

DAFTAR PUSTAKA

- Abadeen, Z., & Saleem, S. (2012). Effective advertising and influence on costumer buying behaviour. *European Journal of Business and Management*, 3(3), 55-65.
- Afif, A. N. & Astuti, K. (2015). Hubungan antara persepsi terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja. *Insight*, 17(1). ISSN: 1693-2552.
- Alo, L. (2011). *Komunikasi antar personal*. Remaja Rosdakarya.
- Angraini, G. F. & Dharmayanti, D. (2014). Analisis pengaruh iklan televisi dan endorser terhadap purchase intention pond's men dengan brand awareness sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-14.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Persentase merokok pada penduduk umur ≥ 15 tahun menurut provinsi, 2015-2018. In *Badan Pusat Statistik.go.id*. <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/07/0215:24:37.29374/1514/persentase-merokok-pada-penduduk-umur-15-tahun-menurut-provinsi-2015-2016.html>
- Bastonus, A. I. & Herieningsih, S. W. (2017). Hubungan antara terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki-laki. *Interaksi Online*, 21(1).
- Bigwanto, M., M Mongkolcharti, A., Peltzer, K., & Laosee, O. (2015). Determinants of cigarette smoking among school adolescents on the island of Java, Indonesia. *International Journal of Adolescent Medicine*

and Health, 2015. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2015-0036>

Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert (The measurement scale and the number of responses in likert scale). *Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2), 127 – 133. <http://umbidharma.org.jipp>

Dahlan, S. (2014). *Statistik untuk kedokteran dan kesehatan: Deskriptif, bivariat, dan multivariat, dilengkapi aplikasi menggunakan SPSS* (6th ed). Epidemiologi Indonesia.

Eriksen, M. et al. (2015). *The Tobacco Atlas* (5th ed.). American Cancer Society.

Gunadarma. (2011). *Psikologi umum*. Universitas Gunadarma.

Harminingtyas, R. & Susetyarsi. (2015). Pengaruh media iklan dan model iklan terhadap minat beli konsumen pada kopi bubuk siapsaji merek luwak white coffie di kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, 7(3).

Hartaji, R. (2012). *Motivasi Berprestasi pada Mahasiswa yang Berkuliah dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma.

Hastono, S. P. (2006). *Analisis data*. Fakultas Kesehatan Masyarakat: Universitas Indonesia.

Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan persepsi visual pada iklan televisi. *Visualita*, 3(1). ISSN: 2301-2144. <https://doi.org/10.33375/vslt.v3i1.1095>

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Hasil utama riskesdas 2018*.

Indonesia: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1–200. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2015). Infodatin: Perilaku merokok masyarakat Indonesia berdasarkan riskesdas 2007 dan 2013. Dalam *Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI* (pp. 2–12).

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018, Juni 09). Kandungan dalam sebatang rokok [Halaman web].
<http://p2ptm.kemkes.go.id/infografhic/kandungan-dalam-sebatang-rokok-bagian-2>

Komnas Perlindungan Anak Indonesia. (2013, Juni 06). Menyelamatkan anak dari bahaya rokok [Halaman web].
<https://www.kpai.go.id/berita/tinjauan/menyelamatkan-anak-dari-bahaya-rokok>

Kurniawan, H., Arifuddin, A. & Masrida. (2017). Dampak media iklan (billboard rokok) terhadap perilaku merokok siswa di SMK Negeri 3 Palu. *Jurnal Kesehatan Tadulako*, 3(1), 345 – 351.

Lian, T. Y., & Dorotheo, U. (2018). *The tobacco control atlas: ASEAN region* (4th ed.). Southeast Asia Tobacco Control Alliac (SEATCA).
<https://seatca.org/clove-cigarettes-may-prompt-u-s-indonesia-dispute/>

PDDikti. (2019). Profil perguruan tinggi [Halaman Web].
https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/RDYxNjAwMjYtNDFBRC00QkZELTkxNEUtRjlCMzNEQjVBMzFB

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2021). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice* (11th ed.). Wolters Kluwer.

- Prameswari, N. S. (2014). Komodifikasi maskulinitas dan realitas: iklan rokok bintang buana filter. *Createvitas*, 3(1), 91–108. http://eprints.upnjatim.ac.id/7040/1/Nadia_Sigi_Prameswari.pdf
- Presiden Republik Indonesia. (2012). Peraturan pemerintah nomor 109 tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan. Sekretaris Negara: Jakarta.
- Purnaningwulan, R. D. (2015). Hubungan terpaan iklan televisi produk revlon dengan motivasi konsumen wanita dalam melakukan pembelian produk di mall Surabaya. *Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2).
- Sarwono, S. W. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Rajawali Pers
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Suryanti. (2018). Makna kontekstual bahasa iklan rokok di televisi. *Jurnal Sastra*, 7(1). ISSN: 2301-5896. <https://doi.org/10.24114/ajs.v7i1.9484>
- Syahrum., & Salim. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Talakua, Y. (2018). Persepsi masyarakat terhadap iklan rokok di negeri Passo kecamatan Baguala, Kota Ambon. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 1(1), 65–78. ISSN: 2622-6952. <https://doi.org/10.21107/sml.v1i1.4985>
- TCSC – IAKMI. (2015). *Fakta tembakau dan permasalahannya di Indonesia tahun 2014* (edisi kelima). Tobacco Control Support Center – Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia. tcsc-indonesia.org
- TCSC – IAKMI. (2018). *Hubungan terpaan iklan, promosi, sponsor rokok dengan status merokok di Indonesia*. Tobacco Control Support Center -

Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia. <http://www.tcsc-indonesia.org/wp-content/uploads/2019/05/Booklet-Hasil-Studi-TAPS-dan-Status-Merokok.pdf>

TCSC – IAKMI. (2018). *Paparan iklan, promosi dan sponsor di Indonesia*.

Tobacco Control Support Center – Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia.

TCSC – IAKMI. (2018). *Paparan iklan, promosi dan sponsor rokok di Indonesia*.

Kerjasama Tobacco Control Support Centre – Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (TCSC-IAKMI) International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (The Union) beserta 15 universitas/organisasi. http://www.tcsc-indonesia.org/wp-content/uploads/2018/10/Hasil-Studi-Paparan-Iklan-Promosi-dan-Sponsor-Rokok-di-Indonesia_TCSC-IAKMI.pdf

Virga, R. L. (2016). Literasi iklan rokok dan perilaku konsumtif remaja melalui pemberdayaan remaja masjid. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 34.

Widi, R. (2011). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian epidemiologi kedokteran gigi. *Stomatognatic*, 8(1), 27 – 34.

Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Remaja Rosdakarya.