

**PENGARUH GAMBAR PERINGATAN KESEHATAN PADA KEMASAN ROKOK
TERHADAP RASA TAKUT DAN INTENSITAS BERHENTI MEROKOK****Putri Andriani^{1*}, Faisal Kholid Fahdi², Titan Ligita³, Fitri Fujiana⁴, Suhaimi Fauzan⁵**¹⁻⁵Universitas Tanjungpura

Email korespondensi: putri22andriani@student.untan.ac.id

Disubmit: 04 Mei 2023

Diterima: 16 Mei 2023

Diterbitkan: 19 Mei 2023

Doi: <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i4.10035>**ABSTRACT**

Cigarettes are a problem experienced by the entire Indonesian population, which includes young people, teenagers, adults and the old. The government began to pay attention to the cigarette problem, start by warning the dangers of smoking through health warning images. The existence of this health warning image is expected to increase the fear and intensity of smoking cessation for the community, especially the students of Tanjungputa University, Pontianak. This study aims to determine the effect of health warning images on fear and smoking intensity for active students at Tanjungpura University, Pontianak. Cross sectional design with correlational research type. Sampling in this study using non-probability sampling technique with a sample of 107 respondents and data collection using a questionnaire. This study uses univariate and bivariate analysis methods with Spearman Rank analysis for statistical tests. The results of the correlation test showed that the significance value and correlation coefficient were different between variables. The image variable of health warning against fear is Sig. 0.000, the correlation coefficient is 0.698. The fear of the intensity of quitting smoking is Sig. 0.000, the correlation coefficient is 0.730, and the image of a health warning on the intensity of smoking cessation is Sig. 0.000, and the correlation coefficient value is 0.569. There is a correlation between the variables of health warning images, fear and intensity of smoking cessation with the strength of a strong relationship.

Keywords: *Pictorial Health Warning, Evoked Fear, Quitting Smoking Intensity***ABSTRAK**

Rokok merupakan masalah yang dialami oleh seluruh penduduk Indonesia, yang mencakup kalangan muda, remaja, dewasa dan tua. Masalah rokok kemudian mulai diperhatikan oleh pemerintah yaitu dengan cara memperingatkan bahaya merokok melalui gambar peringatan kesehatan. Adanya gambar peringatan kesehatan ini diharapkan dapat meningkatkan rasa takut hingga intensitas berhenti merokok bagi masyarakat, khususnya mahasiswa Universitas Tanjungputa Pontianak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gambar peringatan kesehatan terhadap rasa takut dan intensitas merokok bagi mahasiswa aktif di Universitas Tanjungpura Pontianak. Desain *cross sectional* dengan jenis penelitian korelasional. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan sampel sebanyak 107

responden dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis univariat dan bivariat dengan analisis *Spearman Rank* untuk uji statistik. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi dan koefisien korelasi yang berbeda antar variabel. Variabel gambar peringatan kesehatan terhadap rasa takut yaitu *Sig. 0.000*, koefisien korelasinya 0.698. Rasa takut terhadap intensitas berhenti merokok yaitu *Sig. 0.000*, koefisien korelasinya 0.730, dan gambar peringatan kesehatan terhadap intensitas berhenti merokok yaitu *Sig. 0.000*, dan nilai koefisien korelasinya 0.569. Terdapat korelasi antara variabel gambar peringatan kesehatan, rasa takut dan intensitas berhenti merokok dengan kekuatan hubungan kuat.

Kata Kunci: Gambar Peringatan Kesehatan, Rasa Takut, Intensitas Berhenti Merokok

PENDAHULUAN

Rokok merupakan permasalahan kesehatan masyarakat yang dialami oleh penduduk dunia saat ini, rokok masih menjadi salah satu produk yang tingkat konsumsinya relatif tinggi di masyarakat. Masalah rokok masih menjadi permasalahan nasional dan masih diprioritaskan upaya penanggulangannya karena rokok menyangkut berbagai aspek permasalahan dalam kehidupan, yaitu aspek ekonomi, sosial politik dan terutama aspek kesehatan (Naiem & Anwar, 2019).

Persentase perokok di Negara ASEAN untuk Negara Indonesia 46,16%, Filipina 16,62%, Vietnam 14,11%, Myanmar 8,73%, Thailand 7,74%, Malaysia 2,9%, Kamboja 2,07%, Laos 1,23%, Singapura 0,39% dan Brunei 0,04% (Depkes RI, 2014). Tahun 2030 diperkirakan akan mencapai hingga 10 juta jiwa untuk angka kematian perokok setiap tahunnya, dan 70% di antaranya berasal dari negara berkembang, saat ini 50% angka kematian yang diakibatkan oleh rokok berasal dari negara berkembang (Depkes RI, 2014). Jika hal ini terus berlanjut, maka sekitar 650 juta orang akan terbunuh oleh rokok yang setengahnya merupakan usia produktif dan akan kehilangan umur hidup (*lost life*) sebesar 20 - 25

tahun (Mariyamah, Arsyati, & Nasution, 2020).

Wulandari, Rahman, Marlinae, & Arifin (2016) menyebutkan bahwa asap rokok mengandung kurang lebih 4.000 jenis bahan kimia, dan 40% diantaranya adalah zat beracun, seperti nikotin, tar, gas karbon monoksida, nitrogen oksida, hidrogen sianida, dan masih banyak kandungan lain yang berbahaya bagi kesehatan. Melihat dampak negatif dari kandungan rokok, perilaku merokok harus dihindari dan apabila sudah merokok maka harus segera mungkin untuk dihentikan (Ardelia & Dewi, 2018). Untuk berhenti dari perilaku merokok, perokok harus tahu dampak negatif yang disebabkan akibat rokok.

Pencantuman gambar menakutkan dalam kemasan rokok merupakan salah satu bentuk dari promosi kesehatan dan telah termuat dalam Peraturan Menteri Kesehatan No. 28 Tahun 2013 tentang "Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau Berbentuk Gambar dan Tulisan". Dengan adanya informasi kesehatan berupa gambar tersebut, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan perokok tentang bahaya yang ditimbulkan akibat dari merokok melalui pendekatan yang menimbulkan rasa takut atau *evoked*

fear, yang menggunakan rangsangan ketakutan demi menekan konsumsi rokok di Indonesia. Pendekatan dengan rasa takut ini telah banyak digunakan dalam pemasaran sosial dengan tujuan mengurangi perilaku berbahaya seperti merokok dan dampak yang akan timbul akibat merokok (Fauzi *et al.*, 2019).

Penelitian oleh Gallopel-Morvan *et al.*, (2013) menemukan bahwa peringatan grafis membangkitkan emosi ketakutan, ketidaksukaan, atau kecemasan, yang berdampak positif terhadap berhenti, berusaha berhenti atau mengurangi kebiasaan merokok. Penelitian Kees *et al.*, (2010) dalam studinya menyatakan bahwa dengan adanya peringatan dalam bentuk gambar yang tegas atau menakutkan dapat membangkitkan rasa takut (*evoked fear*) perokok, dengan timbulnya rasa takut tersebut dapat memediasi gambar peringatan kesehatan atau *Pictorial Health Warning* pada niat perokok untuk berhenti merokok. Label peringatan rokok membantu meningkatkan respons kognitif terkait berhenti merokok. Boudreaux *et al.*, (2010) dalam studinya menyatakan bahwa timbulnya ketakutan (*evoked fear*) atau kecemasan berpengaruh positif terhadap niat untuk berhenti merokok.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jufri (2017) didapatkan hasil bahwa gambar peringatan kesehatan atau *Pictorial Health Warning* (PHW) pada kemasan rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan perilaku responden. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Laiya *et al.*, (2019) menyatakan bahwa gambar pada kemasan rokok sebagai media promosi kesehatan berpengaruh terhadap perilaku bahaya merokok pada responden.

Hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Nirwana *et al.*, (2021) dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa sebanyak 95 orang (59,0%) yang mempunyai persepsi baik tetapi tidak mau berubah sikapnya (berhenti merokok) setelah melihat gambar iklan peringatan bahaya merokok. Hasil penelitian (Nurullah, 2020 dalam Nasution, 2020) menunjukkan bahwa perokok mengetahui dan sadar dengan pesan peringatan bahaya merokok di setiap kemasan rokok akan tetapi perokok aktif tidak bisa berhenti karena menurut mereka suatu saat juga bisa berhenti saat dampak buruk rokok bagi kesehatan mereka derita (Nasution, 2020).

Adanya gambar pada kemasan rokok diharapkan dapat mempengaruhi perilaku dan merubah kebiasaan seseorang untuk berhenti merokok. Gambar akan memberikan gambaran grafis tentang komplikasi penyakit akibat merokok dan dengan gambar menakutkan yang tertera pada label rokok merupakan bagian dari informasi tentang bahaya rokok. Saat perokok membaca peringatan tentang bahaya merokok melalui pencantuman gambar menakutkan dikemasan rokok, dalam praktiknya, pesan peringatan tersebut sering diabaikan dan tetap memilih untuk tetap mengonsumsi rokok. Uraian diatas membuat peneliti tertarik meneliti pengaruh gambar peringatan kesehatan atau *pictorial health warning* terhadap intensitas berhenti merokok dengan timbulnya rasa takut sebagai mediasi, untuk perokok aktif pada mahasiswa Universitas Tanjungpura. Fenomena lain yang peneliti temukan terkait gambar peringatan kesehatan terhadap rasa takut dan intensitas merokok adalah pada studi pendahuluan yang telah dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap rasa takut dan intensitas berhenti merokok pada mahasiswa Universitas Tanjungpura

KAJIAN PUSTAKA

Pictorial Health Warning (PHW) tertuang dalam peraturan menteri kesehatan Republik Indonesia No. 56 Tahun 2017 dalam pasal (1) ayat (2) menjelaskan, "Peringatan kesehatan adalah gambar dan tulisan yang memberikan informasi mengenai bahaya merokok". Peringatan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok merupakan salah satu bentuk promosi kesehatan dan hal ini sangat penting yang bertujuan untuk memberikan kesempatan pada calon konsumen agar mempertimbangkan kembali untuk membeli produk yang dapat membahayakan kesehatan diri sendiri maupun orang disekitar saat merokok.

Gambar peringatan kesehatan *Pictorial Health Warning* (PHW) yang terdapat pada kemasan rokok atau gambar peringatan kesehatan pemasangan iklan bergambar penyakit mengerikan atau penyakit yang berbahaya dan angka sembuh yang sangat rendah juga disertai tulisan konotasi keras dan tegas bertujuan mencegah masyarakat agar tidak mengonsumsi atau berhenti merokok (Hamdan, 2015). *Pictorial Health Warning* (PHW) pada kemasan rokok sudah diterapkan oleh negara luar di dunia. Peringatan bahaya rokok selalu diulang setiap kali seseorang merokok atau setidaknya 20 kali dalam sehari. Menurut (Krisnasari, 2017 dalam Hakiki, 2020) mengatakan bahwa gambar peringatan kesehatan pada bungkus rokok pertama kali diterapkan di Kanada tahun 2001 dan efektif untuk meningkatkan

intensitas berhenti merokok dibandingkan peringatan yang hanya berupa tulisan saja.

Diyono & Anggraeni (2016) mengungkapkan pemerintah Indonesia bersama Kementerian Kesehatan dan *stakeholder* mewajibkan setiap kemasan rokok yang beredar diberi gambar peringatan kesehatan *Pictorial Health Warning* (PHW). Hal tersebut kemudian didukung oleh peraturan No. 109 Tahun 2012 yang menyatakan perintah bagi seluruh industri rokok di Indonesia untuk mencantumkan lima gambar peringatan kesehatan pada setiap kemasan rokok. Ukuran *Pictorial Health Warning* (PHW) atau gambar peringatan kesehatan di Indonesia telah ditetapkan sebesar 40% dari total luas bungkus rokok dan jika ditemukan terdapat perusahaan rokok yang tidak mematuhi peraturan atau tidak mencantumkan peringatan bahaya merokok, maka perusahaan akan dikenakan sanksi berupa hukuman pidana selama lima tahun dan denda sebesar Rp. 500.000.000,00 (Hamdan, 2015).

Menurut Perloff (2017) teori persuasi rasa takut secara umum dijabarkan dengan menggunakan pendekatan rasa takut (*fear appeal*) mempunyai dua aspek. Aspek pertama adalah ancaman, yaitu seberapa besar informasi atau pesan mengancam atau menakutkan bagi seseorang. Ancaman tersebut memiliki dua dimensi. Dimensi pertama adalah besarnya ancaman, apakah pesan persuasi berisi ancaman tinggi atau rendah. Contohnya adalah pesan persuasi mengenai bahaya berkendara motor tanpa helm. Pesan persuasi disebut mempunyai signifikansi ancaman yang tinggi jika dalam persuasi tersebut digambarkan bahaya berupa kematian bila seseorang berkendara tanpa helm. Pesan persuasi disebut mempunyai

signifikansi ancaman yang rendah jika risiko atau bahaya digambarkan secara rendah, contohnya pengendara yang tidak memakai helm berisiko mengalami cedera ringan di kepala. Kemudian dimensi kedua adalah tingkat kerentanan (*susceptibility*), yakni kemungkinan ancaman tersebut akan terjadi, risiko ancaman tersebut akan mengenai seseorang. Pesan persuasi bisa menggambarkan risiko bisa terjadi pada semua orang, bisa juga hanya menggambarkan risiko hanya terjadi pada orang tertentu. Merokok merupakan salah satu contohnya, pesan persuasi mengenai bahaya dari merokok menggambarkan bahaya merokok hanya terjadi pada orang yang merokok namun juga dapat digambarkan akan membahayakan semua orang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merokok merupakan kegiatan mengisap rokok. (Adicandra, 2017) menyatakan bahwa merokok merupakan aktivitas mengisap dan menghirup rokok atau asap rokok. Orang yang melakukan aktivitas merokok disebut perokok. Perokok dibedakan menjadi dua, yaitu perokok aktif dan perokok pasif, perokok aktif adalah perokok yang telah atau sedang mengonsumsi rokok, walaupun hanya sebatang perhari, atau mengonsumsi walau tidak sering, atau sekedar coba-coba. Sedangkan perokok pasif adalah perokok yang menghirup asap rokok disuatu tempat, atau ruangan dengan perokok.

Hutapea & Kustanti, 2017 menyatakan bahwa merokok merupakan kebiasaan yang dapat memberikan kenikmatan, serta dapat menimbulkan dampak buruk bagi perokok dan orang-orang disekitarnya. Hal ini juga didukung oleh (Prasetyo & Indrawati, 2016) menyatakan bahwa merokok

merupakan kebiasaan yang mengganggu dan merugikan bagi kesehatan. Perilaku merokok merupakan salah satu penyebab yang menimbulkan munculnya berbagai penyakit dan dapat membawa pada kematian.

Kata intensitas berasal dari kamus bahasa Inggris yaitu *intense* yang berarti semangat, giat (John M. Echols, 2000). Sedangkan menurut KBBI, intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Menurut Hazim (2005), bahwa: "Intensitas adalah kebulatan tenaga yang dikerahkan untuk suatu usaha". Intensitas secara sederhana dapat dirumuskan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan penuh semangat untuk mencapai tujuan. Jadi, intensitas berhenti merokok merupakan sebuah usaha perokok untuk berhenti atau tidak merokok sama sekali yang dilakukan dengan penuh tekad dan semangat.

Intensi atau niat berhenti merokok berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Driezen *et al.*, (2016), dapat diukur ketika perokok melihat gambar peringatan kesehatan yang terdapat di bungkus rokok, muncul pemikiran (*thoughts*) berupa: berkurangnya kenikmatan merokok, opini negatif tentang merokok, manfaat bagi kesehatan, memperhatikan label bahaya merokok, menerima nasehat untuk berhenti merokok, tambahan pengetahuan tentang bahaya merokok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pada seluruh mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak. Desain penelitian digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antar variabel, pengumpulan data dan analisis data, sehingga peneliti serta pihak yang berkepentingan mendapatkan

deskripsi yang jelas mengenai keterkaitan antara variabel yang terdapat dalam konteks penelitian dan hal apa saja yang harus peneliti lakukan dalam melaksanakan penelitian (Noor, 2017). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian adalah desain analitik dengan jenis penelitian korelasional dengan pendekatan *cross sectional*.

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan dijadikan dan menjadi sasaran penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perokok aktif mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus *unknown population* (Sugiyono, 2017). Maka jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 100 responden dengan kriteria mahasiswa aktif universitas tanjungpura dan perokok aktif.

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gambar peringatan kesehatan atau *Pictorial Health Warning* (PHW). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah rasa takut. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah intensitas berhenti merokok.

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang ditulis dan telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan secara jelas (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini, kuesioner berisikan persepsi perokok

tentang gambar peringatan kesehatan, rasa takut, dan intensitas berhenti merokok. Kuesioner berisikan pertanyaan tertutup dan terbuka. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala ordinal. Setiap variabel akan berisikan 6 pertanyaan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Ainul Hakiki pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh *Pictorial Health Warning* terhadap *Evoked Fear* dan Intensitas Berhenti Merokok Berdasarkan Tipe Perokok Ringan, Sedang dan Berat di Kota Pontianak" yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya

Kuisisioner telah diuji validitas pada penelitian sebelumnya, sehingga peneliti tidak melakukan uji validitas lagi pada kuisisioner. Seluruh item pertanyaan kuisisioner dinyatakan valid dengan nilai koefisien validasi sebesar 0.556-0.873 (Hakiki, 2021). Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Hakiki (2021) untuk setiap variabel dinyatakan reliabel dengan masing-masing nilainya sebagai berikut: *Pictorial Health Warning* (Gambar peringatan kesehatan) (X): 0.710, Rasa Takut (Y): 0.855, dan Intensitas Berhenti Merokok (Z): 0.800 (Hakiki, 2021).

Analisis univariat bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan mengenai tanggapan responden terhadap kuesioner yang telah disebar dalam bentuk tabel ringkas sehingga hasil tanggapan responden tersebut dapat menggambarkan variabel yang diteliti berdasarkan temuan yang diperoleh, untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh gambar peringatan kesehatan pada intensitas berhenti merokok dengan variabel mediasi rasa takut. Statistik deskriptif yang digunakan meliputi

nilai mean. Penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan mendeskripsikan karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, dan banyaknya jumlah rokok yang dihisap perhari.

Analisis bivariat yang dilakukan terhadap dua variabel yang diduga berhubungan atau berkorelasi (Notoatmodjo, 2018). Pada penelitian ini analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan gambar peringatan kesehatan terhadap rasa takut, gambar peringatan kesehatan terhadap intensitas berhenti merokok, dan rasa takut terhadap intensitas berhenti merokok. Analisis data akan menggunakan uji korelasi *Spearman* dengan dilakukan sebanyak tiga kali uji, yaitu variabel gambar peringatan kesehatan

terhadap variabel rasa takut, variabel gambar peringatan kesehatan terhadap variabel intensitas berhenti merokok, dan variabel rasa takut terhadap variabel intensitas berhenti merokok. Adapun cara untuk memutuskan apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu apabila $p \text{ value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a (hipotesis penelitian) diterima, yang berarti ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan bila $p \text{ value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a (hipotesis penelitian) ditolak yang berarti tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Gunawan, 2017). Selain itu juga, analisis *Spearman* juga dapat melihat seberapa besar korelasi antar variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Laki-laki	103	96,26 %
Perempuan	4	3,74 %
Total	107	100 %

Sumber: Data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh bahwa sebagian besar

responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 103 orang (96,26 %) dan 4 orang (3,74 %) berjenis kelamin perempuan

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
< 18 Tahun	1	0,93 %
19 - 20 Tahun	23	21,49 %
21 - 23 Tahun	77	71,96 %
24 - 25 Tahun	5	4,67 %
> 25 Tahun	1	0,93 %
Total	107	100%

Sumber: Data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh sebagian besar responden berusia 21 - 23 tahun sebanyak 77 orang (71,96 %),

usia 19 - 20 tahun sebanyak 23 orang (21,49 %), usia 24 - 25 tahun sebanyak 5 orang (4,67 %), serta <18 tahun dan > 25 tahun masing-masing sebanyak 1 orang.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Rokok yang Dihisap

Jumlah Rokok yang Dihisap	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1 - 10 Batang	70	65,42 %
11 - 20 Batang	26	24,29 %
> 20 Batang	11	10,28 %
Total	107	100 %

Sumber: Data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh bahwa sebagian besar responden menghabiskan 1 - 10 batang rokok dalam sehari yaitu

sebanyak 70 orang (65,42 %), sebanyak 26 responden (24,29%) menghabiskan 11 - 20 batang, dan 11 responden (10,28 %) menghabiskan >20 batang dalam sehari.

2. Tanggapan Responden terhadap

Tanggapan responden dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai mean, nilai mean didapat dari pengurangan tanggapan tertinggi dikurangi tanggapan terendah kemudian dibagi menjadi

tiga kategori, sangat memerhatikan, memerhatikan, kurang memerhatikan untuk variabel gambar peringatan kesehatan, kategori tinggi, sedang dan rendah untuk variabel rasa takut dan intensitas berhenti merokok.

Tabel 4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Gambar Peringatan Kesehatan

Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Sangat Memerhatikan	48	44,86 %
Memerhatikan	55	51,40 %
Kurang Memerhatikan	4	3,74%
	107	100 %

Sumber: data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh bahwa sebagian besar responden memerhatikan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok

sebanyak 55 responden (51,40%), sangat memerhatikan sebanyak 48 responden (44,86 %), dan kurang memerhatikan sebanyak 4 responden (3,74 %).

Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Rasa Takut

Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Tinggi	38	35,51%
Sedang	57	53,27%
Rendah	12	11,22%
	107	100 %

Sumber: data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh bahwa sebagian besar responden memiliki rasa takut sedang sebanyak 57 responden (53,27%), responden

yang memiliki rasa takut tinggi sebanyak 38 responden (35,51 %), dan responden yang memiliki rasa takut rendah sebanyak 12 responden (11,22%).

Tabel 6. Tanggapan Responden terhadap Variabel Intensitas Berhenti Merokok

Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Siap	51	47,66%
Kurang Siap	52	48,60%
Tidak Siap	4	3,74%
	107	100 %

Sumber: data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa dari 107 responden, diperoleh bahwa sebagian besar responden kurang siap dalam berhenti merokok atau intensitas berhenti merokok sedang yaitu sebanyak 52 responden (48,60%), 51 responden (47,66%) memiliki intensitas berhenti merokok tinggi atau responden siap berhenti merokok, dan 4 responden (3,74%) memiliki intensitas berhenti merokok rendah atau tidak siap berhenti merokok.

3. Analisis Bivariat

Analisa bivariat dilakukan untuk mengetahui pengaruh gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap rasa takut, pengaruh rasa takut terhadap intensitas berhenti merokok, dan pengaruh gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap intensitas berhenti merokok dengan menggunakan uji statistik yaitu uji korelasi *Spearman*. Adapun hasil yang didapatkan sebagai berikut

Tabel 7. Variabel Gambar Peringatan Kesehatan Terhadap Rasa Takut Correlations

		Gambar Peringatan Kesehatan	Rasa Takut
Spearman's rho	Gambar Peringatan Kesehatan	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	107
	Rasa Takut	Correlation Coefficient	.698**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	107

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji statistik korelasi dengan menggunakan uji *Spearman's Rank*, didapatkan nilai *Correlation Coefficient* yaitu 0,698 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat. Hasil nilai *Correlation Coefficient* juga menunjukkan arah

hubungan yang positif, semakin tinggi perhatian terhadap gambar peringatan kesehatan maka semakin tinggi pula rasa takut. Hasil nilai *Sig. (2-tailed)* yaitu 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel yang diuji (H_1 diterima, H_0 ditolak).

Tabel 8. Variabel Rasa Takut Terhadap Intensitas Berhenti Merokok

Correlations			Rasa Takut	Intensitas Berhenti Merokok
Spearman's rho	Rasa Takut	Correlation Coefficient	1.000	.730**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	107	107
	Intensitas Berhenti Merokok	Correlation Coefficient	.730**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	107	107

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian Olahan

Hasil uji statistik korelasi dengan menggunakan uji *Spearman's Rank*, didapatkan nilai *Correlation Coefficient* yaitu 0,730 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat. Hasil nilai *Correlation Coefficient* juga menunjukkan arah

hubungan yang positif, semakin tinggi rasa takut maka semakin tinggi pula intensitas berhenti merokok. Hasil nilai *Sig. (2-tailed)* yaitu 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel yang diuji (H_2 diterima, H_0 ditolak).

Tabel 9. Variabel Gambar Peringatan Kesehatan Terhadap Intensitas Berhenti Merokok

Correlations			Gambar Peringatan Kesehatan	Intensitas Berhenti Merokok
Spearman's rho	Gambar Peringatan Kesehatan	Correlation Coefficient	1.000	.569**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	107	107
	Intensitas Berhenti Merokok	Correlation Coefficient	.569**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	107	107

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data olahan penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji statistik korelasi dengan menggunakan uji *Spearman's Rank*, didapatkan nilai *Correlation Coefficient* yaitu 0,569 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat. Hasil nilai *Correlation Coefficient* juga menunjukkan arah hubungan yang positif, semakin tinggi perhatian terhadap gambar peringatan kesehatan maka semakin tinggi pula intensitas berhenti merokok. Hasil nilai *Sig. (2-tailed)* yaitu 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel yang diuji (H_0 diterima, H_0 ditolak).

PEMBAHASAN

Analisis Univariat

1. Jenis Kelamin

Prevalensi merokok di Indonesia sangat tinggi di berbagai lapisan masyarakat, terutama pada laki-laki mulai dari anak-anak, remaja dan dewasa. Kecenderungan merokok terus meningkat dari tahun ke tahun baik pada laki-laki dan perempuan. Prevalensi perokok 16 kali lebih tinggi pada laki-laki (65,8%), dibandingkan perempuan (4,2%) (Nirwana et al., 2021)

Berdasarkan hasil penelitian ini responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki yaitu sejumlah 105 responden (96,63%). Data WHO pada tahun 2011, menyebutkan bahwa perokok tidak saja dilakukan oleh pria, namun juga oleh wanita. Data global menyatakan bahwa 63% pria adalah perokok dan sisanya sebanyak 4,5% adalah perokok wanita (WHO, 2011) Sedangkan statistik perokok dari kalangan remaja Indonesia, yaitu 24,1% remaja pria adalah perokok dan 4,0% remaja wanita adalah perokok (Munir, 2019), namun tetap saja perokok aktif didominasi oleh laki-laki, hal ini dikarenakan mayoritas laki-laki

banyak melakukan kegiatan atau pekerjaan diluar rumah.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanti dkk pada tahun 2021 menyatakan hasil uji *Somer'D* diperoleh nilai = 0,071 artinya kekuatan hubungan pekerjaan dengan perilaku merokok dalam kategori lemah, berpola positif, artinya jenis pekerjaan ke arah area luar rumah/gedung seperti ladang, perkebunan, pabrik, ada kecenderungan memiliki resiko berperilaku merokok. Menurut Yanti dkk hal tersebut terjadi berkaitan dengan karakteristik responden yang sebagian besar adalah petani dan buruh (72,2%) atau sebanyak 208 responden, dan pekerjaan tersebut mayoritas dilakukan oleh laki-laki.. Menurut hasil survei, mereka menghisap rokok untuk melepas lelah saat beristirahat dari pekerjaannya sehari-hari, sama halnya dengan mahasiswa yang banyak melakukan aktifitas atau pekerjaan tambahan diluar rumah (Yanti et al., 2021).

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Fernanto dkk (2015), yang menunjukkan adanya hubungan pekerjaan terhadap perilaku merokok di Kota Pontianak. Jika terdapat lingkungan ataupun pengaruh interaksi sosial dengan orang lain yang memungkinkan adanya stimulus untuk merokok, maka seseorang akan cenderung berperilaku merokok. Sama halnya dengan pengertian perilaku kerja yang merupakan hasil interaksi dengan orang lain dalam suatu lingkungan kerja sehingga akan memengaruhi sikap dan keyakinan seseorang terhadap sesuatu, begitu pula perilaku seseorang akan terbentuk selama ia bekerja (Fernanto et al., 2015).

2. Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagian besar responden berusia 21-23 tahun (73,39%). Rentang usia tersebut seseorang sudah melewati masa awal dan masih dalam menyesuaikan diri terhadap pola-pola kehidupan dan harapan-harapan sosial baru, dikatakan sebagai masa sulit bagi individu karena pada masa kini seseorang dituntut untuk melepaskan ketergantungannya terhadap orang tua dan berusaha untuk bisa mandiri.

Pada masa remaja, ada sesuatu yang lain yang sama pentingnya dengan kedewasaan, yaitu solidaritas kelompok dan melakukan apa yang dilakukan oleh kelompok. Apabila dalam suatu kelompok remaja telah melakukan kegiatan merokok maka individu remaja merasa harus melakukannya juga. Individu remaja tersebut mulai merokok karena individu dalam kelompok remaja tersebut tidak ingin dianggap sebagai orang asing, bukan karena individu tersebut menyukai rokok (Tandang, 2018).

Salah satu contoh solidaritas dalam kelompok adalah teman. Teman adalah salah satu faktor perilaku merokok, teman tersebut akan menularkan kebiasaan merokok kepada teman yang lain dengan cara menceritakan tentang kenikmatan merokok atau sebagai wujud dari solidaritas kelompok. Dari teman sebaya ini kemudian mereka yang belum merokok menginterpretasi bahwa dengan merokok dia akan mendapatkan kenyamanan, dan atau dapat diterima oleh kelompok, dari hasil interpretasi tersebut kemungkinan remaja membentuk dan memperkuat *anticipatory belief*, yaitu *belief* yang mendasari bahwa remaja membutuhkan pengakuan teman sebaya (Munir, 2019).

Selain remaja atau kaum muda membutuhkan pengakuan teman sebaya terdapat iklan yang ditampilkan produsen rokok di media massa juga menjadi faktor perilaku merokok menunjukkan gaya hidup modern, iklan rokok menampilkan image yang bagus seperti macho, kuat, jantan dan gagah perkasa. Selain itu, iklan rokok juga dibalut kalimat-kalimat motivasi dan menarik bagi kalangan muda, karena produsen rokok ingin menjerat kalangan muda sehingga akan merokok sampai tua (Nirwana et al., 2021).

3. Jumlah Rokok yang Dihisap Dalam Sehari

WHO mengategorikan perokok ringan apabila menghisap 1-10 batang rokok per hari, perokok sedang apabila menghisap 11-20 batang rokok per hari dan perokok berat apabila menghisap lebih dari 20 batang rokok per hari (Yanti et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagian besar responden menghabiskan 1-10 batang rokok dalam sehari (66,97%). Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perokok ringan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir pada tahun 2018 menyatakan bahwa mayoritas responden pada penelitiannya menghisap 1-10 batang rokok per hari dengan jumlah sebanyak 32 responden (64%) (Munir, 2019). Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti pada tahun 2019 yang menyatakan bahwa 63,64% dari respondennya merokok kurang dari 10 batang rokok per harinya. sehingga perilaku merokok dikategorikan menjadi perokok ringan (Astuti, 2019).

Perokok ringan dapat dikatakan paling mudah dalam berhenti merokok, berdasarkan tips

berhenti merokok yang dipaparkan oleh kemenkes salah satunya adalah pengurangan yaitu mengurangi jumlah rokok yang dihisap setiap hari dikurangi secara berangsur-angsur dengan jumlah yang sama sampai 0 batang pada hari yang ditetapkan (Kemenkes, 2017), hal ini dapat disimpulkan bahwa perokok ringan (1-10 batang/hari) mempunyai waktu yang singkat dalam upaya berhenti merokok dengan cara pengurangan dibanding perokok sedang (11-20 batang/hari) dan perokok berat (>20 batang/hari) yang membutuhkan waktu lebih lama dibanding perokok ringan, dengan waktu yang singkat diharapkan perokok semakin terhindar dari *relaps*. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh silvia, ditemukan bahwa responden yang paling banyak berpengaruh atau merasa diperingati adalah perokok remaja dengan kategori perokok ringan (Anggelina & Trisnadoli, 2020).

Analisis Bivariat

Pengaruh Gambar Peringatan Kesehatan pada Kemasan Rokok terhadap Rasa Takut

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pengaruh gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap rasa takut. Dari hasil penelitian ini sebagian besar responden memerhatikan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok (51,38%). Semakin tinggi perhatian terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok maka semakin tinggi pula rasa takut.

Dalam penelitian Stephani pada tahun 2015 didapatkan 24 responden menyatakan bahwa gambar pada kemasan rokok menjijikkan, 39 responden menyatakan menakutkan, dan semua responden menyatakan

gambar peringatan kesehatan yang terbaru lebih jelas bahayanya (Hamdan, 2015).

Berdasarkan analisis kualitatif pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Mariyamah (2020) diketahui hubungan sikap terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok dengan melakukan wawancara mendalam menunjukkan bahwa sebagian besar informan merasa takut dan jijik terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok dan ingin mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok tersebut (Mariyamah et al., 2020).

Menurut Nirwana dkk (2021), perokok aktif melihat gambar iklan peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok setiap hari akan menjadi biasa dan tidak menimbulkan efek rasa takut, mungkin pada awal-awalnya saja mereka akan merasa takut dengan tampilan gambar iklan bahaya rokok pada bungkus rokok tersebut. Gambar yang dilihat secara berulang-ulang dan pada kenyataannya tidak menimbulkan seperti yang digambarkan tersebut pada diri perokok aktif tersebut membuat mereka menjadi kebal terhadap informasi tersebut dan tidak lagi mepedulikan gambar peringatan bahaya rokok yang ada pada bungkus rokok (Nirwana et al., 2021).

Pengaruh Rasa Takut terhadap Intensitas Berhenti Merokok

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pengaruh rasa takut terhadap intensitas berhenti merokok. Dari hasil penelitian ini sebagian besar responden memiliki rasa takut sedang (53,21%) . semakin tinggi rasa takut maka semakin tinggi pula intensitas berhenti merokok. Hal ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stephani pada tahun 2015 menyatakan bahwa gambar penyakit yang terdapat pada kemasan rokok lebih dihayati memperingatkan mengenai bahaya merokok dan memberikan kesan takut sehingga cukup mendorong seseorang untuk meningkatkan intensitas berhenti merokok (Hamdan, 2015).

Presepsi terhadap bahaya dalam penelitian yang dilakukan oleh Christy (2019) memberikan keefektifan sebesar 52,4% pada intensitas berhenti merokok. Hal ini dapat terjadi dikarenakan sebagian besar responden penelitian merasa takut akan menderita berbagai penyakit yang merupakan risiko dari merokok dan berpengaruh terhadap intensitas berhenti merokok (Christy, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Chisty mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni & Diyono (2016) menemukan bahwa 51 dari 100 responden menyatakan merasa takut terhadap peringatan bahaya merokok yang ada pada kemasan rokok (Diyono & Anggraeni, 2016).

Berdasarkan analisis kualitatif pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Mariyamah (2020) diketahui hubungan sikap terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok dengan melakukan wawancara mendalam menunjukkan bahwa sebagian besar informan merasa takut dan jijik terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok dan ingin mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. (Mariyamah et al., 2020).

Perasaan takut yang dirasakan dapat terjadi dikarenakan responden turut serta merasakan risiko dari merokok yang tercantum dalam Gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Dengan adanya

perhatian dan perasaan takut tersebut diharapkan dapat meningkatkan persepsi tentang bahaya merokok dan diharapkan berpengaruh terhadap intensitas berhenti merokok.

Pengaruh Gambar Peringatan Kesehatan pada Kemasan Rokok terhadap Intensitas Berhenti Merokok

WHO menyatakan bahwa “iklan anti rokok dan sistem peringatan yang menggunakan “*graphic content*” (terutama yang menggunakan gambar) dapat mengurangi jumlah anak yang merokok dini dan peningkatan jumlah perokok yang berhenti merokok. Peringatan yang mengandung ancaman dapat mengajak perokok untuk lebih peduli pada lingkungan sekitarnya (perokok pasif dan anak-anak) (WHO, 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pengaruh gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok terhadap intensitas berhenti merokok. Dari hasil penelitian ini sebagian besar responden memerhatikan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok (51,38%). Semakin tinggi perhatian terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok maka semakin tinggi pula intensitas berhenti merokok.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stephani (2015) menyatakan gambar penyakit kanker mulut disepakati oleh seluruh responden penelitian tersebut sebagai gambar yang paling menakutkan dan secara signifikan membuat mereka ingin berhenti merokok. Stephani menyatakan bahwa gambar peringatan kesehatan dengan kombinasi gambar kanker mulut dan penyakit lainnya disertai tulisan singkat terbukti lebih efektif

dalam mempengaruhi perokok agar berhenti merokok (Hamdan, 2015).

Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Mayasari dkk (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ancaman pada kemasan rokok maka semakin tinggi pula tingkat ketakutan dari seorang perokok. peningkatan level ancaman meingkatkan reaksi emosional diantara para perokok, meningkatkan rasa takut yang berujung pada keinginan untuk mengurangi intensitas merokok dan akhirnya berhenti merokok (Mayasari, et al., 2018).

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Mariyamah pada tahun 2020 yang menyimpulkan bahwa pencantuman gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok tidak efektif dilakukan untuk meningkatkan kesadaran seseorang terhadap bahaya merokok. Perokok mengetahui dan dapat memaknai dengan jelas adanya gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Pengetahuan perokok terhadap gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok tersebut tidak membuat para perokok untuk berhenti merokok, mereka tetap mengkonsumsi rokok karena pengalaman mereka menjelaskan bahwa mereka tidak pernah menderita akibat mengkonsumsi rokok (Mariyamah et al., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, dengan rentang usia terbanyak

yaitu usia 21 - 23 tahun, serta karakteristik responden berdasarkan jumlah rokok yang dihisap sebagian besar responden menghabiskan 1 - 10 batang rokok perharinya.

2. Data distribusi gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok diketahui bahwa sebagian besar responden memerhatikan Gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok yaitu sejumlah 56 responden, sedangkan sangat memerhatikan sejumlah 49 responden, dan kurang memerhatikan sejumlah 4 responden.
3. Data distribusi gambaran rasa takut diperoleh sebagian besar responden memiliki rasa takut sedang sejumlah 58 responden, sedangkan responden yang memiliki rasa takut tinggi sejumlah 39 responden, dan responden yang memiliki rasa takut rendah sejumlah 12 responden.
4. Data distribusi intensitas berhenti merokok ditemukan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas berhenti merokok sedang sejumlah 53 responden, 52 responden memiliki intensitas berhenti merokok tinggi, dan 4 responden memiliki intensitas berhenti merokok rendah.
5. Terdapat hubungan atau pengaruh gambar peringatan pada kemasan rokok terhadap rasa takut pada perokok aktif mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak dengan kekuatan hubungan antar variabel pada taraf kuat.
6. Terdapat hubungan atau pengaruh rasa takut terhadap intensitas berhenti merokok pada perokok aktif mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak dengan kekuatan

hubungan antar variabel pada taraf kuat.

7. Terdapat hubungan atau pengaruh gambar peringatan pada kemasan rokok terhadap intensitas berhenti merokok pada perokok aktif mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak dengan kekuatan hubungan antar variabel pada taraf kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adicandra, A. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Berdasarkan Blue Ocean Strategy Pada Pt. Inti Lautan Fajar Abadi. *Agora*, 5(1), 1-7.
- Andrews, J. C., Netemeyer, R. G., Burton, S., & Kees, J. (2016). Effects Of Plain Package Branding And Graphic Health Warnings On Adolescent Smokers In The Usa, Spain And France. *Tobacco Control*, 25(E2), E120-E126. <https://doi.org/10.1136/Tobaccocontrol-2015-052583>
- Anggelina, S., & Trisnadoli, A. (2020). Analisis Efektivitas Pesan Film Animasi 3d Bahaya Rokok Terhadap Perokok Aktif Remaja Dan Dewasa. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 115-124. <https://doi.org/10.33633/Andharupa.V6i1.3209>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ardelia, V., & Dewi, T. K. (2018). Intensi Berhenti Merokok Pada Wanita Emerging Adult Ditinjau Dari Prediktor Theory Of Planned Behavior. *Insan Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 2(2), 111. <https://doi.org/10.20473/Jpk>
- m.V2i22017.111-119
- Boudreaux, E. D., Moon, S., Baumann, B. M., Camargo, C. A., O'hea, E., & Ziedonis, D. M. (2010). Intentions To Quit Smoking: Causal Attribution, Perceived Illness Severity, And Event-Related Fear During An Acute Health Event. *Annals Of Behavioral Medicine*, 40(3), 350-355. <https://doi.org/10.1007/s12160-010-9227-z>
- Christy, M. A. (2019). Persepsi Risiko Sebagai Mediator Hubungan Antara Perhatian Terhadap Picture Health.
- Depkes Ri. (2014). *Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia* (Pp. 1-11). Pp. 1-11. Kemenkes Ri.
- Deviyanti M. (2021). *Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Cosmetic Sungguminasa*. 1-104. Retrieved From [http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/Skripsi Deviyanti M %282017212211.pdf?sequence=1 &isallowed=Y](http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/Skripsi%20Deviyanti%20M%2017212211.pdf?sequence=1&isallowed=Y)
- Diyono, & Anggraeni, D. (2016). Hubungan Persepsi Terhadap Label Peringatan Bahaya Rokok Pada Kemasan Rokok Dengan Kebiasaan Merokok Di Kelurahan Nusukan Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta. *Kosala: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 4(1), 38-46. <https://doi.org/10.37831/jik.v4i1.82>
- Donovan, R., & Henley, N. (2010). *Principles And Practice Of Social Marketing An International Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Driezen, P., Abdullah, A. S., Quah, A. C. K., Nargis, N., & Fong, G. T. (2016). Determinants Of Intentions To Quit Smoking

- Among Adult Smokers In Bangladesh: Findings From The International Tobacco Control (Itc) Bangladesh Wave 2 Survey. *Global Health Research And Policy*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/S41256-016-0012-9>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th Ed.). Lumajang.
- Fernanto, P., Saptiko, & Pratiwi, S. E. (2015). Terhadap Perilaku Merokok Di Kota Pontianak Tahun. *Jurnal Mahasiswa Pspd Fk Universitas Tanjungpura*, Vol 5,.
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan* (1st Ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gallopel-Morvan, K., Gabriel, P., Le Gall-Ely, M., Rieunier, S., & Urien, B. (2013). Plain Packaging And Public Health: The Case Of Tobacco. *Journal Of Business Research*, 66(1), 133-136. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2012.09.004>
- Hakiki, A. (2021). Pengaruh Pictorial Health Warning Terhadap Evoked Fear Dan Intensitas Berhenti Merokok Berdasarkan Tipe Perokok Ringan , Sedang , Dan Berat Di Kota Pontianak. *Skripsi*.
- Kees, J., Burton, S., Craig Andrews, J., & Kozup, J. (2010). Understanding How Graphic Pictorial Warnings Work On Cigarette Packaging. *Journal Of Public Policy And Marketing*, 29(2), 265-276. <https://doi.org/10.1509/Jppm.29.2.265>
- Kemenkes. (2017). Pedoman Dan Standar Etik Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Nasional. *Kementerian Kesehatan Ri*, 1-158.
- Kumalasari, I. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berhenti Merokok pada Santri Putra Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Euginia*, 1(1), 1-14. Retrieved From <http://fkm.unsrat.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/Jurnal-Euginia.Doc>
- Kusumawardani, N., Tarigan, I., Suparmi, & Schlottheuber, A. (2018). Socio-Economic, Demographic And Geographic Correlates Of Cigarette Smoking Among Indonesian Adolescents: Results From The 2013 Indonesian Basic Health Research (Riskesdas) Survey. *Global Health Action*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/16549716.2018.1467605>
- Mayasari, Sudarjat, H., & Sholih, M. G. (2018). Pengaruh Peringatan Visual Iklan Kemasan Rokok: Pengukuran Tingkatan Perasaan Takut Yang Dibedakan Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia Effects Of Visual Warning On Cigarette Packaging Advertisement: Measuring The Impact Of Threat Levels On The Level Of F. *Politikom Indonesia*, 3(2), 196-201.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Pt Rineka Cipta.
- Nurmala, I., Rahman, F., Nugroho, A., Erlyani, N., Laily, N., & Anhar, Yulia, V. (2018). *Buku Promosi Kesehatan* (1st Ed.; Zadina, Ed.). Surabaya: Airlangga University Press.
- Perloff, R. M. (2017). The Dynamics Of Persuasion: Communication And Attitudes In The 21st Century. In *The Dynamics Of Persuasion: Communication And Attitudes In The Twenty-First Century* (1st Ed.). London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- <https://doi.org/10.4324/9781315657714>.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2016). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (5th Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- World Health Organization. (2015). Global Adult Tobacco Survey. Retrieved From World Health Organization Website:
- Yanti, D. E., Aprilia, A., Jaya, A., Pratama, R. Y., & Candesa, N. B. (2021). Hubungan Pekerjaan Dengan Perilaku Merokok Di Wilayah Kerja Puskesmas Bumi Emas Lampung Timur. *Jurnal Dunia Kesmas*, 10(1), 51-55. [Doi.Org/10.33024/Jdk.V10i1.3240](https://doi.org/10.33024/Jdk.V10i1.3240)
- Yong, H. H., Fong, G. T., Driezne, P., Borland, R., Quah, A. C. K., Sirirassamee, B., ... Omar, M. (2013). Adult Smokers' Reactions To Pictorial Health Warning Labels On Cigarette Packs In Thailand And Moderating Effects Of Type Of Cigarette Smoked: Findings From The International Tobacco Control Southeast Asia Survey. *Nicotine And Tobacco Research*, 15(8), 1339-1347. <https://doi.org/10.1093>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23. [Doi.Org/10.18592/Tarbiyah.V7i1.2100](https://doi.org/10.18592/Tarbiyah.V7i1.2100)