

ABSTRAK

Merokok menjadi kebutuhan yang tak terhindarkan bagi orang yang memiliki kecenderungan terhadap rokok. Pertumbuhan perokok aktif di Indonesia juga didukung oleh industri tembakau yang agresif memasarkan produknya, terutama kepada anak-anak dan remaja melalui media sosial. Kemasan rokok wajib menyertakan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar yang mencolok. Gambar-gambar ini dirancang untuk memperingatkan pengguna tentang risiko merokok, seperti kanker paru-paru, penyakit jantung, dan komplikasi kesehatan lainnya. Penelitian ini mengkaji pengaruh pesan peringatan pada kemasan rokok terhadap sikap berhenti merokok Generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku konsumen melalui variabel pesan peringatan pada kemasan rokok terhadap sikap berhenti merokok generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 384 responden dan dianalisis dengan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan *software* SPSS versi 29. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan kesimpulan bahwa pesan peringatan pada kemasan rokok berkontribusi sebesar 93,3% terhadap sikap berhenti merokok generasi Z di Kota Bandung, sedangkan sisa 6,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Pesan, Sikap, Generasi Z, Merokok