

**(ABSTRAK)**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK KOMERSIAL DI MEDIA MASSA  
TERHADAP *MEDIA LITERACY* REMAJA  
(Study pada Siswa SMP N 1 Talang Padang)**

Media massa baik cetak, elektronik maupun media luar ruang merupakan media yang paling cepat untuk mengiklankan sebuah produk. Berbeda dengan kebanyakan iklan, iklan rokok komersial di media massa adalah iklan yang tidak boleh dengan terang-terangan mengajak atau membujuk seseorang untuk merokok. Seiring dengan IPTEK yang serba canggih saat ini para pemula atau remaja disajikan berbagai banyak informasi, remaja dituntut untuk memiliki kecerdasan media (*media literacy*). *Media Literacy* yaitu tingkat pemahaman seseorang terhadap informasi yang diterimanya, mana informasi yang harus mereka lihat dan dikonsumsi dan mana yang tidak, karena terpaan informasi media massa mempengaruhi pandangan, sikap, maupun perilaku seseorang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebar pada responden yang telah ditetapkan menjadi populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMP N 1 Talang Padang kelas VIII yang telah diterpa iklan rokok komersial di media massa sejumlah 305 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proporsional random sampling* dan didapat 75 siswa sebagai responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, pengaruh terpaan iklan rokok komersial di media massa terhadap *media literacy* remaja memiliki pengaruh sebesar 0,150 dengan persentase yaitu sebesar 15 %. Dengan kata lain terpaan iklan rokok komersial di media massa terhadap tingkat *media Literacy* remaja memiliki kontribusi pengaruh yang sangat lemah terhadap tingkat *media literacy* remaja. Hal ini disebabkan *media literacy* remaja lebih banyak dipengaruhi faktor- faktor lain di luar terpaan iklan rokok komersial di media massa.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa melalui media massa baik berupa media cetak, elektronik dan media luar ruang, iklan rokok komersial di media massa juga memiliki peran dalam menentukan tingkat *media literacy* remaja karena apa yang mereka lihat dan dengar menjadikan pembelajaran bagi remaja dalam menentukan tingkat *media literacy* remaja walaupun pengaruhnya lemah.