

HUBUNGAN MEDIA SOSIAL DENGAN AWARENESS (KESADARAN) BAHAYA ROKOK PADA SISWA SMA DI KOTA MAKASSAR

CORRELATION OF SOCIAL MEDIA WITH AWARENESS OF SMOKING HAZARD AMONG HIGH SCHOOL STUDENT IN MAKASSAR CITY

Nurardhi Putra Kusuma Jaya¹, Ridwan Amiruddin², Lalu M Saleh³

¹Bagian Epidemiologi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Makassar

²Bagian Epidemiologi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Makassar

³Bagian Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Makassar

Email Korespondensi: kusumajaya1802@gmail.com

ABSTRAK

Periklanan televisi anti rokok merupakan bagian terpenting dalam kampanye. Sementara media sosial saat ini sukses menciptakan lingkungan media baru, namun masih sedikit yang diketahui tentang hubungan antara media sosial dan kampanye anti rokok. Media sosial tidak hanya dilakukan untuk promosi rokok, kampanye anti rokok juga terlihat ramai melalui media sosial, sehingga menjadikan media sosial sebagai medan perang baru dalam perang antara pro tembakau dan anti-tembakau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan media sosial terhadap *awareness* (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional study*. Populasi adalah seluruh siswa kelas X dan XI yang berasal dari 10 sekolah sebanyak 5368 siswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Systematic Random Sampling* dengan besar sampel 359 orang. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji *chi square*, multivariat dengan menggunakan (*Path Analysis*) Analisis Jalur. Hasil uji *chi-square* menunjukkan bahwa ada hubungan konten yang diakses melalui media sosial ($p = 0,001$), dan tidak ada hubungan frekuensi mengakses media sosial ($p=0,785$), durasi mengakses media sosial ($p = 0,781$), jumlah media sosial yang aktif digunakan ($p = 0,502$) dengan *awareness* (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan. Berdasarkan hasil analisis jalur variabel konten signifikan ($p = 0,013$) terhadap *awareness* (kesadaran) dengan nilai koefisien 0.101. Perlunya peran pemerintah dalam hal ini pengembang/provider memperkuat konten/isi tentang informasi bahaya rokok pada media sosial.

Kata Kunci: Kesadaran, Bahaya Merokok, Penggunaan Media Sosial.

ABSTRACT

Non-smoking television advertising is the most important part of the campaign. While social media is now successfully creating a new media environment, little is known about the relationship between social media and anti-smoking campaigns. Social media is not only done for the promotion of cigarettes, the anti-smoking campaign also looks crowded through social media, making social media a new battlefield in the war between pro-tobacco and anti-tobacco. This study aims to determine the influence of social media on adolescent awareness of the dangers of smoking for health. Type of research conducted is quantitative research with cross sectional study approach. The population is all students of class X and XI from 10 schools as many as 5368 students. The sampling technique in this research used Systematic Random Sampling with 359 students. The data analysis is univariate and bivariate with chi square test, multivariate with path analysis. The result of chi-square test shows that there is correlation of there is the influence of content accessed from social media ($p = 0,001$), and no correlation of frequency of accessing social media ($p = 0,785$), duration of accessing social media ($p = 0,781$) number of social media platforms used ($p = 0,502$) with adolescent awareness of the dangers of smoking for health. Based on the results of Path Analysis content variable is significant ($p = 0.013$) to awareness with coefficient value 0.101 Need for the role of government in this case the developer / provider to strengthen the content about information of smoking hazard on social media.

Keywords: Awareness, Dangers of Smoking, Use of Social Media.

PENDAHULUAN

Konsumsi rokok merupakan salah satu faktor resiko utama terjadinya berbagai penyakit tidak menular seperti penyakit jantung koroner, stroke, kanker paru-paru, kanker mulut, kelahiran prematur dan diabetes melitus yang merupakan penyebab kematian utama di dunia (Kemenkes RI 2013).

Data Riskesdas (2013) jumlah perokok usia dibawah 15 tahun laki-laki sebesar 64,9% dan perokok perempuan 2,1%. Jumlah rata-rata perokok terbanyak umur dibawah 15 tahun ditemukan di Bangka Belitung dengan rata-rata 18 batang perhari dan paling sedikit di Yogyakarta dengan rata-rata 10 batang perhari. Sedangkan untuk di Sulawesi selatan rata-rata 15 batang perhari dimana angka tersebut masih tinggi diatas rata-rata Nasional 12 batang perhari (Riskesdas 2013).

Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2017, Kota Makassar menempati urutan pertama dalam jumlah perokok remaja usia < 18 tahun yaitu sebesar 4.479 orang, disusul Tana Toraja sebesar 3.924 dan Maros 3.662 orang (Dinkes Sul-sel 2017). Data dari Dinas Kesehatan Kota Makassar menyebutkan jumlah perokok usia <18 tahun paling tertinggi ada pada wilayah kerja Puskesmas

Dahlia sebesar 1.399 orang, Puskesmas Sudiang sebesar 585 orang dan Puskesmas Batua sebesar 487 orang (Dinkes Makassar 2017).

Media sosial tidak hanya dilakukan untuk promosi rokok, kampanye anti rokok juga terlihat ramai melalui media sosial, sehingga menjadikan media sosial sebagai medan perang baru dalam perang antara pro tembakau dan anti-tembakau (Liang et al. 2015)

Kementerian kesehatan juga tidak hanya menayangkan iklan bahaya rokok di media televisi tetapi juga diberbagai media sosial dengan hastag #SuaraTanpaRokok. Dengan diluncurkan iklan ini diharapkan pula agar meningkatkan kesadaran seluruh komponen bangsa mendukung upaya perlindungan generasi muda dari bahaya konsumsi rokok melalui edukasi dan penyebaran informasi yang massif melalui media sosial (Kemenkes RI 2016).

Kampanye anti rokok melalui media massa dirancang untuk mempengaruhi masyarakat. Telah terbukti bahwa kampanye akan menghasilkan perubahan dalam hal kesadaran, pengetahuan, dan sikap, dan juga menghasilkan perubahan perilaku yang berarti bagi masyarakat. Periklanan televisi anti rokok merupakan bagian terpenting dalam kampanye. Sementara media sosial

online saat ini sukses menciptakan lingkungan media baru, namun masih sedikit yang diketahui tentang hubungan antara media sosial dan kampanye anti rokok. Oleh karena besar dan luasnya penggunaan media sosial dikalangan remaja, maka peneliti tertarik untuk melihat hubungannya dengan kesadaran (awareness) remaja terhadap bahaya rokok.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 10 SMA dipilih karena berdasarkan data Dinas Kesehatan Kota Makassar berada dalam wilayah kerja Puskesmas yang paling tinggi jumlah perokok usia ≤ 18 tahun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional study*.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh siswa yang terdaftar aktif sebagai siswa kelas X dan XI yang berjumlah 5368 siswa. Besar sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 359 siswa yang diperoleh dengan menggunakan metode *Systematic Random Sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada siswa yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Data

sekunder diperoleh Dinas Kesehatan Kota Makassar, Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan dan Dinas Pendidikan Provinsi Sulawesi Selatan berupa data sekolah dan jumlah siswa.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis univariat, analisis bivariat, analisis multivariat. Analisis univariat dilakukan untuk melihat karakteristik responden yang disajikan dengan tabel distribusi frekuensi. Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan uji *chi square*. Analisis multivariat menggunakan (*Path Analysis*) Analisis Jalur, dilakukan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap *awareness* (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan.

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, kelas, pendidikan terakhir kepala RT, dan status merokok responden. Berdasarkan jenis kelamin sebagian besar responden adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 188 responden perempuan (52,4%) dan terdapat

177 responden laki-laki (47,6%). Berdasarkan umur sebagian besar didominasi oleh responden yang berusia 16 tahun sebesar (48.2%) dan yang terendah berada pada usia 19 tahun sebesar (0.8%). Untuk persentase kelas responden pada penelitian ini lebih banyak kelas XI dibandingkan kelas X yaitu Kelas XI sebesar (54.6%) dan yang berada di

kelas X sebesar (45.4%). tabel 1 juga menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir kepala rumah tangga responden adalah SMA sebesar (52.1%) dan yang terendah yaitu SD sebesar (8.1%) Dari seluruh responden penelitian ini sebesar (84.1%) bukan perokok dan sebesar (15.9%) responden mengaku adalah seorang perokok.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	171	47.6
Perempuan	188	52.4
Jumlah	359	100
Umur		
14	4	1.1
15	71	19.8
16	173	48.2
17	97	27
18	11	3.1
19	3	0.8
Jumlah	359	100
Kelas		
X (Sepuluh)	163	45.4
XI (Sebelas)	196	54.6
Jumlah	359	100
Pendidikan Kepala RT		
SD	29	8.1
SMP	34	9.5
SMA	187	52.1
Diploma/Sarjana	109	30.4
Jumlah	359	100
Status Merokok		
Merokok	57	15.9
Tidak Merokok	302	84.1
Jumlah	359	100

Sumber : Data Primer, 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan frekuensi mengakses media sosial menunjukkan responden yang memiliki frekuensi sering sebanyak 212 (59.1%) dan jarang sebanyak 147 responden (40.9%). Berdasarkan durasi dalam mengakses media sosial menunjukan responden yang memiliki durasi lama sebanyak 126 (35.1%) dan singkat sebanyak 233 (64.9%). Berdasarkan jumlah media sosial yang aktif digunakan responden sebanyak 304 (84.7%) menyatakan banyak dan sebanyak 55 (15.3%) menyatakan kurang. Dari segi banyaknya konten mengandung informasi bahaya rokok yang diakses sebanyak 229 (63.8%) menyatakan banyak dan 130 (36.2%) menyatakan kurang.

Tabel 2. Analisis Univariat

Variabel	Total	
	N	%
Frekuensi		
Sering	212	59.1
Jarang	147	40.9
Durasi		
Lama	126	35.1
Singkat	233	64.9
Jumlah Akun Media Sosial		
Banyak	304	84.7
Sedikit	55	15.3
Konten		
Banyak	229	63.8
Kurang	130	36.2

Sumber : Data Primer, 2018

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari

total 212 responden yang menyatakan frekuensi mengakses media sosial sering, terdapat 203 siswa (95.8%) diantaranya menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 9 siswa (4.2%) menyatakan kurang. Sedangkan dari 147 responden yang menyatakan frekuensi mengakses media sosial kurang, terdapat 139 siswa (94.6%) menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 8 siswa (5.4%) menyatakan kurang. Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai $p = 0,785$, karena nilai $p > 0,05$ maka tidak pengaruh frekuensi mengakses media sosial.

Berdasarkan variabel durasi, dari total 126 siswa yang menyatakan mengakses media sosial dalam waktu lama, terdapat sebanyak 119 siswa (94.4%) yang menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 7 siswa (5.6%) menyatakan kurang. Sedangkan dari 233 responden yang menyatakan durasi mengakses media sosial dalam waktu singkat, terdapat 223 siswa (95.7%) menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 10 siswa (4.3%) menyatakan kurang. Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi-square* diperoleh nilai $p = 0,781$, karena nilai $p > 0,05$ maka tidak pengaruh jumlah media sosial yang dimiliki.

Berdasarkan variabel jumlah media sosial, dari total 304 siswa yang menyatakan memiliki banyak media sosial, terdapat sebanyak 289 siswa (95.1%) yang menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 15 siswa (4.9%) menyatakan kurang. Sedangkan dari 55 responden yang menyatakan sedikit memiliki

media sosial, terdapat 53 siswa (96.4%) menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 2 siswa (3.6%) menyatakan kurang. Hasil uji statistik dengan menggunakan *ujichi-square* diperoleh nilai $p = 0,502$, karena nilai $p > 0,05$ maka tidak ada pengaruh durasi mengakses media sosial.

Tabel 3. Analisis Bivariat

Variabel	Awareness (Kesadaran)				Total		Hasil Uji
	Baik		Kurang		N	%	
	N	%	n	%			
Frekuensi Menggunakan Media Sosial							$P=0.785$
Sering	203	95.8	9	4.2	212	100	
Jarang	139	94.6	8	5.4	147	100	
Durasi Menggunakan Media Sosial							$P=0.781$
Lama	119	94.4	7	5.6	126	100	
Singkat	223	95.7	10	4.3	233	100	
Jumlah Akun Media Sosial							$P=0.502$
Banyak	289	94.6	15	4.9	304	100	
Sedikit	53	95.8	2	3.6	55	100	
Konten							$P=0.001$
Banyak	225	98.3	4	1.7	229	100	
Kurang	117	90	13	10	130	100	

Signifikan) (p≤0,05)*

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan variabel konten yang diakses melalui media sosial, dari total 229 siswa yang menyatakan mendapatkan banyak konten bahaya rokok melalui media sosial, terdapat sebanyak 225 siswa (98.3%) yang menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 4 siswa (1.7%)

menyatakan kurang. Sedangkan dari 130 responden yang menyatakan mendapatkan sedikit konten bahaya rokok melalui media sosial, terdapat 117 siswa (90%) menyatakan *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok baik dan 13 siswa (10%) menyatakan kurang. Hasil uji statistik dengan menggunakan

ujichi-square diperoleh nilai $p = 0,001$, karena nilai $p < 0,05$ maka ada pengaruh

konten yang diakses melalui media sosial.

Analisis Multivariat

Tabel 4 memperlihatkan bahwa variabel konten berpengaruh terhadap *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok

dengan nilai $\rho = 0.013$ dengan koefisien sebesar 0.172 dan variabel lingkungan sosial dengan nilai $\rho = 0.000 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 0.172.

**Tabel 4. Analisis Multivariat
Hasil Analisis Multivariat dengan Path Analisis**

	Direct Effect		
	Estimate	Nilai p	Kesimpulan
Jumlah Akun Medsos → Awareness	0.015	0.481	Tidak
Konten → Awareness	0.174	0.000*	Signifikan
Durasi Medos → Awareness	-0.049	0.160	Tidak
Frekuensi Medsos → Awareness	0.107	0.056	Tidak

*Signifikan**) ($p \leq 0,05$)

Sumber : Data Primer 2018

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel konten yang diakses ($p=0,001$), berhubungan dengan *awareness* (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan dan variabel frekuensi mengakses media sosial ($p=0,785$), durasi mengakses media sosial ($p=0,781$), jumlah media sosial yang aktif digunakan ($p=0.502$) tidak berhubungan dengan *awareness* (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan. Berdasarkan hasil analisis jalur variabel konten signifikan terhadap *awareness* (kesadaran) dengan nilai koefisien 0.101.

Dalam media sosial orang dengan mudahnya berbagi (share) konten-konten

tertentu sehingga bisa mendapatkan informasi secara real time. Kesehatan masyarakat juga memperluas penggunaan media sosial sebagaimana dibuktikan oleh temuan bahwa 60% dari departemen kesehatan di Amerika sekarang menggunakan setidaknya satu platform media sosial untuk ikut dalam penyebaran informasi kesehatan (Neiger et al. 2012). Kemenkes RI juga gencar dalam menginformasikan konten – konten bahaya rokok melalui media sosial seperti Youtube, Twitter, Facebook, Instagram, sekaligus situs khusus kampanye ini dengan tagar #SuaraTanpaRokok.

Media sosial dapat digunakan

sebagai media pendidikan kesehatan mengenai bahaya merokok. Media sosial memberikan dampak terhadap pengetahuan seseorang dan perilaku karena jangkauan yang luas sehingga efektif dalam pemenuhan informasi kesehatan bagi individu (Korda and Itani 2013). Karakteristik unik media sosial adalah bahwa pesan dapat dibuat/dimiliki oleh pengguna dan pengguna juga berbagi pendapat mereka melalui komentar online (Lee and Chen 2017). Banyak dan besarnya arus informasi yang berasal dari media sosial terkait bahaya rokok maka akan mempengaruhi dalam hal meningkatkan kesadaran akan bahaya rokok pada remaja.

Pertumbuhan dalam penggunaan dan ketersediaan media sosial dapat memberi peluang baru untuk mendukung upaya-upaya dalam hal meningkatkan kesadaran akan bahaya rokok. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Bottorff et al. (2014) pada 135 remaja di Inggris bahwa remaja yang mendapatkan konten video tentang bahaya rokok mayoritas (89%) sadar akan bahaya merokok dapat menyebabkan kanker. Penelitian lain Baskerville et al. (2015) di Kanada dengan metode kuasi eksperimen mendapatkan responden yang mendapatkan konten bahaya rokok berupa foto dan video melalui facebook dan youtube secara signifikan memiliki pengetahuan dan tingkat

berhenti merokok lebih tinggi.

Media sosial mencakup web interaktif dan platform seluler yang memungkinkan seseorang atau kelompok berbagi, atau bertukar informasi, ide, foto, atau video dalam jaringan virtual. Bagi remaja sendiri media sosial telah menjadi perlengkapan penting dalam kehidupan sehari-hari mereka (Duggan et al. 2015), ditambah tidak ada hambatan untuk menggunakan media sosial karena sebagian besar platform media sosial tersedia secara bebas dan dapat diakses kapan saja dari perangkat apa saja yang terhubung ke Internet.

Kementerian kesehatan juga gencar menyebarkan informasi bahaya rokok melalui iklan layanan masyarakat melalui tv, Koran, majalah ataupun radio. Sehingga sangat mudah memperoleh informasi melalui media massa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Australia oleh Brennan et al. (2011) bahwa iklan melalui media massa secara komplementer positif mempengaruhi kesadaran akan konsekuensi kesehatan seperti kanker mulut, ganggren dan kanker tenggorokan dari perilaku merokok.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sari (2016) bahwa terdapat korelasi iklan layanan masyarakat bahaya rokok melalui media massa terhadap kesadaran masyarakat

akan bahaya rokok. Adanya efek kognitif yang timbul pada diri seseorang yang terkena terpaan media massa yang sifatnya informatif bagi dirinya. Kehadiran pesan dalam media massa memberikan pengetahuan, khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu sehingga menjadi sadar. Namun, di lain pihak, media massa juga menghasilkan efek prososial kognitif, yaitu media massa mampu memberikan manfaat yang diharapkan masyarakat. Dalam hal ini media massa memiliki peran menyampaikan pengetahuan, kebenaran, dan nilai-nilai yang positif (Winarni 2003).

Hal ini sejalan dengan teori SOR dimana model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respon. Asumsi dasar dari model ini adalah konten yang diperoleh melalui media sosial memberikan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Artinya media sosial diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai stimulus yang memberikan informasi mengenai bahaya rokok bagi kesehatan dan menghasilkan tanggapan yang kuat berupa kesadaran akan bahaya rokok.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan konten terhadap

awareness (kesadaran) remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan.

Hasil uji Analisis Path memperlihatkan bahwa variabel konten berpengaruh terhadap *awareness* (kesadaran) akan bahaya rokok dengan nilai $\rho = 0.013$ dengan koefisien sebesar 0.172 dan variabel lingkungan sosial dengan nilai $\rho = 0.000 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 0.172. Perlunya peran pemerintah dalam hal ini pengembang/provider memperkuat konten/isi tentang informasi bahaya rokok pada media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskerville, Neill Bruce, et al. (2015), 'Effect of a digital social media campaign on young adult smoking cessation', *Nicotine & Tobacco Research*, 18 (3), 351-60.
- Bottorff, Joan L, et al. (2014), 'A social media approach to inform youth about breast cancer and smoking: An exploratory descriptive study', *Collegian*, 21 (2), 159-68.
- Brennan, Emily, et al. (2011), 'Mass media campaigns designed to support new pictorial health warnings on cigarette packets: evidence of a complementary relationship', *Tobacco Control*, tc. 2010.039321.
- Dinkes Makassar (2017), 'Jumlah Perokok usia <18 Tahun per Wilayah Puskesmas', (Makassar: Dinas Kesehatan Kota).
- Dinkes Sul-sel (2017), 'Laporan jumlah perokok remaja usia <18 tahun', (Sulawesi Selatan: Dinas Kesehatan Provinsi).

- Duggan, Maeve, et al. (2015), 'Social media update 2014', *Pew research center*, 9.
- Kemenkes RI (2013), 'Melindungi Generasi Bangsa dari Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok, Menkes Luncurkan Peraturan Pencantuman Peringatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Rokok.', (Kementerian Kesehatan RI).
- (2016), 'Talkshow Iklan Layanan Masyarakat: Rokok Menghancurkan Tubuhmu', (Jakarta: Kementerian Kesehatan RI).
- Korda, Holly and Itani, Zena (2013), 'Harnessing social media for health promotion and behavior change', *Health promotion practice*, 14 (1), 15-23.
- Lee, Moon J and Chen, Fannin (2017), 'Circulating humorous antitobacco videos on social media: Platform versus context', *Health promotion practice*, 18 (2), 184-92.
- Liang, Yunji, et al. (2015), 'Characterizing social interaction in tobacco-oriented social networks: an empirical analysis', *Scientific reports*, 5, 10060.
- Neiger, Brad L, et al. (2012), 'Use of social media in health promotion: purposes, key performance indicators, and evaluation metrics', *Health promotion practice*, 13 (2), 159-64.
- Riskesdas (2013), *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas 2013)*.
- Sari, Destriana (2016), 'Korelasi Iklan Layanan Masyarakat Berhentilah Merokok Di Televisi Terhadap Kesadaran Masyarakat Akan Bahaya Merokok : Studi Pada Dusun Ngrame Desa Ngrame Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto', (UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Winarni (2003), *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Malang: UMM Press) 302.