

Nomor Skripsi: 3306/UN40.F2.13/PT/2022

**PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM
TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK
(Studi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk mendapatkan gelar S.I.Kom



Disusun oleh:


Renate Ana Monica Putri Gunawan

NIM 1704686

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**Renatte Ana Monica Putri Gunawan****PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM
TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK
(Studi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,**Dr. Rdiwan Effendi, M.Ed.
NIP.19620926198904001****Pembimbing II,****Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.
NIP. 196601131990012002****Mengetahui,****Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia****Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si
NIP. 198507172014041001**

**PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM
TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK
(Studi Korelasi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)**

Oleh

Renatte Ana Monica Putri Gunawan

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Renatte Ana Monica Putri Gunawan

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan lembar pernyataan ini saya mengatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK (Studi Korelasi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar murni karya dan hasil pemikiran saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Renatte Ana Monica Putri Gunawan

NIM. 1704686

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK (Studi Korelasi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)” ini dengan baik dan hasil yang maksimal.

Penelitian ini merupakan bentuk perhatian dari peneliti terhadap perubahan zaman yang sekarang semua serba digital. Salah satu contohnya, penggunaan media sosial membentuk adanya jaringan satu sama lain antar penggunanya. Karakteristik umum media sosial memungkinkan penggunanya bersifat partisipatif di dalamnya. Sehingga pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi dapat digunakan untuk berkampanye yang di dalamnya memunculkan partisipasi antara penggunanya.

Kampanye yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kampanye tentang berhenti atau bahayanya merokok. Pegiat kampanye menggunakan media sosial guna para perokok masih merugikan beberapa pihak dalam segi kesehatan. Maka dari itu, peneliti membahas tentang korelasi pesan kampanye dengan intensi berhenti merokok.

Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk peneliti guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang mana gelar tersebut didapatkan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata-1 non-kependidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Peneliti pun menyadari, selama penyusunan hingga penyelesaian akhir tidak terlepas dari kekurangan. Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan Ilmu Komunikasi dan bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, Juli 2022.



Renatte Ana Monica Putri Gunawan

NIM. 1704686

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses pembuatan dan penulis skripsi “PENGARUH PESAN KAMPANYE @suara_tanpa_rokok DI INSTAGRAM TERHADAP INTENSI BERHENTI MEROKOK (Studi Korelasi pada Remaja Perokok di Kota Bandung)”, peneliti menyadari bahwa masih memiliki keterbatasan dalam segi pengetahuan dan pengalaman sehingga kritik dan saran dapat menjadi masukan dalam penulisan skripsi.

Penyusunan skripsi ini juga tentunya tidak terlepas dari motivasi, dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Bapa yang Maha Kuasa, karena berkat dan rahmat yang diberikan oleh-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan hasil yang maksimal walau terdapat kendala dari segi internal dan eksternal penulis.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia periode 2020-2025.
3. Dr. Agus Mulyana, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) beserta segenap jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Dosen Pembimbing I yang sedari awal meluangkan waktu dan meberikan arahan serta bimbingan ketika penulis kebingungan dalam penulisan skripsi dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaan. Senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk penulis dari masalah yang sedang dihadapi dalam proses penyusunan skripsi.
6. Dra. Yani Kusmarni, M.Pd., selalku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dengan teliti mengenai skripsi. Serta selalu sabar dan bijaksana dalam menghadapi penulis ketika penulis memiliki kekeliruan dalam penyusunan skripsi. Pun rela untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk melakukan bimbingan.

7. Seluruh Dosen dan juga Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu, bantuan, pengalaman, serta kenangan yang bermanfaat sehingga banyak membantu penulis dalam hal akademis dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga; Mamih Sesilia Lilis Khoeriah, Papih Agus Gunawan, Klara, dan Evelyn yang selalu memberikan dorongan dan keyakinan kepada penulis ketika penulis sedang merasa di titik rendah dan kurang percaya diri. Terima kasih sudah selalu sabar dengan penulis, terima kasih selalu memberikan doa yang terbaik bagi penulis. Tidak banyak kata, Mih, Pih, Klara, Evelyn, sekali lagi, terima kasih.
9. Lufi, Brenda, Karina, Septian, dan Rahadian selaku teman dekat peneliti dari masa awal perkuliahan hingga hari ini serta menjadi teman berkeluh kesah penulis semasa kuliah hingga penyusunan skripsi ini selesai. Meskipun Lufi, Brenda, dan Septian lulus terlebih dahulu mereka selalu memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis. Teruntuk Karina dan Rahadian, ayo, berjuang, jangan menyerah!
10. IKOM 17A; terkhusus pada ketua kelas 17A, yaitu Dzikri, terima kasih telah menjadi ketua kelas abadi untuk 17A. Terima kasih kepada teman-teman semua telah menemani semasa perkuliahan dari awal tahun 2017 hingga lewat semester 8 bahkan hingga hari ini, masih ada yang ingin berjumpa dengan penulis untuk mengobati rasa kangen satu sama lain serta mendukung penulis untuk terus maju dan tidak pernah menyerah.
11. Yessa Gabrielle Korompis, selaku teman SMA penulis. Yessa, terima kasih telah menjadi tempat bercerita untuk penulis selagi penulis buntu dengan segala keadaan, terima kasih telah menjadi teman skripsi bersama, dan terima kasih telah memberikan hiburan, doa, dan dorongan untuk penulis selama penyusunan skripsi ini. Yessa, we did it. I repeat. We. Did. It.
12. Katherine, selaku teman SD penulis. Kathe, terima kasih sudah mau menjadi tempat bercerita tentang dunia K-Pop untuk mengalihkan kendala penulis ketika penulis merasa sedang buntu untuk skripsi. Terima kasih telah memberikan dukungan dan doa bagi penulis. Te, I did it, I made it! Thank you, Kathe!

13. Fitriana Fatmawati, selaku teman kuliah dan teman berjuang skripsi. Terima kasih telah menjadi teman skripsi bagi penulis, terima kasih selalu mengingatkan kalau penulis lupa akan suatu hal yang tertinggal dalam penyusunan skripsi ini. Fit! Terima kasih!
14. Alanis R Rayhana, selaku adik tingkat di Ilmu Komunikasi UPI. Terima kasih telah menjadi tampungan keluh kesah skripsi dan pekerjaan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Terima kasih!
15. Bapak Endriski Agraenzopati, S.I.Kom., terima kasih selalu memberikan ilmu, motivasi, dukungan, doa, serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi.
16. Seluruh teman dan mentor magang Bandung INTERNational Batch 1. Terima kasih telah mendukung, memberikan doa bagi penulis, serta mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Seluruh responden dari penelitian ini yang telah berbaik hati yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Juga kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih!

Bandung, Juli 2022



Renatte Ana Monica Putri Gunawan

NIM. 1704686

ABSTRAK

Penggunaan Instagram tidak hanya untuk media hiburan, tetapi bisa digunakan sebagai media untuk berkampanye. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh pesan kampanye (X) yang terdiri dari sub variabel isi pesan (X1), struktur pesan (X2), aktor kampanye (X3), dan saluran kampanye (X4) terhadap intensi berhenti merokok (Y) pada remaja perokok. Berdasarkan teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R), stimulus yang diterima oleh pengguna Instagram dapat menghasilkan sebuah respons tertentu yang seimbang dengan pemberian stimulus yang didapat. Penelitian ini menggunakan studi korelasional dengan analisis regresi melalui pendekatan kuantitatif dan penyebaran kuesioner dilakukan dengan purposive sampling kepada 100 orang remaja perokok di Kota Bandung. Hasil penelitian ditemukan bahwa; sub variabel isi pesan, struktur pesan, dan aktor kampanye berpengaruh signifikan dan secara garis lurus terhadap intensi berhenti merokok. Sedangkan untuk variabel saluran kampanye tidak berpengaruh signifikan dan tidak ada pengaruh secara garis lurus terhadap intensi berhenti merokok. Namun, uji hipotesis secara simultan pesan kampanye berpengaruh pada intensi berhenti merokok pada remaja perokok di Kota Bandung.

Kata kunci: Pesan Kampanye, Intensi Berhenti Merokok, Instagram

ABSTRACT

Instagram can be used as a tool for campaigning as well as for entertainment media. The goal of this study is to explain how a campaign (X), which comprises of sub-variable message content (X1), message structure (X2), campaign actor (X3), and campaign channel (X4), affects the intensity of smoking cessation (Y) among adolescent smokers. According to the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, Instagram users' exposure to a stimulus can result in a certain response that is balanced with the stimulus itself. This study employs a quantitative method and a correlational study using regression analysis. Purposive sampling is used to distribute questionnaires to 100 teen smokers in the Bandung city. According to the study's findings, message content, campaign actors and message structure sub-variables had a significant and linear impact on the intensity of smoking cessation. On the other hand, there is no linear relationship between the campaign channel variable and the intensity of smoking cessation. Test simultaneously the idea that the advertising has an impact on how strongly adolescent smokers in the city of Bandung are trying to quit.

Keywords: Campaign Message, Instagram, and Intention to Quit Smoking, Smoking Cessation

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Struktur Organisasi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Media Sosial Instagram sebagai Penyampaian Pesan Kampanye.....	11
2.2.1 Konsep Media Sosial	11
2.2.2 Penggunaan Instagram sebagai Penyampaian Pesan Kampanye	12
2.2 Model Pesan Kampanye Ostergaard	15
2.3 Intensi Berhenti Merokok	17
2.4 Teori Rujukan	18
2.4.1 Teori S-R atau S-O-R.....	18
2.4.2 Teori New Media	21
2.5 Penelitian Terdahulu	24

2.6	Kerangka Pemikiran.....	33
2.7	Paradigma Penelitian.....	34
2.8	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional	36
3.3	Responden Penelitian.....	49
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel.....	50
3.5	Instrumen Penelitian	50
3.5.1	Kuesioner Penelitian	51
3.5.2	Studi Kepustakaan.....	51
3.5.3	Skala Pengukuran.....	51
3.6	Uji Validitas	52
3.7	Uji Reliabilitas	55
3.8	Analisis Data	57
3.8.1	Metode Analisis Data Deskriptif.....	57
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	57
3.9.1	Uji Normalitas.....	58
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	58
3.9.3	Uji Heterokedastisitas	58
3.10	Uji Hispotesis	59
3.10.1	Regresi Liniear Berganda (ARM).....	59
3.10.2	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	59
3.10.3	Pengujian Secara Parsial (Uji-T).....	60
3.10.4	Uji Korelasional	61
3.11	Prosedur Penelitian	62
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Profil Responden.....	63
4.2	Karakteristik Responden	63

4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	65
4.3	Hasil Deskriptif	66
4.3.1	Hasil Deskriptif Jenis Kelamin dan Usia terhadap Pesan Kampanye (X) 69	
4.3.2	Hasil Deskriptif Karakteristik Responden terhadap Variabel Y	78
4.4	Uji Asumsi Klasik	86
4.4.1	Uji Normalitas	87
4.4.2	Uji Multikolinieritas	88
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	88
4.5	Uji Hipotesis	89
4.5.1	Uji Regresi Berganda	89
4.5.2	Uji F	91
4.5.3	Uji T	92
4.5.4	Uji Korelasional	93
4.6	Pembahasan	96
4.6.1	Pembahasan Isi Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung	97
4.6.2	Pembahasan Struktur Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung	98
4.6.3	Pembahasan Aktor Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung	100
4.6.4	Pembahasan Saluran Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung	101
4.6.5	Pembahasan Pengaruh Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok terhadap Intensi Berhenti Merokok pada Remaja Perokok di Bandung	102
4.6.6	Pembahasan Deskriptif Kriteria Responden terhadap Pesan Kampanye (X) dan Intensi Berhenti Merokok (Y)	104
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		109

5.1	Simpulan	109
5.2	Implikasi.....	110
5.2.1	Implikasi Teoritis	110
5.2.2	Implikasi Praktis	111
5.3	Rekomendasi.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN.....		123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.2 Kriteria Bobot Penilaian Skor Pernyataan Likert	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	55
Tabel 3.5 Rentang Koefisien Reliabilitas Alpha Cornbach	56
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Kategori Interpretasi Skor.....	68
Tabel 4.4 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin dan Usia terhadap Pesan Kampanye (X) (X; n=100).....	70
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin dan Usia terhadap Variabel Isi Pesan (X1; n=100).....	72
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin dan Usia terhadap Variabel Struktur Pesan (X2; n=100).....	74
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin dan Usia terhadap Variabel Aktor Kampanye (X3; n=100)	75
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Variabel Saluran Kampanye (X4; n=100).....	77
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Intensi Berhenti Merokok (Y; n=100)	79
Tabel 4.10 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Sub Variabel Target (Y1; n=100).....	80
Tabel 4.11 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Sub Variabel Action (Y2; n=100).....	82
Tabel 4.12 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Sub Variabel Context (Y3; n=100).....	83
Tabel 4.13 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin terhadap Sub Variabel Time (Y4; n=100).....	85
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Asumsi Klasik Statistik (n=100).....	86
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	89

Tabel 4.16 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	93
Tabel 4.17 Uji Korelasional Isi Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok.....	94
Tabel 4.18 Uji Korelasional Struktur Pesan Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok.....	94
Tabel 4.19 Uji Korelasional Aktor Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok.....	95
Tabel 4.20 Uji Korelasional Saluran Kampanye di Instagram @suara_tanpa_rokok.....	96
Tabel 4.21 Deskriptif Jenis Kelamin dengan Usia.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Merokok pada Remaja - Atlas Tembakau Indonesia 2021 ..2	
Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Banyak digunakan - WeAreSocial 2021 ..5	
Gambar 2.1 Pola Teori Stimulus-Organisme-Respons ..24	
Gambar 2.2 Kerangka Teori Penelitian33	
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian34	
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian36	
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....66	
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia67	

DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, A. (2013). *Social Media Politica*. Tali Writing & Publishing House.
- Adamson, K. A., & Prion, S. (2013). Reliability: measuring internal consistency using cronbach's. *Clinical Simulation in Nursing*, 9, 179–180.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Ajzen, I. (2005). *Attitude, Personality, and Behavior* (2nd ed.).
- Ajzen, Icek. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Open University Press.
- Ajzen, Icek. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(1), 179–211.
- Almaidah, F., Khairunnisa, S., Sari, I. P., Chrisna, C. D., Firdaus, A., Kamiliya, Z. H., Williantari, N. P., Naufal, A., Akbar, M., Ariyani, L. P., Nurhasanah, K., Puspitasari, H. P., Farmasi, F., & Airlangga, U. (2021). SURVEI FAKTOR PENYEBAB PEROKOK REMAJA MEMPERTAHANKAN PERILAKU MEROKOK. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 8(1), 20–26.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Annur, C. M., & Bayu, D. J. (2021). *Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>
- Aprianita, D., & Hidayat, D. (2020). Analisis Pesan Kampanye #Dirumahaja Di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 78. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.7910>
- Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik*, 13(1), 105–120.
- Arifin, Z., Sitorus, M. E. J., & Berhubungan, F. Y. (2021). *Faktor-Faktor Yang*

- Berhubungan Dengan Intensi Dinas Kesehatan Kabupaten Nagan Raya Tahun 2021*. 7(2), 1500–1511.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. r
- Asri, G. M. (2021). *Pendapat Audiens Terhadap Pesan Kampanye Online Bangsa Buatan Indonesia (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Followers Instagram @banggabuatanindo)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. *Transistor Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81–88.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). Sukabina.
- Basuki, A. T. (2017). *Ekonometrika dan Aplikasi dalam Ekonomi* (1st ed.). Danisa Media.
http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/13216/BAHAN_AJAR_EKONOMETRI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bertan, C. V., Dundu, A. K. T., & Mandagi, R. J. M. (2016). Pengaruh Pendayagunaan Sumber Daya Manusia (Tenaga kerja) Terhadap Hasil Pekerjaan (Studi Kasus Perumahan Taman Mapanget Raya (Tamara). *Jurnal Sipil Statik*, 4(1), 13–20.
- Budiaji, W. (2018). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*. December 2018. <https://doi.org/10.31227/osf.io/k7bgy>
- Budianto, H. (2011). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Kencana.
- Bungin, B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial lainnya*. Prenada Media Group.
- Carton, S. (2009). *Definig Social Media*. 20 July.
- Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5–24.
- Chen, G.-M. (2012). The Impact of New Media on Intercultural Communication

in Global Context. *China Media Research*, 8(2), 1–10.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=sit e&authtype=crawler&jrnl=15571351&AN=85368643&h=ELkvimgzB1D61I 3ebVvBrAWTyLasUQTSMaQZ33VOOgxePoXkY73++ejNPUbjf1En9cNS PIMTOPuWGKsdnMTeDQ==&crl=c>

Chen, G. M., & Zhang, K. (2010). *New Media and Cultural Identity in The Global Society* (In R. Taiw). Idea Group Inc.

Coiera, E. (2013). Social networks, social media, and social diseases. *BMJ (Online)*, 346(7912), 2011–2014. <https://doi.org/10.1136/bmj.f3007>

Coleman, B. D., & Fuoss, R. M. (1955). Statistik Deskriptif. In *Journal of the American Chemical Society* (Vol. 77, Issue 21).

Damiarti, A. A., Trie Damayanti, T., & Nugrahai, A. R. (2019). Kampanye #Thinkbeforeyoushare Oleh Organisasi Do Something Indonesia Untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(1), 65. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6355>

Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution 2.0*. Serambi Ilmu Semesta.

Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The History of Social Media and its Impact on Business. *Management*, 16(3), 79–91. <http://search.proquest.com.eproxy.ucd.ie/docview/889143980>

Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.

Emathia, D., Arifin, H. S., & Mulyana, S. (2012). Hubungan antara Kegiatan Kampanye Anti Tembakau dengan Sikap Siswa SMP Al Syukro Ciputat terhadap Bahaya Merokok. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1–11.

Febrianti, E. (2016). *Hubungan Terpaan Kampanye Anti Rokok dan Intensitas Komunikasi Significant Others Dengan Sikap Untuk Berhenti Merokok*. <https://media.neliti.com>

Flew, T. (2005). *New Media*. Oxford University Press.

- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference* (4th Editio). Allyn & Bacon.
<https://matchoward.com/introduction-to-cronbachs-alpha/>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gujarati, N., & Damodar. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika (Terjemahan)* (Edisi 5). Salemba.
- GYTS. (2020). Lembar Informasi Indonesia 2019 (Global Youth Tobacco Survei). In *World Health Organization*.
<https://www.who.int/indonesia/news/events/world-no-tobacco-day-2020>
- Hamdan, S. R. (2015). Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 241. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1323>
- Hardiansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi*. Gava Media.
- Hartanto, E. (2017). PERBEDAAN SKALA LIKERT LIMA SKALA DENGAN MODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA. *Metodologi Penelitian*.
- Harvey, K. (2014). Social Media, Definition and Classes of. *Encyclopedia of Social Media and Politics, January*.
<https://doi.org/10.4135/9781452244723.n485>
- Hermawan, H. (2013). *Metode Kuantitatif Untuk Riset Bidang Kepariwisata*. 16.
- Herpratiwi. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran* (Cetakan Pe). Media Akademi.
- IAKMI, T. (2020). *Atlas Tembakau Indonesia Tahun 2020*. 33. <http://www.tcsc-indonesia.org/wp-content/uploads/2020/06/Atlas-Tembakau-Indonesia-2020.pdf>
- Indrawani, Mailani, & Nilawati. (2014). Intensi Berhenti Merokok: Peran Sikap

- Terhadap Peringatan Pada Bungkus Rokok dan Perceived Behavioral Control. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 9(2), 65–73.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- Kasmawan, A. (2019). *Jumlah Perokok di Bandung Lebih Tinggi dari Kota Lain di Indonesia*. Wartawan Redaksi. <https://www.dara.co.id/jumlah-perokok-di-bandung-lebih-tinggi-dari-kota-lain-di-indonesia.html>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group.
- Kumboyo. (2011). Analisis Faktor Penghambat Motivasi Berhenti Merokok Berdasarkan Health Belief Model pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Brawijaya Malang*.
- Kusnandar, V. B. (2019). *96 Juta Orang Indonesia Jadi Perokok Pasif*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/04/96-juta-orang-indonesia-jadi-perokok-pasif>
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
- Larasati, A. G. (2018). *Efektivitas Isi Pesan Akun Instagram @iflix.id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi tentang Film*.
- Larson, C. U. (1986). *Persuasion Reception and Responsibility*. Wadsworth Publishing Company.
- Lenggogeni, A. (2014). *Pengaruh Membaca Isi Berita Kesehatan Detik.com terhadap Perubahan Pola Hidup Sehat Khalayak*. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).
- Lestari, D. (2018). Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial terhadap Pengetahuan Syiar Islami dan Fashion Hijab pada Followers Muslimah. *Jom FISIP*, 5, 6. <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp->

content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://www.lib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand

Levinson, P. (2009). *New New Media*. Allyn & Bacon.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.

Logan, R. K. (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.

Mar'at, Prof, D. (1981). *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Ghalia Indonesia.

Masitha, R., & Bonita, E. (2019). PENGARUH DIGITAL CAMPAIGN WEB SERIES SORE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND AWARENESS TROPICANA SLIM STEVIA DI KALANGAN REMAJA-DEWASA MUDA. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2, 149–156. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.61>

Mirzaqon, A., & Purwoko, B. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, 1, 1–8.

Misnawati, I. T. (2013). Strategi Komunikasi Pada Kampanye Perlindungan Orangutan Oleh Lsm Centre for Orangutan Protection (Cop) Di Samarinda, Kalimantan Timur. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 135–149. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/JURNAL_SAYA_\(11-12-13-09-15-24\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/JURNAL_SAYA_(11-12-13-09-15-24).pdf)

Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Pustaka Setia.

Muqarrobin, F. (2020). Hipotesis Penelitian. *Eurekapedidikan.Com*, June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>

Mutia, A. (2021). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* Databoks.

Nadia, L. (2016). Pengaruh Negatif Merokok terhadap Kesehatan dan Kesadaran Masyarakat Urban. *Pengaruh Negatif Merokok Terhadap Kesehatan Dan Kesadaran Masyarakat Urban*, 28(02), 77–104.

<http://repository.ut.ac.id/id/eprint/7088>

Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

Neese, B. (2017). *5 Types of New Media*. Datafloq.Com.

Nindapitra, C. (2015). *Studi Kasus Remaja Putri Yang Berperilaku Merokok di Kota Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Normawati Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Pengaruh Kampanye “Let’S Disconnect To Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia) Influence of the Campaign “Let’S Disconnect To Connect” on Anti Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indo. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164.

https://www.researchgate.net/publication/329536120_INFLUENCE_OF_THE_CAMPAIGN_LET’S_DISCONNECT_TO_CONNECT_ON_ANTI-PHUBBING_ATTITUDE_SURVEY_IN_LINE_STARBUCKS_INDONESIA_OFFICIAL_ACCOUNT_FOLLOWERS

Open Data Kota Bandung. (2021). *Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2021*. <http://data.bandung.go.id/dataset/jumlah-penduduk-berdasarkan-kelompok-umur/resource/014bae85-4c01-40f1-ad05-c8910c3ef36c>

Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) 2018-2020.

(2022). Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

Persentase Penduduk Kota Bandung Lima Tahun ke Atas yang Merokok selama Sebulan Terakhir Menurut Jumlah Batang Rokok yang Dihilir per Minggu, 2020. (2021). Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>

Puspa, A. (2021). *Kemenkes Targetkan Tahun Ini 5 Juta Perokok Berhenti Merokok*. Media Indonesia.

<https://mediaindonesia.com/humaniora/408636/kemenkes-targetkan-tahun-ini-5-juta-perokok-berhenti-merokok>

- Puspa, S., Sary, L., & Febriani, C. A. (2021). Kesadaran Berhenti Merokok Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Penawar Jaya Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2020. *Jurnal Dunia Kesmas*, 10(1), 96–108.
<https://doi.org/10.33024/jdk.v10i1.3363>
- Puspita, A. D., Karo, S. B., Steffanie, L., Wijaya, M., Ilmu, I., & Politik, I. (2022). *Determinasi Pesan Kampanye #MYBABYTREE di Akun Instagram @ wwf_id terhadap Partisipasi Followers dalam Melakukan Pelestarian Hutan Lingkungan hidup bermakna sangat penting terutama dalam sebuah kehidupan manusia dan makhluk hidup ciptaan Tuhan lainnya s. 5(2)*, 69–79.
- Riduawan, & Sunarto, H. (2009). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Rizki, E. A. A., & Perbawaningsih, Y. (2014). Faktor-faktor Penyebab Kegagalan Kampanye Kampus Bebas Asap Rokok di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. In *Ilmu Komunikasi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Saifuddin, A. (2016). *Sikap manusia teori dan pengukurannya* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Sandek, R., & Astuti, K. (2007). Hubungan antara Sikap Terhadap Perilaku Merokok dan Kontrol Diri dengan Intensi Berhenti Merokok. In *Fakultas Psikologis*.
- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS* (20th ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja* (11th ed.). Erlangga.
- Sari, A. T. O., Ramdhani, N., & Eliza, M. (2003). Empati dan Perilaku Merokok Di Tempat Umum. *Empati Dan Perilaku Merokok Di Tempat Umum*, 2, 81–90.
- Sarwono, J. (2009). *Statistik Itu Mudah: Panduan Lengkap untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. CV. Andi Offset.
- Satyadewi, A., Hafiar, H., & Nugraha, A. (2017). Pemilihan Akun Media Sosial Instagram oleh Holiday INN Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153–162.

- Satyadewi, A. J., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2017). Pemilihan Akun Media Sosial Instagram Oleh Holiday Inn Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153–154.
- Setiawan, B., & Fithrah, D. S. (2019). Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 102.
- Shavira, P. A. (2020). Antropomorfisme Brand: Kampanye Digital Pencegaha COVID-19 Oleh Traveloka. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2).
<http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Sibarani, R., & Perbawaningsih, Y. (2018). Persuasi, Perilaku Merokok, dan Preferensi Anak Muda terhadap Pesan Kampanye Berhenti Merokok. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 986. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.336>
- Situmeang, I. V. O., & Situmeang, I. R. (2020). Konstruksi Komodifikasi Media Komunikasi untuk Kampanye Sosial di Instagram dalam Pencegahan Virus Corona pada New Era Masyarakat 5.0. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 34.
[http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL)
- Smet, B. (1994). *Psikologi Kesehatan Teori dan Praktek*. PT. Grasindo.
- Sodik, M. A. (2018). *Merokok dan Bahayanya*.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/wpek5>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (14th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet.
- Sundari, L. (2021). *Tembakau, Covid-19, dan Hak Anak Untuk Sehat*. Lentera Anak Foundation.
https://www.lenteraanak.org/content/berita_terkini/tembakau_covid19_dan_hak_anak_untuk_sehat

- Syafie, R. (2009). Stop smoking: Studi Kualitatif terhadap Pengalaman Mantan Pecandu Rokok dalam Menghentikan Kebiasaannya. *Universitas Diponegoro*.
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Simbiosis Rekatama Media.
- Triyono. (2018). Teknik Sampling Dalam Penelitian Sosial. *Lokakarya Penelitian Sosial Fakultas Adab IAIN Suka Yogyakarta*, XI(March), 2–9.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19674.24003>
- Tsalits, L. H. (2013). *Hubungan Dukungan Teman Sebaya dan Kontrol Perilaku dalam Merokok dengan Intensi Berhenti Merokok pada Remaja SLTA*.
- Vemmy, S., & Caecilia. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 1(118–123).
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.
- Vusvitasari, R., Nugroho, S., & Akbar, S. (2016). Kajian Hubungan Koefisien Korelasi Pearson (ρ), Spearman-Rho (r), Kendall-Tau (τ), Gamma (G), dan Somers (d_{yx}). *Journal Statistika*, 41–54.
- WHO. (2020). *Menaikkan Harga Cukai dan Harga Produk Tembakau untuk Indonesia Sehat dan Sejahtera*. 1–30.
- Wulan, D. K. (2012). Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Perilaku Merokok pada Remaja. *Journal Humaniora*, 3(45), 504–511.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Berganda. *Journal Article*, 1–6.
<http://www.mendeley.com/research/regresi-linier-berganda-1/>

