangsung antara pribadi orang per orang.

2. Komunikasi

Komunikasi sebagai sebuah proses memaknai yang dilakukan oleh seseorang terhadap informasi, sikap, dan perilaku orang lain yang berbentuk pengetahuan, pembicaraan, gerak-gerik atau sikap, perilaku dan perasaan-perasaan sehingga seseorang membuat reaksi-reaksi terhadap informasi, sikap, dan perilaku tersebut berdasarkan pada pengalaman yang pernah dia alami.

Kontak sosial individu dengan menggunakan teknologi seperti televisi yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan untuk mengungkapkan rasa ingin tahu atau memperluas wawasan tentang apa-apa yang ada di permukaan bumi. Kontak

sosial tersebut dapat berupa sosialisasi dari media televisi. Disini individu dapat mengidentifikasi pesan-pesan yang disampaikan televisi. Dalam Teori Pembelajaran Sosial *(social learning theory)* menurut **Albert Bandura** menyatakan bahwa terjadi banyak pembelajaran melalui pengamatan pada perilaku orang lain. Teori ini mengakui bahwa manusia mampu menyadari atau berpikir dan bahwa mereka dapat mengambil manfaat dari pengamatan dan pengalaman. Teori pembelajaran sosial mengakui bahwa banyak pembelajaran manusia terjadi dengan menyaksikan orang lain menampilkan perilaku yang beraneka ragam. (Bandura, 1994 : 115).

Televisi dapat memberikan pengaruh atau efek baik positif maupun negatif. Efek positif dapat bermanfaat bagi pengetahuan masyarakat apalagi terhadap proses-proses sosial itu sendiri yang menyangkut individu, kelompok, masyarakat maupun skala dunia. Adapun sejumlah efek sosial negatif yang ditimbulkan media massa, seperti berita kriminal, perampokan, kekerasan, pembunuhan dan sebagainya. Sehingga terjadi pergeseran nilai-nilai dan norma, serta rusaknya moral. Maka dari itu media massa dianggap ikut bertanggung jawab atas pergeseran nilai-nilai sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Sehingga efek-efek tersesbut dapat mempengaruhi perilaku para individu atau penontonnya.

2.1. Pengetahuan

Penelitian ini menekankan kepada remaja sebagai konsumen yang dapat memahami pesan-pesan yang disampaikan dari media televisi. Mengenai pengetahuan terhadap fatwa merokok haram yang diperoleh seseorang merupakan

hasil dari interaksi dengan melakukan kontak sosial dengan menggunakan teknologi informasi seperti televisi. Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Tanpa pengetahuan seseorang tidak mempunyai dasar untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan terhadap masalah yang dihadapi.

Dalam pengertian lain, pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan indera atau akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Misalnya, dalam penelitian ini, remaja atau individu yang menonton berita di televisi mengenai fatwa merokok haram yang dikeluarkan oleh MUI, maka remaja tersebut dapat memperoleh beberapa informasi dan pengetahuan mengenai, arti, tujuan, manfaat, dasar fatwa dan latar belakang dikeluarkannya fatwa merokok haram tersebut. Menurut Berger, pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

a. Pendidikan, adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.
b. Media, yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Contoh dari media massa ini adalah televisi, rado, koran dan majalah
c. Keterpaparan Informasi, informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan pada transfer informasi.

RUU teknologi informasi mengartikan sebagai suatu teknik untuk menyampaikan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisa dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Sedangkan informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi.

Ada enam tingkatan pengetahuan yaitu :

a. Tahu (*Know*), diartikan sebagai mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya.

b. Memahami (*Comprehension*), suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

c. Aplikasi, diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.

d. Analisis, adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen tetapi masih dalam suatu struktur organisasi dan ada kaitannya dengan yang lain.

e. Sintesa, menunjukkan suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan baru.

f. Evaluasi, berkaitan dengan kemampuan untuk melaksanakan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi / objek.

Sosiologi pengetahuan, dalam pemikiran **Peter L. Berger Dan Luckman** (1966/1990) memahami dunia kehidupan selalu dalam proses dialektis, antara individu dan dunia sosio-kultural. Proses dialektis itu mencakup :

1. Eksternalisasi, yaitu penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia
2. Objektivasi, yaitu interaksi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau yang mengalami institusionalisasi.
3. Internalisasi, yaitu individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Ketiga proses dialektis itu mengandung fenomena-fenomena sosial yang saling bersintesa dan memunculkan suatu konstruksi kenyataan sosial, yang dilihat dari asal mulanya, merupakan hasil ciptaan manusia, buatan interaksi subjektif. Kenyataan sosial objektif yang terlihat dalam hubungan individu dengan lembaga-lembaga sosial dilandasi oleh aturan-aturan atau hukum merupakan produk manusia itu sendiri, bukan merupakan hakekat dari lembaga-lembaga itu.

Secara umum sosialisasi adalah suatu proses balajar mengajar, melaluinya seorang individu belajar menjadi anggota masyarakat. Namun menurut **Karel J. Verger** sosialisasi tidak hanya merupakan proses mengajar saja, yang satu arah dan dimana pola-pola perilaku social seakan-akan dari luar disampiakan kepada individu, tetapi juga proses dimana individu mengembangkan diri. Ia tidak hanya "dicetak" atau "digembleng" oleh masyarakat, tetapi juga membangun dunianya

sendiri, dimana ia berpikir dan berkemauan serta bertanggung jawa sendiri. Jadi sosialisasi adalah proses pendewasaan dan pematangan.

M. Sitorus menyebutkan bahwa sosialisasi adalah proses belajar mengenai pola-pola tindakan interaksi dalam masyarakat sesuai dengan peranan yang dijalankannya. Tujuan sosialisasi adalah :

a. Memberi keterampilan yang dibutuhkan bagi kehidupan social

b. Mengembangkan kemampuan berkomunikasi

c. Mengendalikan fungsi organik

d. Menanamkan nilai dan kepercayaan pokok masyarakat

Dalam proses sosialisasi, orang mampu melakukan identifikasi dirinya sebagai anggota kelompok tertentu *(in group)* dan menjadikan yang lainnya sebagai orang diluar kelompoknya *(out group).* Sosialisasi dapat didefinisikan sebagai pola-pola mengenai aksi sosial, atau aspek-aspek tingkah laku, yang menanamkan pada individu keterampilan-keterampilan peranan-peranan yang sekarang atau tengah diantisipasikan sepanjang sejarah kehidupan normal, sejauh peranan-peranan baru masih harus terus dipelajari. Selain itu pula dikatakan bahwa sosialisasi merupakan segenap proses dengan mana individu, yang dilahirkan dengan banyak jajaran potensi tingkah laku, dituntut untuk mengembangkan tingkah laku untuk mengembangkan tingkah laku aktualnya yang dibatasi didalam satu jajaran yang menjadi kebiasaannya dan bisa diterima olehnya sesuai dengan standar-standar dari kelompoknya.(Soekanto, 1990 : 75).

Menurut tahapannya sosialisasi itu sendiri terdiri dari dua tahap. Berger dan Luckman (1999 : 32) menyatakan dua tahap sosialisasi itu adalah sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder.

1. Sosialisasi primer adalah sosialisasi yang pertama dijalani individu semasa kecil, melalui mana ia menjadi anggota masyarakat, dalam tahap ini proses sosialisasi primer membentuk kepribadian anak kedalam dunia umum dan keluargalah yang berperan sebagai agen sosialisasi.
2. Sosialisasi sekunder didefinisikan sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasi kedalam sector baaru dari dunia objektif masyarakatnya, dalam tahap ini proses sosialisasi mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme (dunia yang lebih khusus) dan dalam hal ini yang menjadi agen sosialisasi adalah lembaga pendidikan, lembaga pekerjaan, dan lingkungan yang lebih luas dari keluarga.

Fase eksternalisasi dan objektivasi merupakan pembentukan masyarakat yang disebut sosialisasi primer, yaitu saat dimana seseorang berusaha mendapatkan dan membangun tempatnya dalam masyarakat sebagai realitas objektif. Tahap internalisasi, yang lebih lanjut agar pranata itu dapat dipertahankan dan dilanjutkan, haruslah ada pembenaran terhadap pranata tersebut, tetapi pembenaran itu dibuat juga oleh manusia sendiri melalui proses legitimasi yang disebut objektivasi sekunder. Pranata sosial merupakan hal yang objektif, independen dan tak tertolak yang dimiliki oleh individu secara subjektif.

Sosialisasi adalah proses sosio-psikologis yang dijalani setiap orang dan berlangsung seumur hidup, yaitu sejak ia dilahirkan sampai ia meninggal dunia. Dimana ia akan menjadikan norma-norma, nilai-nilai dan pola perilaku yang dianut masyarakatnya menjadi bagian dari dirinya. Proses belajar ini dialami melalui peniruan, melakukan percobaan (*trial and error*), *role exercise* dan banyak proses lainnya. Melalui proses ini setiap orang belajar untuk merespon terhadap simbol-simbol tentang dirinya dengan cara-cara yang sesuai dalam masyarakatnya. Proses sosialisasi dikelompokkan menjadi yang formal dan informal. Proses yang formal adalah proses yang dilalui secara struktur seperti sekolah, pelatihan, pemgalaman kerja dan sebagainya. Sedangkan yang melalui situasi informal yaitu keluarga, pergaulan dan pengalaman pribadi.

Sosialisasi merupakan suatu proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak yaitu pihak yang mensosialisasikan dan pihak yang disosialisasi. Aktivitas pihak yang mensosialisasi disebut aktivitas melaksanakan sosialisasi sedangkan aktivitas pihak yang disosialisasi disebut aktivitas internalisasi.

Proses sosialisasi itu harus dikerjakan secara otoriter oleh orang-orang yang mempunyai kekuasaan atas individu-individu yang disosialisasi, sedangkan segi balik dari aktivitas melaksanakan sosialisasi adalah aktivitas internalisasi. Internalisasi adalah sebuah proses yang dikerjakan oleh pihak yang tengah menerima proses sosialisasi. Proses ini bukanlah proses yang pasif melainkan merupakan rangkaian aktivitas psikologik yang aktif juga sifatnya. Pihak yang menerima sosialisasi, pertama-tama dia aktif menginterpetasikan makna dari apa-apa yang disampaikan kepadanya (yaitu dalam hal sosialisasi yang

diselenggarakan secara formal), atau makna dari apa-apa yang dia saksikan atau dia hayati (yaitu dalam hal sosialisasi yang diseleggarakan secara informal dan tak sengaja). Pada langkah berikutnya, dia aktif meresapkan dan mengorganisir hasil interpretasinya itu kedalam ingatan, perasaan, dan batinnya.

Media Massa Sebagai Agen Sosialisasi

Media massa memiliki peran yang cukup besar dalam kehidupan. Di dalam kehidupan masyarakat dapat disaksikan bahwa teknologi media yang telah menjadi bagian fungsional dalam berbagai struktur masyarakat terutama beberapa fungsi sosial masyarakat. Untuk itulah media massa merupakan salah satu agen sosialisasi. Disamping agen-agen sosialisasi lainnya seperti keluarga, sekolah, pergaulan, media massa juga memberikan pengaruh yang cukup besar, bahkan dengan kemajuan teknologi komunikasi yang makin berkembang, peranan media massa bisa melebihi agen sosial lainnya. Ini didukung semakin meluasnya penyebaran media massa terutama media elektronis seperti televisi.

Sebagai agen sosialisasi media massa diidentifikasi dapat mempengaruhi perilaku khalayak. Komunikasi massa media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Paradigma *Harold D. Lasswell* dalam Kuswandi (1999) tentang proses komunikasi yang berbunyi *"Who says what, to whom, in which channel, and with what effect?"*, secara langsung menggambarkan bahwa proses komunikasi seseorang memerlukan media.

Memasukkan paradigma Lasswell dalam komunikasi massa media televisi, secara tegas memperlihatkan bahwa dalam setiap pesan yang disampaikan

televisi, tentu saja mempunyai tujuan khalayak sasaran serta akan mengakibatkan umpan balik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut kadarnya efek komunikasi ada 3 jenis, yakni efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral. Sebuah pesan yang disampaikan melalui televisi dapat menimbulkan efek kognitif, para penonton nantinya akan mengerti dan mendapatkan informasi serta pengetahuan baginya kemudian dari rasa mengerti juga akan menimbulkan perasaan gembira, bahagia, harapan, sedih, iba, marah, takut, khawatir, benci, maka efek ini dinamakan efek afektif. Setelah efek tersebut menimbulkan stimulus bagi penontonnya yang disertai perasaan yang ditimbulkan, memperoleh informasi dan pengetahuan, maka nantinya akan menghasilkan suatu kegiatan atau tindakan dimana lanjutan dari kedua efek ini yaitu efek behavioral (konatif).

Dalam penelitian ini Majelis Ulama Indonesia yang megeluarkan Fatwa merokok haram mengkomunikasikan ke masyarakat melalui media massa, agar seluruh masyarakat indonesia dapat mengetahui tujuan, manfaat, dan dasar dikeluarkannya fatwa merokok haram tersebut.

Dalam penayangan berita fatwa merokok haram yang dikeluarkan oleh MUI, informasi yang disebutkan mengenai dampak dan bahaya dari aktivitas merokok serta dikaitkan dengan ajaran agama Islam sehingga ditetapkan status haram merokok dengan batasan untuk ibu-ibu hamil, anak-anak / remaja, merokok di tempat umum dan bagi para pengurus MUI.

Dengan melalui pengamatan informasi pada berita tersebut, dalam diri remaja terjadi banyak pembelajaran. Remaja mampu menyadari dan berpikir serta

mereka dapat mengambil nilai-nilai, manfaat dari pengamatan dan pengalaman, sehingga pengetahuan remaja tersebut dapat bertambah. Kemudian individu (remaja) tersebut dapat menginternalisasikan nilai-nilai tersebut kedalam dirinya. Proses individu menginternalisasikan nilai-nilai tersebut disebut sebagai pembentukan kepribadian, dimana menurut suatu kelompok masyarakat disebut proses sosialisasi. Proses belajar dalam diri remaja terjadi secara terus menerus dan berlangsung selama hidupnya. Dari proses inilah remaja tersebut dapat memiliki dasar untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan terhadap masalah status hukum haramnya merokok yang ditetapkan oleh MUI.

2.2. Perilaku

Tindakan atau perilaku merupakan segala tindakan yang disebabkan baik karena dorongan organismenya serta hasrat-hasrat psikologisnya maupun karena pengaruh masyarakat dan kebudayaannya (Aryono, 1985 : 3).

Perilaku (*behaviour*) adalah suatu totalitas dari gerak motoris, persepsi dan fungsi kognitif dari manusia. Salah satu unsur perilaku adalah gerak sosial (*social action*) yakni suatu gerak yang terikat oleh empat syarat (Talcott Parson, 1965) :

1. Diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu
2. Terjadi pada situasi tertentu
3. Diatur oleh kaidah-kaidah tertentu
4. Terdorong oleh motivasi-motivasi tertentu.

Dalam Sosiologi perilaku tidak dapat lepas kaitannya dari kepribadian, karena kepribadian merupakan latar belakang terbentuknya perilaku yang ada

didalam diri seorang individu. Kekuatan kepribadian bukan terletak pada jawaban atau tanggapan manusia terhadap suatu keadaan tetapi justru pada kesiapan didalam memberikan jawaban dan tanggapan, karena jawaban dan tanggapan merupakan perilaku seseorang.

Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku itu dibentuk melalui suatu proses dan berlangsung dalam interaksi manusia dengan lingkungannya. Faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku dibedakan menjadi 2 faktor yaitu : intern yang meliputi pengetahuan, kecerdasan, persepsi, emosi dan motivasi. Sedangkan faktor ekstern meliputi lingkungan sekitar baik fisik maupun non fisik seperti iklim, manusia, sosial ekonomi, kebudayaan dan sebagainya. (Abdulsyani, 1994 : 36).

BF. Skinner dalam Poloma adalah pencetus paradigma perilaku social mengemukakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang (stimulus) dan tanggapan (respon), perilaku terbagi kedalam 2 bagian, yaitu :

a. Perilaku yang alami (innate behavior), yaitu perilaku yang dibawa sejak lahir, berupa refleks dan insting-insting. Perilaku refleksif yakni perilaku yang terjadi sebagai reaksi spontan terhadap stimulus yang mengenai organisme yang bersangkutan. Misalnya berkedip mata. Reaksi dan perilaku ini terjadi dengan sendirinya, tidak diperintah oleh pusat susunan syaraf atau otak.
b. Perilaku Operan (Operant Behavior), yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar. Perilaku ini dikendalikan oleh otak. Dalam kita ini stimulus diterima oleh reseptor, kemudian diteruskan ke otak sebagai pusat susunan

syaraf, sebagai pusat kesadaran, kemudian baru terjadi respons, melalui afektor. Proses yang terjadi dalam otak inilah yang disebut proses psikologis (Bimo Walgito 2003 : 15)

Pada manusia, perilaku psikologis inilah yang dominan, sebagian besar perilaku manusia merupakan perilaku yang dibentuk, perilaku yang diperoleh dan dapat kendalikan karena itu dapat berubah melalui proses belajar.

Skiner, mencoba menterjemahkan prinsip-prinsip psikologi aliran bahaviorisme ke dalam sosiologi. Menurut Skiner objek penelitian studi sosiologi haruslah suatu hal yang konkrit yaitu perilaku manusia yang nampak serta perulangannya (*behavior of man and cintigencies of reinforcement*) secara singkat pokok permasalahan sosiologi menurut paradigma ini adalah tingkah laku individu yang berlangsung dalam hubungannya dengan faktor lingkungan yang menghasilkan akibat-akibat atau perubahan dalam faktor lingkungan yang menimbulkan perubahan terhadap tingkah laku. Jadi terdapat hubungan fungsional antara tingkah laku dengan lingkungan yang berada di lingkungan si actor.

Penganut paradigma ini memusatkan perhatian pada proses interaksi. Bagi paradigma perilaku sosial individu kurang sekali memiliki kebebasan. Tanggapan yang diberikan ditentukan oleh sifat dasar stimulus yang datang dari luar dirinya. Dengan kata lain tingkah laku individu ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai serta struktur sosial. (George Ritzer 1985 : 82).

Dengan demikian, perilaku merokok merupakan beberapa perilaku yang dilakukan oleh organisme, termasuk membeli, menghisap dan menghembuskan asap rokok. Perilaku merokok yang dilakukan oleh remaja diantaranya

dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal tersebut berasal dari diri individu yang bersangkutan berupa sejauh remaja itu sendiri memang sudah perokok atau mempunyai keinginan untuk menjadi perokok. Remaja yang tidak atau tidak ingin untuk menjadi perokok tetap tidak akan terpengaruh.

Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan, dan lain sebagainya. Pada salah satu temuan tentang remaja perokok bahwa remaja yang berasal dari keluarga konservatif yang menekankan nilai-nilai sosial dan agama dengan baik dengan tujuan jangka panjang lebih sulit untuk terlibat dengan rokok/tembakau/obat-obatan dibandingkan dengan keluarga yang permisif dengan penekanan pada falsafah "kerjakan urusanmu sendiri-sendiri", dan yang paling kuat pengaruhnya adalah bila orang tua sendiri menjadi figur contoh yaitu sebagai perokok berat, maka anak-anaknya akan mungkin sekali untuk mencontohnya. (http://www.e-psikologi.com/remaja.htm.hasil download 9 maret 2009).

Daftar Pustaka

Abdulsyani. 1994. *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan.* Jakarta : Bumi Aksara

Aditama, Tjandra. 1997. *Rokok dan Kesehatan.* Jakarta : UI.

Ahmadi, Drs. H. Abu. 2002. *Psikologi Sosial.* Jakarta : PT Rineka Cipta

Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian.* Yogyakarta : Rineka Cipta.

Ash Shiddiqie, Hasbi. 1975. *Pengantar Hukum Islam.* Jakarta : Bulan Bintang

Azwar, Syaifuddin. 1995. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.*Jogjakarta : Pustaka Pelajar.

Bakry, H. M. K. 1954. *Sejarah Hukum Islam.* Jakarta : Widjaya.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi.* Jakarta : Prenada Media.

Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* Jakarta : Prenada Media

Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Danusantoso, Halim. 1993. *Rokok dan Perokok.* Jakarta : Arcan.

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Dinamika Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Forqon. 2002. *Statistika Terapan Untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta.

Hadi, Sutrisno. 1993 *Metodologi Research,* Yogyakarta : Andi Offset

Horton, Paul B. 1984. *Sosiologi.* Jakarta : Erlangga

Hasan, Ahmad. 1984. *Pintu Ijtihad Sebelum Tertutup.* Bandung : Pustaka

Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian,* Jakarta : Ghalia Insani.

Junaedi, Fajar. 2007. *Komunikasi Massa : Pengantar Teoritis.* Yogyakarta : Santusta

Komala, Erdinaya Lukiati dan Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset

Kuswandi, Drs. Wawan. 1999. *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Media Televisi.* Jakarta : PT Rineka Cipta

L. Tubbs, Stewart dan Moss, Sylvia. 2001. *Human Communication (Konteks-Konteks Komunikasi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Pesan Komunikasi Massa Dalam Masyarakat.* Bandung : PT Citra Aditya Bakti

Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antar Pribadi.* Bandung : PT Citra Aditya Bakti

LulJames. 1998. *Media, Komunikasi, Kebudayaan.* Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar.* Jakarta : Erlangga.

Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Nasution, Zulkarimaen. 2003. *Sosiologi Komunikasi Massa.* Jakarta : Universitas Terbuka

Poloma, Margaret, M. 1984. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : Rajawali Pers

Pribadi. *Kamus Pintar Bahasa Indonesia.* Surabaya : Alfa

Rachmat, Jalaluddin. 1999. *Psikologi Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

Riduwan. 2006. *Dasar-Dasar Statistika.* Bandung : Alfabeta.

Ritzer, George. 1992. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma ganda.* Jakarta : Rajawali pers

Sarbiran, 2001 *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta : MSI.

Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar.* Jakarta : PT Raja Garfindo Persada

Sugiyono, Dr. 2004. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta

Syarifuddin, H. Amir. 2005. *Meretas Kebekuan Ijtihad.* Jakarta : Ciputat Press

Tankard, James. W dan Wrener J. Severin. 2007. *Teori Komunikasi.* Jakarta : Kencana

Usman, Husanaini dan Akbar. 1996. *Metode Penelitian Sosial.* Jakarta : PT Bumi Aksara.

Wirawan, Sarwono Sarlito. 2002. *Teori-Teori Psikologi Sosial.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sumber Lain :

Mahriani, Retna dkk. 1993. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Siswa SLTP di Kotamadya Palembang Untuk Merokok.* Laporan Penelitian tidak diterbitkan. Indralaya Unsri.

Ardiansyah, Lukita. 2007. *Mahasiswa dan Kebiasaan Merokok.* Skripsi tidak diterbitkan. Indralaya. FISIP Unsri.

www.google.co.id.Perilaku Merokok. Hasil download 8 Maret 2009.

http : //www.e-psikologi.com/remaja.html. Hasil download 9 maret 2009

http : //www.pakuanraya.com, Hasil download, 8 maret 2009.

http : //Forum.kompas.com/fatwa-mui-tentang-rokok-haram.html. Hasil download 8 maret 2009

http://kotasantri.com/pdf/pelangi/jurnal/2009/02/19/menggali-kembali-pemahaman-tentang-fatwa. Hasil download 20 agustus 2009.

http://www.mui.or.id. Hasil download 10 maret 2009

http://newblueprint.wordpress.com/2008/1/27/388994. Hasil download 20 agustus 2009

http://www.google.co.id.#hl=id&q.fatwa+merupakan+hukum+atau+asas&Meta=&fp=70ffee3827b5747. Hasil download 20 agustus 2009.

http://kompas.com.2008/08/27/1512013/iklan.rokok.kian.menjerumuskan.Hasil download 10 agustus 2009

http://www.republika.co.id/berita/34058. Hasil download 9 maret 2009.

http://www.kompas.com/read/xml/2008/08/27/11471860/jumlah.perokok.muda.mengkhawatirkan. Hasil download 9 maret 2008.

http://www.liputan6.com/sosbud/200902/1/11.Iklan.Rokok. Hasil download 9 maret 2009)

http://duwex.wordpress.com/08/11/06/hukum-merokok-haram. Hasil download 9 maret 2009)

http://Nusantaranews.wordpress.com/09/01/15. Hasil download 9 maret 2009)