

Hubungan Iklan Rokok Dengan Perilaku Remaja Laki-Laki Di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes

Dewi Sulistyoningrum

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Brebes

Suci Fitriana Pramudya Wardani

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Brebes

Raden Roro Amanda Resti Naranadiya

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Brebes

Address : Jl. Jatibarang Km. 8 Janegara Brebes
Corresponding author : dewisulistyo17@gmail.com

Abstract. *Background: Smoking is common among adults and teenagers, especially men. This lifestyle is one of the biggest problems facing the world of health because it causes almost 6 million deaths every year. More than 5 million people die from smoking, while 600 thousand people die from exposure to cigarette smoke. Method: This research uses a quantitative research type, analytical approach, cross-sectional study design. The population in this study were male teenagers in Limbangan Wetan Village, Brebes Regency. Sampling used simple random sampling with a total sample of 30 male teenagers. This research was conducted using the interview method and data collection tools, namely questionnaires. Results: Research shows that the most common age of smokers is 18-24 years old (50%), the highest level of education is high school graduation (56.7%), the highest number of types of smokers smoked is 11-20 cigarettes per day (36.7%), 20 respondents were exposed to cigarette advertising (66.7%) and 26 people smoked (86.7%). Conclusion: there is a significant relationship between cigarette advertising and the behavior of adolescent boys in the Limbangan Wetan Village, Brebes Regency.*

Keywords: *Cigarette advertising, smoking behavior, teenage boys.*

Abstrak: Latar Belakang: Merokok merupakan hal yang umum di kalangan orang dewasa dan remaja, terutama laki-laki. Gaya hidup ini adalah salah satu masalah terbesar yang dihadapi dunia kesehatan karena menyebabkan hampir 6 juta kematian setiap tahunnya. Lebih dari 5 juta orang meninggal karena merokok, sedangkan 600 ribu orang meninggal karena paparan asap rokok. Metode: Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, pendekatan analitik, desain studi *Cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 30 remaja laki-laki. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara dan alat pengumpul data yaitu kuesioner. Hasil: Penelitian menunjukkan bahwa usia perokok paling banyak adalah usia 18-24 tahun (50%), Tingkat pendidikan yang paling banyak adalah pendidikan tamat SMA (56,7 %), jumlah tipe perokok yang dihisap paling banyak adalah 11-20 batang perhari (36,7 %), responden yang terpapar iklan rokok sebanyak 20 orang (66,7 %) dan yang meokok sebanyak 26 orang (86,7 %). Kesimpulan: ada hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan perilaku remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes.

Kata kunci: Iklan rokok, perilaku merokok, remaja laki-laki,

LATAR BELAKANG

Merokok merupakan hal yang umum di kalangan orang dewasa dan remaja, terutama laki-laki. Gaya hidup ini adalah salah satu masalah terbesar yang dihadapi dunia kesehatan karena menyebabkan hampir 6 juta kematian setiap tahunnya. Lebih dari 5 juta orang

meninggal karena merokok, sedangkan 600 ribu orang meninggal karena paparan asap rokok (Istiqomah D,dkk, 2016).

Kematian tersebut disebabkan oleh penghirupan asap rokok yang mengandung lebih dari 4000 bahan kimia yang sebagian besar bersifat racun seperti zat radioaktif (*polonium-201*), bahan cat (*acetone*), pembersih lantai (*ammonia*), racun serangga (DDT), gas beracun (*hydrogen cyanide*), tar, nikotin dan karbon monoksida (Simbolon P, dkk, 2018). Zat-zat tersebut dapat menyebabkan kanker, gangguan jantung dan gangguan pernafasan seperti sesak nafas, penyakit paru obstruktif kronis seperti *bronchitis* dan *emfisima* serta gangguan kehamilan pada perempuan (Prabawati N, 2016). Meskipun banyak publisitas mengenai bahaya merokok praktik merokok masih tetap terjadi di semua kalangan (Utami N, 2020).

Indonesia menempati urutan ketiga di dunia dengan jumlah perokok terbanyak setelah cina dan india. Menurut data *world health organization* (WHO) tahun 2008 menyatakan jumlah perokok di dunia mencapai 1.1 miliar orang. Jumlah terus meningkat hingga di tahun 2015 mencapai 2,8 miliar orang dimana setiap tahun 5 juta orang meninggal akibat penyakit yang disebabkan oleh rokok. Data *global youth tobacco survey* tahun 2001. Indonesia memiliki pravelensi perokok data tertinggi sebanyak 66% pada remaja, di tahun 2004 turun sejumlah 20,3% pada laki-laki 36%, dan perempuan 4,3 %, dan di tahun 2015 perokok laki-laki meningkat 67% dan perokok perempuan turun menjadi 3%.

Berdasarkan hasil riset kesehatan daerah dasar (Riskesdas) pravelensi perokok di Indonesia semakin meningkat di setiap tahunnya, Data pada tahun 2007 yaitu 34,2% , Di tahun 2010 terjadi peningkatan sejumlah 34,7% dan di tahun 2013 pravelensi perokok mengalami kenaikan yaitu sebesar 36,3%, kemudian pravelensi naik kembali ditahun 2014 mencapai 40%, Kemudian di tahun 2015 pravelensi meningkat 5% menjadi 45%, dan data dari survey indikator kesehatan nasional (Sirkesnas) 2016 menyatakan pravelensi terus meningkat pesat yaitu sebesar 58,8 % (Riskesdas, 2018)

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2021) diperoleh pada Provinsi Jawa Tengah bahwa persentase merokok pada penduduk usia 15 – 24 tahun mengalami kenaikan 20,93 % pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu 19,92 %. Salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki angka perokok peringkat ke tiga adalah Brebes. Pada tahun 2019 di Kabupaten Brebes memiliki persentasi penduduk usia 15-24 tahun yang merokok dalam sebulan terakhir sebanyak 18,80 % dan mangalami peningkatan pada tahun 2021 menjadi 24,19 %.

Masa remaja yaitu suatu tahap perkembangan individu dimana seseorang sedang mencari jadi dirinya. Batas usia remaja awal adalah umur 12 sampai 16 tahun. Pada masa

remaja, seseorang melewati tahapan perkembangan identitas dan kebingungan identitas. Remaja pada masa ini cenderung memiliki hubungan yang lebih dekat dengan teman dibandingkan dengan keluarga dan lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman, sehingga remaja lebih mudah terpengaruh oleh temannya. Rata-rata, remaja menghabiskan waktu dua kali lebih banyak dalam sehari dengan teman dibandingkan dengan orang tuanya (Alravidio Ma'ruf, dkk, 2019).

Kebanyakan remaja menuntut dan menginginkan kebebasan, namun mereka sering takut mengambil tanggung jawab atas konsekuensinya dan meragukan kemampuan mereka untuk mengatasi masalah. Hal ini disebabkan karena remaja belum mempunyai banyak pengetahuan untuk mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai bidang. Selain itu, remaja pada masa ini ingin mengetahui siapa dirinya dan kemana arah hidupnya (Joko Prihanto, dkk, 2023)

Lingkungan media yang beragam menjadi salah satu pemicu perilaku merokok pada remaja. Perkembangan media melahirkan tantangan baru dalam kesehatan. Para remaja beresiko mendapat terpapar rentang rokok dari berbagai sumber, mulai dari pergaulan teman yang merokok, orang tua yang merokok, hingga iklan rokok. Berdasarkan Global Youth Tobacco Survey (2018) didapatkan 65,2% remaja di Indonesia berusia 13-15 tahun mengetahui adanya iklan atau promosi rokok di tempat penjualan dan 60,9% mengetahui adanya iklan atau promosi rokok di media luar ruang dalam satu bulan terakhir.

Gencarnya iklan, promosi, dan sponsor rokok dapat berdampak pada semakin meningkatnya prevalensi merokok pada remaja. Iklan, promosi, dan sponsor rokok yang dimaksud adalah iklan atau promosi yang dilakukan oleh perusahaan rokok berupa iklan luar ruang dalam bentuk baliho atau poster. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa iklan, promosi, dan sponsor rokok menimbulkan keinginan remaja untuk mulai merokok, mendorong remaja perokok untuk terus merokok dan mendorong remaja yang telah berhenti merokok untuk kembali merokok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Megantoro (2018) bahwa terdapat pengaruh antara iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis di tahun 2019 juga menunjukkan bahwa sebanyak 98,2% yang merokok pernah terpapar dengan iklan rokok dan menyatakan bahwa iklan rokok dapat mendapat seseorang untuk merokok.

Iklan rokok memiliki sasaran kalangan muda dengan cenderung menampilkan bahwa perokok adalah lambang kejantanan yang membuat remaja dapat terpicu untuk mengikuti perilaku seperti iklan tersebut. Paparan iklan rokok yang terus menerus baik secara langsung maupun tidak langsung dapat memasuki alam bawah sadar remaja dan berhasil memberikan

persuasi remaja sehingga remaja merasa merokok adalah hal yang umum, wajar, dan sangat biasa untuk dilakukan. Remaja yang sedang dalam usia pembentukan jadi diri akan tertarik dengan citra positif yang ditawarkan oleh iklan rokok (Damang S, dkk, 2019). Berdasarkan hal ini maka peneliti ingin melihat dan menganalisa hubungan iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes.

KAJIAN TEORITIS

Periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang, atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan hanyalah salah satu contoh untuk mengenalkan produk atau jasa yang ingin dipasarkan kepada pasar sasaran. Namun iklan sangat berperan penting dalam dunia pemasaran. Tujuan iklan sangat tergantung dari setiap perusahaan, baik untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan (Kotler, 1988:280).

Iklan melalui televisi mempunyai dua segmen dasar yaitu penglihatan (visual) dan (audio), misalnya kata-kata, musik, atau suara lain. Proses penciptaannya biasa dimulai dengan gambar karena televisi lebih unggul didalam teknik gambarnya yang dapat bergerak. Disamping itu kata-kata dan suara juga harus diperhatikan. Bentuk-bentuk iklan televisi sangat tergantung pada bentuk siarannya, apakah merupakan bagian dari suatu kongsi, jaringan, kebel atau bentuk lainnya.

Rokok adalah olahan dari tembakau yang diproduksi untuk dibakar, dihisap dan dihirup asapnya. Permasalahan rokok bukan hanya tentang perokok itu sendiri tapi juga berkaitan dengan orang yang tidak merokok. Perokok aktif merupakan seseorang yang merokok meskipun hanya sebatang per harinya, baik rutin maupun tidak rutin, adapun perokok pasif merupakan seseorang yang terpapar asap rokok yang berasal dari pembakaran maupun hembusan rokok dari perokok aktif (Nurwidayanti, 2013 dalam Latifah et al., 2020)

Perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia dalam menanggapi stimulus lingkungan yang meliputi aktivitas motoris, emosional dan kognitif. Perilaku dapat terbentuk karena adanya hal-hal yang mempengaruhinya. Pengaruh merupakan bagian dari komponen-komponen komunikasi yang terjadi dari komunikator, komunikan, pesan, media, dan pengaruh. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowlage*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). (Cangara, 2022)

Perilaku merokok adalah suatu kegiatan membakar rokok dan kemudian mengisapnya dan menghembuskannya keluar dan dapat mengeluarkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang di sekitarnya. (Kemala, 2007)

Pada artikel Kompas online, menyebutkan bahwa riset yang dikembangkan Komnas Anak bersama dengan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof DR Hamka pada tahun 2020, sekitar 99,7 persen remaja yang merokok melihat iklan rokok di televisi, 86,7 persen melihat iklan rokok di media luar ruang, 76,2 persen melihat iklan rokok di koran dan majalah, serta 81 persen pernah mengikuti kegiatan yang disponsori industri rokok.

Fakta-fakta tersebut membuktikan bahwa sikap terhadap iklan sangat berpengaruh pada sikap terhadap produk dan perilaku. Dengan kata lain iklan rokok berupaya untuk menyerap konsumen dari kalangan pemula, yaitu dengan membangun persepsi terhadap rokok dari atribut-atribut masing-masing pesan iklan yang beragam dari setiap merek rokok. Sehingga mereka terpengaruh untuk berperilaku merokok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode analitik observasional dengan desain *cross-sectional* (Sugiono, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes dan menggunakan *simple random sampling* dengan kriteria inklusi remaja yang merokok dan bersedia menjadi responden dalam penelitian, diperoleh 30 sampel. Proses pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan alat ukur kuesioner.

Analisis univariat untuk mengetahui karakteristik penelitian dilakukan dengan menganalisis variabel-variabel yang ada secara deskriptif dengan menghitung distribusi frekuensi dan proporsinya. Analisis bivariat untuk melihat perbedaan variabel bebas dan terikat. Analisis uji statistik menggunakan uji *Chi-Square* dengan nilai $\alpha < 0,05$. Bila hasil uji statistik mempunyai nilai $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang bermakna antara variabel bebas dan variabel terikat. Dan sebaliknya jika nilai $p \geq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang bermakna antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian pada 30 responden di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes diketahui menurut umur responden 10 – 13 tahun sebanyak 3 orang (10,0 %), 14 – 17 tahun sebanyak 12 orang (40,0 %), dan umur 18 – 24 tahun sebanyak 15 orang (50,0 %). Tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang (13,3 %), SMA sebanyak 17 (56,7 %), dan Perguruan Tinggi sebanyak 9 orang (30,0 %). Jumlah tipe perokok dengan kategori ringan (1

– 10 batang) sebanyak 10 orang (33,3 %), sedang (11-20 batang) sebanyak 11 orang (36,7 %), dan berat (> 20 batang) sebanyak 9 orang (30,0 %). Responden yang tidak terpengaruh dengan iklan rokok sebanyak 10 orang (33,3 %) dan yang terpengaruh oleh iklan rokok sebanyak 20 orang (66,7 %).

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Frekuensi (n)	Persentase (%)
Umur	10 – 13 Tahun	3	10,0
	14 – 17 Tahun	12	40,0
	18 – 24 Tahun	15	50,0
Tingkat Pendidikan	SMP	4	13,3
	SMA	17	56,7
	Perguruan Tinggi	9	30,0
Jumlah Tipe Perokok	Ringan (1-10 batang)	10	33,3
	Sedang (11-20 batang)	11	36,7
	Berat (> 20 batang)	9	30,0
Iklan Rokok	Mempengaruhi	20	66,7
	Tidak mempengaruhi	10	33,3
Perilaku Merokok	Merokok	26	86,7
	Tidak Merokok	4	13,3

Sumber : SPSS, Data Primer

Hubungan Iklan Rokok Dengan Perilaku Remaja Laki-Laki

Tabel 2

Iklan Rokok	Perilaku Merokok				Total	<i>P-Value</i>	
	Merokok		Tidak Merokok				
	N	%	n	%			
Mempengaruhi	19	73,1	1	25	20	100	0.035
Tidak Mempengaruhi	7	26,9	3	75	10	100	
Total	26	70	4	30	30	100	

Sumber : SPSS, Data Primer

Berdasarkan tabel 2, hubungan antara iklan rokok dengan perilaku merokok dapat diketahui bahwa dari total 20 responden yang terpengaruh iklan rokok sebanyak 19 responden (73,1 %) yang memilih untuk merokok dan 1 responden (25 %) tidak memilih untuk merokok. Hasil analisis *Chi-Square* diperoleh nilai $p = 0.035$, Karena nilai $p < 0.05$ maka dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja laki-laki di kelurahan desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Dian Puspita Sari, dkk (2016) bahwa adanya hubungan paparan iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja dengan *p value*

= 0,036 ($p < a = 0,05$). Penelitian ini juga sejalan dengan Astri Ayu Kustanti (2014) yang menyatakan hasil penelitian diperoleh nilai p value = 0,024 ($p < a = 0,05$) sehingga terdapat hubungan yang signifikan paparan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja di SMP N 1 Slogohimo Wonogiri.

Responden yang terpapar iklan rokok dan merokok sebanyak 19 orang (73,1 %). Hal ini dikarenakan adanya beberapa pengaruh selain iklan rokok itu sendiri, ada juga pengaruh dari teman sebaya dan keluarga yang merokok. Hal ini sama dengan teori dukungan teman sebaya yaitu bentuk dorongan atau penerimaan yang ada di kalangan remaja dimana dalam perkembangannya apabila dukungan yang diberikan teman sebayanya berbentuk positif maka remaja akan cenderung berperilaku positif dan begitu juga sebaliknya apabila dukungan yang diberikan teman sebayanya berbentuk negatif maka remaja akan cenderung berperilaku ke arah negatif. Aspek-aspek teman sebaya meliputi adanya perkembangan proses sosialisasi, kebutuhan untuk menerima penghargaan, perlu perhatian dari orang lain dan ingin menemukan dunianya (Notoatmodjo, 2010). Penelitian ini juga sejalan menurut Dian Puspita Sari, dkk (2016) semakin besar pengaruh ataupun dukungan dari teman maka semakin besar pula perilaku merokok pada remaja.

Berdasarkan teori yang mendukung hasil penelitian ini yang dilakukan di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes, Juditha (2011) menyatakan seseorang yang terkena paparan iklan rokok karena frekuensi seseorang yang sering melihat iklan rokok baik melihat, membaca ataupun mendengarkan iklan rokok > 4 kali dalam sehari. Hal ini karena seseorang menikmati ataupun penasaran dengan tayangan iklan sehingga berulang-ulang kali baik melihat, membaca, ataupun mendengarkan yang berdampak dengan frekuensi terpaparnya iklan rokok semakin besar. Selain itu durasi melihat, membaca, mendengarkan iklan rokok dari awal sampai akhir karena seseorang yang tanpa sadar menikmati ataupun penasaran dengan tayangan iklan rokok sehingga tanpa sadar seseorang terus melihat, membaca, ataupun mendengarkan iklan rokok.

Responden yang terpapar iklan rokok tetapi memilih untuk tidak merokok sebanyak 1 orang (25 %). Hal ini dikarenakan didukung dengan tidak adanya anggota keluarga yang merokok. Selain itu adanya peringatan dari keluarga, jika remaja itu sendiri ketahuan merokok maka akan ada sanksi yang diterima oleh remaja itu sendiri. Salah satunya dengan mengurangi uang saku ataupun tidak memberikan uang saku selama beberapa hari, selain itu adanya peringatan jika ketahuan merokok akan dipindahkan dari sekolah maupun dititipkan dirumah nenek yang berbeda daerah atau kota.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan iklan rokok dengan perilaku remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara iklan rokok dengan perilaku remaja laki-laki di Kelurahan Desa Limbangan Wetan Kabupaten Brebes ($p=0.035$).

Beberapa saran yang dapat diberikan bagi remaja adalah agar lebih bisa mengetahui dampak negatif apa saja yang membahayakan kesehatan diri sendiri disaat pada usia remaja sudah mengkonsumsi rokok, lebih berhati-hati dalam memilih teman karena pengaruh teman juga sangat mempengaruhi keinginan untuk merokok. Bagi peneliti selanjutnya agar mengkaji lebih dalam mengenai paparan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja ataupun kelompok usia yang lainnya, dengan menambahkan beberapa variabel yang belum diteliti, misalnya faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi remaja dalam merokok.

DAFTAR REFERENSI

- Alravidio Ma'ruf, Gipta Galih Widodo FW. (2019). *Gambaran Tipe Perilaku Merokok Pada Remaja Di MTS Ma'arif Nyatyono Ungaran*. Universitas Ngudi Waluyo Ungaran. 224(11):122-130
- Ayu, Astrit. (2014). *Hubungan Antara Pengaruh Keluarga, Pengaruh Teman, dan Pengaruh Iklan Terhadap Perilaku Merokok pada Remaja di SMP N 1 Slogohimo Wonogiri*. Laporan Skripsi. Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. (2018). *Factsheet Global Youth Tobacco Survey in Indonesia*. Jakarta: Kementrian Kesehatan.
- Cangara, Hafied. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damang, S., Syakur, R., Andriani, R. (2019). *Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Merokok pada Remaja Di SMP Negeri 9 Langgudu Kabupaten Bima*. Jurnal Komunitas Kesehatan, 1(1).
- Istiqomah D, Cahyo K, Indraswari R. (2016). *Gaya hidup komunitas rokok elektronik Semarang vaper cornor*. J Kesehatan Masyarakat. 4(2):203-212
- Juditha, Christiany. (2011). *Pengaruh Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar*. Jurnal Volume 13.
- Kemala, Indri N. (2007). *Perilaku merokok pada remaja. Hasil penelitian fakultas kedokteran*. Skripsi Sarjana. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Riset Kesehatan Dasar*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan.
- Kotler, Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan*

Pengendalian. Jilid 2. Edisi ke enam. Jakarta: Erlangga.

- Latifah, Q. A., Hermawati, A. H., & Anggi Yupita Putri. (2020). Gambaran Nikotin Pada Perokok Aktif di Kabupaten Tulungagung. *Borneo Journal of Medical Laboratory Technology*, 3(1), 178-183.
- Prabawati N. (2016). *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku merokok pada remaja usia 15-19 tahun di Kota Bengkulu Tahun 2016*. Published online 1-124.
- Puspita, Dian. (2016). *Hubungan Antara Pengaruh Keluarga, Teman, Iklan Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa SMP N 6 Wonogiri*. Laporan Skripsi. Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Simbolon P, Simbolon N, Siringo-ringo M. (2018). *Faktor merokok dengan kejadian stroke*. *J Kesehatan Manarang*. 4(1):18-25.
- Soekidjo Notoatmodjo. (2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiono. (2013). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Utami N. (2020). *The Impact of Parent's Smoking Behavior on Adolescent Smoking Behavior in Indonesia*. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*. 16(3):327-335. Doi:10.30597/mkmi.v16i3.9801