

Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok terhadap Niat Berhenti Merokok pada Perokok Aktif Mahasiswa Fikom UNPAD

by Rafi Fathurrahman Fathoni

Submission date: 07-Aug-2024 08:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 2428394110

File name: KONSENSUS_VOL_1_NO_4_AGUSTUS_2024_Hal._368-385.docx (334.51K)

Word count: 5420

Character count: 34898



Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok terhadap Niat Berhenti Merokok pada Perokok Aktif Mahasiswa Fikom UNPAD (Studi Kuantitatif pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Strata 1 Angkatan 2021 dan 2022 Kampus Jatinangor)

Rafi Fathurrahman Fathoni*¹, Dadang Sugiana², Putri Trulline³

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

Alamat : Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

Korespondensi Penulis : rafi20004@mail.unpad.ac.id*

Abstract. Background: This research is motivated by the high prevalence of smoking among students, necessitating effective interventions. The research problem is whether there is a significant influence of anti-smoking campaign messages on the intention to quit smoking among active smokers in FIKOM Unpad. Purpose: The purpose of this study is to determine the influence of anti-smoking campaign messages, as well as the influence of attitudes, subjective norms, and behavioral control on the intention to quit smoking among active smokers in FIKOM Unpad. Methods: This study uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires distributed to 120 respondents who are active smokers among FIKOM Unpad students. Data were analyzed using the coefficient of determination test and the T-test to measure the significance of the influence of these variables. Results: The results of the study show that anti-smoking campaign messages have a significant influence on the intention to quit smoking. Additionally, attitudes, subjective norms, and behavioral control also have a significant influence on the intention to quit smoking. The conclusion of this research is that anti-smoking campaign messages are effective in increasing the intention to quit smoking among active smokers in FIKOM Unpad. This research provides an important contribution to the development of effective health communication strategies through campaign messages.

Keywords: Campaign Messages, Smoking, Intention to Quit Smoking, Theory of Planned Behavior.

Abstrak. Latar Belakang: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya prevalensi merokok di kalangan mahasiswa sehingga memerlukan intervensi yang efektif. Masalah penelitian adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan pesan kampanye antirokok terhadap niat berhenti merokok pada perokok aktif di FIKOM Unpad. Tujuan: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye antirokok, serta pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat berhenti merokok pada perokok aktif di FIKOM Unpad. Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada 120 responden yang merupakan perokok aktif di kalangan mahasiswa FIKOM Unpad. Data dianalisis menggunakan uji koefisien determinasi dan uji-T untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel tersebut. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan kampanye antirokok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berhenti merokok. Selain itu, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berhenti merokok. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pesan kampanye antirokok efektif dalam meningkatkan niat berhenti merokok pada perokok aktif di FIKOM Unpad. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi komunikasi kesehatan yang efektif melalui pesan kampanye.

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Merokok, Niat Berhenti Merokok, Theory of Planned Behavior.

1. PENDAHULUAN

Perilaku atau sikap seseorang terhadap sesuatu dan dalam melakukan sesuatu sangatlah dipengaruhi oleh diri seseorang itu sendiri dan juga lingkungannya. Manusia akan membuat keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku merupakan hasil dari

keputusannya yang beralasan. Setiap perilaku seseorang ditentukan oleh intensi atau niat seseorang untuk terlibat dalam sebuah perilaku.

Faktor pada diri seseorang dan juga lingkungannya yang dapat mempengaruhi niatan seseorang untuk memutuskan untuk bersikap kepada suatu hal salah satunya adalah melalui komunikasi. Bagaimana seseorang berpikir untuk melakukan penalaran, menganalisis sesuatu, dan merenung merupakan salah satu bentuk komunikasi kepada diri sendiri.

Komunikasi memegang peranan yang penting pada bagaimana niat tumbuh pada diri seseorang untuk bersikap dan berperilaku, terutama pada bagaimana isi pesan yang terkandung dalam sebuah proses komunikasi. Hal ini ditegaskan pada sebuah teori yang memiliki pandangan dan juga asumsi bahwasanya proses seseorang atau individu dalam memutuskan untuk berperilaku secara sadar untuk mempertimbangkan suatu perilaku berdasarkan informasi atau isi pesan yang tersampaikan pada komunikasi yang sesuai dengan hukum atau teori dalam psikologi komunikasi, yaitu *Theory of Planned Behavior* atau biasa disebut “TPB”.

Theory of Planned Behavior atau TPB ini sangatlah relevan dan juga cocok untuk dijadikan landasan atau pegangan dalam proses mengkaji fenomena di kehidupan kita sehari-hari, terutama terhadap proses penentuan keputusan seseorang dalam bersikap atau berperilaku. Salah satu fenomena yang hendak dikaji pada penelitian ini adalah beralaskan dari fenomena gaya hidup yang sering dijumpai di Indonesia, yaitu gaya hidup atau kebiasaan merokok. Norman, Conner & Bell (1999) menjelaskan bahwa niat merupakan faktor utama bagi seseorang untuk memahami keinginannya dalam berperilaku terkait kesehatan.

Merokok adalah suatu kebiasaan menghisap rokok yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Merokok adalah sebuah kegiatan yang umum dilakukan di Indonesia, mulai dari kalangan remaja hingga dewasa. Meskipun sudah terdapat peringatan yang jelas tentang bahaya merokok pada bungkusnya, dan informasi tentang bahayanya kerap ditemukan di tempat-tempat umum seperti rambu peringatan di jalan, yang mengatakan risiko dari merokok seperti serangan jantung, impotensi, dan masalah kehamilan. Berdasarkan data, gaya hidup merokok umumnya dilakukan pada usia remaja, kebiasaan tersebut sebanyak 47% pada remaja usia 11-15 tahun yang merupakan populasi laki-laki, sedangkan 12% adalah populasi wanita.

Melihat dampak yang buruk bagi lingkungan hidup, pemerintah melakukan upaya untuk mengurangi bahaya dari rokok ini. Upaya tersebut meliputi iklan layanan masyarakat, kebijakan Undang-Undang, dan Peraturan Pemerintah. Kebijakan Undang-Undang tersebut seperti yang tercantum pada UU No. 32 Tahun 2010 yang membahas tentang kebijakan publik untuk melarang kegiatan merokok di tempat umum, tempat kerja, tempat belajar mengajar, area anak bermain, tempat ibadah, tempat layanan kesehatan, dan juga angkutan umum. Selain

itu, terdapat juga kebijakan pemerintah pada Peraturan Pemerintah No.19 tahun 2003 pasal 8 yang mewajibkan seluruh produsen rokok untuk memberi pesan bahaya merokok berupa teks “MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI, DAN GANGGUAN KEHAMILAN JANIN” pada bungkus rokok. Selanjutnya Peraturan Pemerintah tersebut diperbarui pada 24 Juni 2014 pada Peraturan Pemerintah No. 109 tahun 2012 pasal 17 yang menambahkan kebijakan untuk menambah visualisasi atau gambar pesan peringatan bahaya merokok.



Gambar 1. Contoh pesan kampanye peringatan bahaya rokok pada bungkus rokok

Namun, pesan kampanye peringatan bahaya rokok yang berbentuk peringatan tekstual dan juga visual yang memiliki kesan “menakut-nakuti” atau disebut juga *pictorial warning* terlihat tidak terlalu efektif untuk menekan angka perokok di Indonesia berdasarkan data GATS (Global Adult Tobacco Survey) tahun 2021 yang menyatakan bahwa angka perokok di Indonesia pada tahun 2021 meningkat 8,8 juta orang menjadi 69,1 juta dan data dari Kemenkes tahun 2023 yang menyatakan bahwa perokok aktif diperkirakan telah mencapai angka 70 juta.

Melihat pesan kampanye tersebut ternyata tidak berpengaruh dalam Upaya mengurangi angka perokok di Indonesia, terdapat cara lain yang lahir tidak hanya dari instansi negara, organisasi kemanusiaan, namun juga dari instansi pendidikan seperti sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, perguruan tinggi, dan lainnya. Cara lain tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk upaya mengurangi angka perokok aktif di Indonesia, namun dengan kemasan yang berbeda, yaitu dengan pesan kampanye berbentuk infografis dengan media poster, Media tersebut dipilih karena dapat memuat lebih banyak informasi dengan harapan lebih banyak pesan yang bisa tersampaikan kepada target audiens, dalam hal ini adalah para perokok aktif.

Hal ini sesuai dengan studi analisis di Amerika Serikat oleh Nicotine & Tobacco Research pada tahun 2022 yang mengatakan bahwa pesan-pesan yang lebih memfokuskan pada efek positif dari berhenti merokok berupa informasi mengenai informasi peningkatan

PENGARUH PESAN KAMPANYE PERINGATAN BAHAYA ROKOK TERHADAP NIAT BERHENTI MEROKOK PADA PEROKOK AKTIF MAHASISWA FIKOM UNPAD

kesehatan dan peningkatan kualitas hidup dapat diterima secara lebih baik oleh masyarakat. Pesan yang bersifat mendidik dan memberikan solusi lebih efektif diterima dibandingkan dengan pesan yang lebih fokus menyebarkan informasi yang kesannya menakut-nakuti.

Selain itu, penelitian “Pengaruh Pesan Kampanye @suara_tanpa_rokok di Instagram terhadap Intensi Berhenti Merokok” yang dilakukan oleh Renatte Ana pada tahun 2022 juga menyatakan bahwa pesan kampanye yang disampaikan menggunakan berbagai media untuk penyampaiannya dapat mempengaruhi sikap dan juga niat untuk berhenti merokok. Terutama jika pesan yang disampaikan secara konsisten dan dikemas menggunakan pendekatan yang tepat.



Gambar 2. Contoh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok Berbentuk Poster Infografis

Bentuk pesan kampanye dengan pengemasan yang berbeda seperti poster infografis ini tentu diharapkan dapat memberi dampak yang berbeda dengan pesan kampanye pictorial warning pada bungkus rokok. Dengan mengemas visual yang lebih halus, pesan tekstual yang lebih mempersuasi, dan juga dilengkapi dengan langkah-langkah untuk membantu perokok aktif untuk berhenti merokok diharapkan bentuk pesan kampanye ini dapat lebih mempengaruhi perokok aktif untuk berhenti merokok.

Gaya hidup atau kebiasaan merokok ini juga marak ditemui di lingkungan kampus Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad. Dari hasil observasi peneliti, setiap sudut di Fikom Unpad dapat dijadikan tempat untuk merokok. Plasa, kantin, selasar, teras, parkir, bangtek, bahkan diluar gedung kelas pembelajaran-pun sering ditemui mahasiswa yang merokok. Jika dilihat dari fasilitas yang ada, memang tidak banyak ditemui larangan atau informasi untuk merokok di area tertentu. Hal tersebut mungkin yang membuat banyak ditemui mahasiswa yang merokok di lingkungan kampus Fikom Unpad.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, ketertarikan untuk meneliti fenomena ini peneliti rasa perlu dan dapat membawa dampak yang bermanfaat untuk peneliti, negeri, dan juga tempat di mana peneliti melaksanakan studinya, yaitu FIKOM Unpad. Bagaimana pesan kampanye peringatan bahaya rokok yang berbentuk poster infografis yang pernah dijumpai oleh Mahasiswa FIKOM Unpad dinilai dan dipersepsikan oleh Mahasiswa FIKOM Unpad yang nantinya menimbulkan atau tidak keinginan untuk berperilaku berhenti merokok.

2. KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behaviour

Menurut Ajzen yang dikutip dari Lee dan Kotler (2011), individu memiliki kemungkinan besar untuk mengadopsi suatu perilaku jika mereka memiliki pandangan positif terhadap perilaku tersebut yaitu sikap terhadap perilaku, mendapat persetujuan atau masukan dari orang-orang yang berhubungan dekat terhadap perilaku yaitu norma subjektif, dan memiliki keyakinan bahwa mereka mampu melaksanakan perilaku tersebut dengan baik yaitu kontrol perilaku.

Sikap terhadap Perilaku

Faktor pertama yang dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* perihal proses pembentukan niat adalah sikap terhadap perilaku. Sikap terhadap perilaku, dikenal juga sebagai *attitude towards behavior* yang membicarakan perasaan umum individu berupa penilaian dan evaluasi terhadap objek sikap, baik secara positif maupun negatif Fishbein dan Ajzen (1975). Sikap terhadap perilaku terbentuk dari dua hal, yaitu keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*) dan evaluasi hasil perilaku (*evaluation of behavioral outcomes*).

Norma Subjektif

Fishbein dan Ajzen (1975) mengatakan bahwa norma subjektif atau biasa juga disebut sebagai *subjective norms*, mencerminkan keyakinan yang didapatkan oleh individu dari lingkungan sosial di sekitarnya terhadap dirinya dalam melakukan atau tidaknya sebuah perilaku tertentu. Lebih lengkapnya, norma subjektif merupakan keyakinan terhadap pemikiran referen atau rujukan dalam menunjukkan atau tidak menunjukkan sebuah perilaku. Keinginan individu dalam mengikuti pendapat orang-orang di lingkungan sekitarnya yang membentuk tekanan normatif tersebut disebut norma subjektif. Sejauh mana seorang individu memiliki kesediaan untuk melakukan sebuah perilaku berdasarkan orang-orang yang mereka anggap penting.

Kontrol Perilaku

Dalam *Theory of Planned Behavior*, kontrol perilaku atau *perceived behavioral control* menjadi aspek penting karena membedakannya dari *Theory of Reasoned Action*. Konsep ini dapat dianggap sebagai *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengendalikan apakah mereka akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Menurut Ajzen (1991), kontrol perilaku merupakan persepsi individu yang dijadikan dorongan atau hambatan dalam menunjukkan sebuah perilaku. Lebih lengkapnya, kontrol perilaku adalah persepsi yang dimiliki individu terkait kemudahan atau kesulitan dalam menunjukkan sebuah perilaku yang masih masuk ke pada bagian pengalaman masa lalu dan antisipasi terhadap halangan yang mungkin terjadi.

Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok

Menurut Richard M. Perloff (2017) dalam buku *Manajemen Kampanye*, Antar Venus (2019) mengatakan, kampanye komunikasi merupakan upaya purposive untuk menginformasikan, meyakinkan, atau memotivasi perubahan perilaku audiens yang cukup terdefinisi dengan baik dan luas. Umumnya kampanye komunikasi ini diperuntukkan untuk keuntungan non-komersial bagi masyarakat dan/atau masyarakat. Kampanye biasanya memiliki jangka waktu tertentu melalui kegiatan komunikasi teorganisasi yang melibatkan media massa dan internet serta sering dilengkapi dengan komunikasi interpersonal.

Pada penelitian ini, kampanye peringatan bahaya rokok yang berasal dari segala instansi, baik pemerintah dan juga instan pendidikan termasuk kepada jenis kampanye *Ideologically or cause oriented campaigns*. Hal tersebut karena kampanye ini memiliki tujuan untuk merubah budaya, kebiasaan, atau gaya hidup yang sangat melekat dan membudaya di Indonesia, yaitu merokok. Pada konteks penelitian ini, kampanye peringatan bahaya rokok yang diteliti menggunakan saluran komunikasi bermedia, yaitu yang berbentuk poster. Berdasarkan Antar Venus (2019), media umum berupa poster memiliki akibat yang besar dan dapat mengikat khalayak yang besar juga sehingga hal tersebutlah mengapa media ini menjadi salah satu media yang dipilih untuk diteliti.

Niat Berhenti Merokok

Niat berhenti merokok adalah kesadaran individu akan keinginan dan keputusan untuk menghentikan kebiasaan merokok serta komitmen untuk melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini mencakup pengakuan akan dampak negatif merokok terhadap kesehatan dan kesejahteraan pribadi, serta dorongan yang kuat untuk

meningkatkan kualitas hidup dan memperbaiki kondisi kesehatan fisik dan mental. Niat berhenti merokok juga sering kali melibatkan pencarian informasi tentang cara-cara berhenti merokok, penggunaan bantuan dan dukungan, serta penetapan tujuan yang konkret untuk menghentikan kebiasaan merokok. Definisi ini dapat ditemukan di berbagai sumber, termasuk literatur ilmiah tentang kesehatan dan perilaku manusia, serta panduan dan sumber daya yang diterbitkan oleh lembaga kesehatan terkemuka.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dapat disebut juga sebagai penelitian kausal atau sebab akibat karena penelitian ini meneliti hubungan sebab akibat antar variabel yang ada. Desain penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat seberapa berpengaruh pesan kampanye bahaya rokok pada bungkus rokok terhadap perilaku perokok aktif Mahasiswa Fikom Unpad.

Jenis dari teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan metode survei yaitu dengan mengumpulkan data primer dan juga sekaligus terjadi komunikasi secara langsung antara peneliti dan juga responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden yang mencakup pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert 1-5. Skala Likert digunakan untuk mengukur pandangan, sikap, atau persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijelaskan lebih rinci menjadi indikator atau subindikator dari variabel tersebut.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Jatinangor Strata 1 angkatan 2021 dan 2022 kampus Jatinangor yang aktif merokok sebanyak 172 mahasiswa. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Slovin*, maka ukuran sampel yang didapatkan adalah 120 mahasiswa Strata 1 Fikom Unpad Angkatan 2021 dan 2022 Jatinangor yang aktif merokok.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	120		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.68637616	
	Most Extreme Differences	Absolute	.070
		Positive	.038
		Negative	-.070
Test Statistic	.070		
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}		
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Dari ilustrasi tersebut, terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,200, yang di mana berarti nilai signifikansi > 0,05 yang menunjukkan bahwa distribusi data pada penelitian ini terbilang normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Tolerance	
	Tolerance	VIF
Sikap (X1)	0.565	1.770
Norma Subjektif (X2)	0.379	2.637
Kontrol Perilaku (X3)	0.481	2.078

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan juga nilai VIF di bawah 10,00, yaitu Variabel X1 dengan nilai *tolerance* 0,565 dan VIF 1,770. Variabel X2 dengan nilai *tolerance* 0,379 dan VIF 2,637. Variabel X3 dengan nilai *tolerance* 0,481 dan VIF 2,078. Hal tersebut memiliki arti bahwa, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen pada data penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.204	1.768		1.247	.215
	Sikap	.002	.060	.003	.025	.980
	Norma Subjektif	.027	.093	.043	.288	.774
	Kontrol Perilaku	.048	.083	.078	.584	.561

a. Dependent Variable: RES2

Hasil dari uji heteroskedastisitas berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil bahwa ketiga variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, yaitu variabel X1 dengan nilai signifikansi 0,980, variabel X2 dengan nilai signifikansi 0,774, dan variabel X3. Dengan demikian, data penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan bebasnya gejala heteroskedastisitas, membuat uji statistik pada penelitian ini untuk memiliki hasil yang akurat sehingga dapat diandalkan.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.068	2.092		1.944	.054
	sikap	.160	.071	.179	2.238	.027
	norma	.277	.110	.247	2.528	.013
	kontrol perilaku	.744	.098	.660	7.606	.000

a. Dependent Variable: Niat

Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 4.068 + 0,160X_1 + 0,277X_2 + 0,744X_3$$

PENGARUH PESAN KAMPANYE PERINGATAN BAHAYA ROKOK TERHADAP NIAT BERHENTI MEROKOK PADA PEROKOK AKTIF MAHASISWA FIKOM UNPAD

Dari hasil perhitungan di atas, didapatkan persamaan yang menunjukkan nilai X atau nilai regresi dengan estimasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 4,068 menunjukkan bahwa jika variabel Sikap Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, Norma Subjektif Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, dan Kontrol Perilaku Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad berada pada keadaan 0. Konstanta bernilai positif berarti memiliki pengaruh positif antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y. Artinya, jika variabel X1, X2, dan X3 meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.
2. Nilai koefisien X1 (β_1) sebesar 0.160. Variabel X1 Sikap memiliki kontribusi sebesar 0.160 terhadap variabel Y Niat Berhenti Merokok. Kondisi ini berarti variabel X1 Sikap memiliki arah korelasi positif terhadap proses pembentukan niat berhenti merokok.
3. Nilai koefisien X2 (β_2) sebesar 0.277. Hal tersebut berarti variabel X2 Norma Subjektif memiliki kontribusi sebesar 0.277 terhadap variabel Y Niat Berhenti Merokok. Kondisi ini berarti variabel X2 Norma Subjektif memiliki arah korelasi positif terhadap proses pembentukan niat berhenti merokok.
4. Nilai koefisien X3 (β_3) sebesar 0.744. Hal tersebut berarti variabel X3 Kontrol Perilaku memiliki kontribusi sebesar 0.744 terhadap variabel Y Niat Berhenti Merokok. Kondisi ini berarti variabel X3 Kontrol Perilaku memiliki arah korelasi positif terhadap proses pembentukan niat berhenti merokok.

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2233.515	3	744.505	53.405	.000 ^b
	Residual	1617.135	116	13.941		
	Total	3850.650	119			

a. Dependent Variable: Niat

b. Predictors: (Constant), kontrol perilaku, sikap, norma

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji simultan yang dimuat terlihat bahwa nilai F hitung adalah sebesar 53,405. Lalu, dapat dilihat juga df untuk pembilang adalah 3, dan df untuk penyebut adalah 116. Dari kedua df tersebut, ditemukan F tabel berdasarkan tabel distribusi F untuk probabilitas 0,05 adalah sebesar 2,68. Berdasarkan kriteria pengujian yang telah

ditetapkan, dengan nilai F hitung (53,405) > F tabel (2,68), dan nilai signifikansi F (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan dari Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok (yang diukur dengan Sikap Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, Norma Subjektif Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, dan Kontrol Perilaku Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad) terhadap Niat Berhenti Merokok.

Koefisien Determinan

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.569	3.734
a. Predictors: (Constant), kontrol perilaku, sikap, norma				

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditarik Kesimpulan bahwa nilai koefisien determinasi memiliki angka sebesar 0,569 atau sebesar 56,9%. Dengan kata lain, berdasarkan uji koefisien determinan ini, ditemukan bahwa ketiga variabel independen yaitu Sikap Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, Norma Subjektif Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad, dan Kontrol Perilaku Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad secara bersamaan memiliki pengaruh sebesar 56,9% terhadap Niat Berhenti Merokok. Sementara 43,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.068	2.092		1.944	.054
	sikap	.160	.071	.179	2.238	.027
	norma	.277	.110	.247	2.528	.013
	kontrol perilaku	.744	.098	.660	7.606	.000
a. Dependent Variable: Niat						

Berdasarkan hasil uji T pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa signifikansi variabel Sikap Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad (X1) berada pada angka 0,027. Hal tersebut menunjukkan bahwa $0,027 < 0,05$ yang mana berarti H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa

PENGARUH PESAN KAMPANYE PERINGATAN BAHAYA ROKOK TERHADAP NIAT BERHENTI MEROKOK PADA PEROKOK AKTIF MAHASISWA FIKOM UNPAD

terdapat pengaruh yang signifikan dari sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terhadap niat berhenti merokok.

Kemudian, hasil uji T sesuai pada tabel di atas dapat dilihat bahwa signifikansi variabel Norma Subjektif Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad (X2) berada pada angka 0,013. Hal tersebut menunjukkan bahwa $0,013 < 0,05$ yang mana berarti H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari norma subjektif perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terhadap niat berhenti merokok.

Yang terakhir, hasil uji T sesuai dengan pada tabel dapat dilihat bahwa signifikansi variabel Kontrol Perilaku Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad (X3) berada pada angka 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa $0,000 < 0,05$ yang mana berarti H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kontrol perilaku perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terhadap niat berhenti merokok.

Pembahasan

Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok Terhadap Niat Berhenti Merokok

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action), perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif yang dipengaruhi oleh pesan-pesan persuasif yang diterima. Pesan kampanye yang intensif dan repetitif mampu memperkuat sikap dan norma subjektif sehingga mempengaruhi niat individu untuk berhenti merokok. Hasil ini juga didukung oleh studi dari Wakefield et al. (2010) yang menyatakan bahwa kampanye anti-merokok yang kuat dan terus menerus dapat secara signifikan mengurangi prevalensi merokok dalam populasi.

Selain itu, penelitian terdahulu oleh D. Hammond juga memberikan kesimpulan bahwa pesan peringatan yang berbentuk grafik, lebih besar, dan lebih kompleks dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan bahaya dari rokok. Pada konteks penelitian ini, pesan kampanye peringatan bahaya rokok yang dijadikan objek penelitian merupakan pesan kampanye yang berbentuk poster infografis. Seperti yang telah dijelaskan pada bab tinjauan pustaka sebelumnya, bahwa poster infografis memiliki bentuk penggambaran visual dari informasi, data, dan pengetahuan yang ditujukan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan juga jelas. Dalam poster infografis, disajikan data dan informasi yang kompleks dalam bentuk yang lebih sederhana dan juga mudah untuk dipahami. Maka dari itu, hasil dari temuan penelitian ini mutlak dan juga sesuai dengan landasan teori.

Mengacu pada *theory of planned behavior*, Ajzen menyebutkan bahwa penilaian dari seseorang terkait hasil apa yang akan didapatkan dari perilaku dan evaluasi dari hasil atau

outcomes akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku tersebut. Maka dari itu, hasil dari temuan penelitian ini sejalan dengan *theory of planned behavior* yang menjadi pedoman dalam penelitian ini bahwasanya sikap terhadap perilaku menjadi prediktor yang dapat mempengaruhi niat untuk berperilaku, pada konteks penelitian ini adalah niat untuk berhenti merokok.

Selain itu, sesuai dengan *theory of planned behavior*, penelitian oleh Roy Tapera (2020) menunjukkan bahwa norma subjektif yang datangannya dari dukungan keluarga dan teman dapat secara signifikan mempengaruhi niat seseorang untuk berhenti merokok. Bagaimana yang disampaikan oleh Ajzen, bahwasanya norma subjektif merupakan salah satu prediktor yang dapat mempengaruhi niat untuk berperilaku, pada konteks penelitian ini adalah niat untuk berhenti merokok.

Selanjutnya, prediktor terakhir yang signifikan mempengaruhi niat untuk berhenti merokok adalah kontrol perilaku. Kembali, berdasarkan pada *theory of planned behavior*, penelitian dari Naif H. Alanazi (2017) menunjukkan hasil bahwa *perceived of behavioral control* atau kontrol perilaku yang tinggi dikaitkan dengan niat yang lebih kuat untuk berhenti merokok. Hal tersebut dapat dilihat ketika individu percaya bahwa mereka memiliki kemampuan dan sumber daya untuk berhenti merokok, kepercayaan diri mereka meningkat yang kemudian akan menguatkan niat mereka untuk melakukan dan mempertahankan upaya untuk berhenti merokok.

Pengaruh Sikap Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad Terhadap Niat Berhenti Merokok

Pada penelitian ini, penilaian perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terkait pesan kampanye peringatan bahaya rokok dinilai dari pentingnya pesan kampanye peringatan bahaya rokok, dampak kepada kesehatan dari berhenti merokok yang termuat dalam pesan kampanye peringatan bahaya rokok, dampak kekuatan fisik, dampak kepada kualitas hidup, dan faktor pengurang risiko terkena penyakit serius dan juga hasil evaluasi mereka. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terkait pesan kampanye peringatan bahaya rokok dinilai sedang (62 mahasiswa) dan tinggi (52 mahasiswa) dari total 120 sampel mahasiswa. Dapat diambil asumsi bahwa lebih banyak perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad yang cenderung menilai pesan kampanye sebagai hal yang positif ketimbang negatif pada alat ukur sikap. Hasil tersebut dapat membantu memperkuat hasil penelitian ini bahwa sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berhenti merokok.

PENGARUH PESAN KAMPANYE PERINGATAN BAHAYA ROKOK TERHADAP NIAT BERHENTI MEROKOK PADA PEROKOK AKTIF MAHASISWA FIKOM UNPAD

Hasil temuan penelitian ini juga didukung oleh *theory of planned behavior* yang mengatakan bahwa, semakin positif penilaian/tanggapan seseorang terhadap perilaku, maka akan semakin kuat juga niat seseorang untuk berperilaku. Dalam konteks penelitian ini, niat berhenti merokok diukur dari sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terhadap perilaku berhenti merokok melalui pesan kampanye peringatan bahaya rokok.

Selain itu, hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Randika Akhira (2016) yang mengatakan bahwa, semakin besar sikap seseorang terhadap perilaku tidak merokok, semakin besar pula niat seseorang untuk tidak merokok. Ajzen (2005) juga mengatakan bahwa sikap merupakan anteseden yang pertama dari terbentuknya niat.

Pada konteks penelitian ini, sesuai dengan hasil temuan data yang terkumpul, maka dapat dikatakan bahwa perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad memiliki keyakinan dan kepercayaan terhadap isi pesan dalam kampanye peringatan bahaya rokok perihal perilaku berhenti merokok, dan juga mereka menilai bahwa hasil dari isi pesan kampanye peringatan bahaya rokok ini merupakan hal yang lebih mengarah ke arah positif dibandingkan negatif.

Hasil data tersebut menggambarkan bagaimana penilaian diri terhadap perilaku dan juga penilaian hasil dari perilaku merupakan alat ukur yang membuktikan asumsi dari *theory of planned behavior*. Bagaimana variabel sikap melalui dua pembentuk variabel yaitu *behavioral beliefs* dan *evaluation of behavioral outcomes* dapat menumbuhkan niat untuk berhenti merokok. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Lanni Devitarani, di mana penelitian tersebut juga berlandaskan pada *theory of planned behavior* dan melahirkan sebuah hasil penelitian di mana sikap atau *attitude toward behavior* memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap niat berhenti merokok.

Pengaruh Norma Subjektif Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad Terhadap Niat Berhenti Merokok

Pada penelitian ini, keyakinan atau kepercayaan perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terkait pesan kampanye peringatan bahaya rokok didapatkan dari orang-orang yang dirasa dekat. Kepercayaan tersebut diukur dari penilaian perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad mengenai perilaku berhenti merokok sesuai yang termuat di pesan kampanye peringatan bahaya rokok terhadap pandangan orang terdekat, dukungan orang terdekat terhadap pesan kampanye, keharusan dari orang terdekat, dan dukungan terhadap perilaku berhenti merokok dari orang terdekat dan juga motivasinya untuk mengikuti pandangan dari orang di sekitarnya.

Hasil temuan penelitian ini juga didukung oleh *theory of planned behavior* yang mengatakan bahwa, persepsi individu mengenai kuatnya tekanan sosial yang dirasakan untuk

melakukan atau tidaknya sebuah perilaku akan meningkatkan kemungkinan keberhasilan dalam berperilaku. Dalam konteks penelitian ini, niat berhenti merokok diukur dari kepercayaan dan keyakinan yang didapat perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terhadap perilaku berhenti merokok melalui pesan kampanye peringatan bahaya rokok yang didapatkan dari orang-orang terdekat mereka.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Dwi Pratiwi (2014) yang menunjukkan hasil bahwa norma subjektif memiliki pengaruh dengan niat untuk berhenti merokok. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketika terdapat peningkatan pada variabel norma subjektif, maka akan terdapat peningkatan pula pada niat.

Pada konteks penelitian ini, berdasarkan hasil temuan data yang terkumpul, maka dapat disimpulkan bahwa perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad mendapatkan keyakinan terhadap perilaku berhenti merokok dari orang di sekitarnya yang dianggap penting dan juga mereka memiliki keinginan untuk berperilaku berhenti merokok sesuai dengan isi pesan kampanye peringatan bahaya rokok akibat dari adanya dorongan untuk mengikuti orang di sekitarnya yang dianggap penting. Maka dari itu, norma subjektif perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad ini lebih mengarah kepada arah positif dibandingkan negatif.

Hasil temuan data tersebut menggambarkan bahwa penilaian perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad yang menimbulkan kepercayaan pada dirinya yang disebabkan oleh orang-orang di sekitarnya yang dianggap penting akan menciptakan intensi atau niat untuk berhenti merokok selaras dengan asumsi dari teori yang dijadikan landasan pada penelitian ini, yaitu *theory of planned behavior*. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Lanni Devitarani, di mana penelitian tersebut juga berlandaskan pada *theory of planned behavior* dan melahirkan sebuah hasil penelitian di mana norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap niat berhenti merokok.

Pengaruh Kontrol Perilaku Perokok Aktif Mahasiswa FIKOM Unpad Terhadap Niat Berhenti Merokok

Pada penelitian ini, keyakinan dan persepsi perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad terkait pesan kampanye peringatan bahaya rokok didapatkan dari kemampuan yang dirasakan perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad dalam menampilkan perilaku. Keyakinan dan persepsi tersebut diukur dari kecukupan informasi pesan kampanye, efektivitas strategi di dalam pesan kampanye, pemahaman informasi risiko di dalam pesan kampanye, dan dukungan emosional di dalam pesan kampanye. Selain itu, keyakinan dan persepsi perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad juga diukur melalui persepsi perokok aktif mahasiswa FIKOM

Unpad terhadap kontrol atas keputusan berhenti merokok, kemampuan berhenti merokok, kepercayaan diri berhenti merokok, dan kesiapan berhenti merokok.

Ajzen (1991) dalam *theory of planned behavior* menekankan bahwa *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dirasakan merupakan prediktor penting dalam menentukan niat dan perilaku seseorang. Studi dari Bandura (1997) tentang *self-efficacy* juga menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengontrol perilaku sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan perubahan perilaku.

Selain itu, Johnston et al. (14) juga menyatakan persepsi kontrol perilaku merupakan prediktor yang sangat berguna untuk menguatkan intensi. Persepsi kontrol perilaku menggambarkan keyakinan individu dalam melakukan suatu perilaku terkait kompetensi dan hambatan untuk mencapai perilaku. Pada konteks penelitian ini, tidak salah bahwa kontrol perilaku yang dimiliki perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad memiliki pengaruh terbesar dalam menciptakan penguatan niat dalam berhenti merokok.

Determinan tambahan yang menjadi penyempurna pengukuran niat ini memiliki pengaruh tertinggi dalam membentuk niat untuk berhenti merokok. Niat berperilaku seperti yang telah dibahas pada bab kajian pustaka tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi individu, namun juga kontrol perilaku yang dimiliki oleh individu. Jika individu merasa bahwa dirinya memiliki kemampuan dan juga telah melihat faktor pendukung dan penghambat dalam berperilaku, maka mereka akan lebih mudah dan langsung terhubung kepada niat.

Hasil data yang dikumpulkan menggambarkan bagaimana fasilitas atau faktor pendukung dan juga kontrol perilaku atas kemampuan pada dirinya dapat menciptakan tumbuhnya niat berhenti merokok yang dapat dijadikan alat ukur sebagaimana apa yang diasumsikan oleh *theory of planned behavior*. Semakin mereka merasa terbantu dalam memahami risiko merokok dan juga semakin mereka paham akan dirinyalah yang memiliki kontrol penuh terhadap keputusan berperilaku berhenti merokok, maka akan semakin positif juga niat mereka dalam berhenti merokok.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistik dan analisis secara deskriptif di bahasan bab sebelumnya, penelitian yang berjudul “Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok terhadap Niat Berhenti Merokok Pada Mahasiswa FIKOM Unpad”. Didapatkan simpulan sebagai berikut yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad dalam pesan kampanye peringatan bahaya rokok terhadap niat berhenti merokok. Semakin

tinggi sikap perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad, maka akan semakin tinggi juga niat berhenti merokok. Terdapat pengaruh yang signifikan antara norma subjektif perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad dalam pesan kampanye peringatan bahaya rokok terhadap niat berhenti merokok. Semakin tinggi norma subjektif perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad, maka akan semakin tinggi juga niat berhenti merokok. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol perilaku perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad dalam pesan kampanye peringatan bahaya rokok terhadap niat berhenti merokok. Semakin tinggi kontrol perilaku perokok aktif mahasiswa FIKOM Unpad, maka akan semakin tinggi juga niat berhenti merokok.

8

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). Open University Press.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

Akhira, R. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk tidak merokok pada siswa SMP Islam Al Hasra Depok tahun 2016 (Unpublished thesis). Jakarta.

11

Alanazi, N. H., Lee, J. W., Santos, H. D., Job, J. S., & Bahjri, K. (2017, July 3). The use of planned behavior theory in predicting cigarette smoking among waterpipe smokers. *Tobacco Induced Diseases*. <https://doi.org/10.1186/s12971-017-0322-5>

8

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman & Company.

Devitarani, L. (2015). Intensi berhenti merokok pada mahasiswa perokok di Universitas Padjadjaran, Jatinangor (Unpublished thesis). Universitas Padjadjaran.

12

Febrianti, E. (2016). Hubungan terpaan kampanye anti rokok dan intensitas komunikasi significant others dengan sikap untuk berhenti merokok (Unpublished thesis).

4

Hammond, D., Fong, G. T., McNeill, A., Borland, R., & Cummings, K. M. (2006). Effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four country survey. *Tobacco Control*, 15(suppl 3), iii19–iii25. <https://doi.org/10.1136/tc.2005.012294>

Johnston, A., & Holt, D. W. (2014). Substandard drugs – a potential crisis for public health. *British Journal of Clinical Pharmacology*.

Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social marketing: Influencing behaviors for good*. Sage Publications, Inc.

Norman, P., Conner, M., & Bell, R. (1999). The theory of planned behavior and smoking cessation. *Health Psychology*, 18, 89–94. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.18.1.89>

**PENGARUH PESAN KAMPANYE PERINGATAN BAHAYA ROKOK TERHADAP NIAT BERHENTI
MEROKOK PADA PEROKOK AKTIF MAHASISWA FIKOM UNPAD**

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (n.d.). Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan. Retrieved from <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2012/109TAHUN2012PP.HTM>

Pratiwi, S. D. (n.d.). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control terhadap intensi berhenti merokok (Studi kasus pada siswa SMKN 2 Lamongan) (Unpublished thesis). Malang.

Tapera, R., Mbongwe, B., Mhaka-Mutepfa, M., Lord, A., Phaladze, N. A., & Zetola, N. M. (2020, June 5). The theory of planned behavior as a behavior change model for tobacco control strategies among adolescents in Botswana. *PLOS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233462>

Venus, A. (2004). Manajemen kampanye: Panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Simbiosis Rekatama Media.

Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok terhadap Niat Berhenti Merokok pada Perokok Aktif Mahasiswa Fikom UNPAD

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	2%
2	Putri Andriani, Faisal Khalid Fahdi, Titan Ligita. "Pengaruh Gambar Peringatan Kesehatan pada Kemasan Rokok Terhadap Rasa Takut dan Intensitas Berhenti Merokok", MAHESA : Malahayati Health Student Journal, 2023 Publication	1%
3	j-innovative.org Internet Source	1%
4	dspace.cas.upm.edu.ph Internet Source	1%
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
6	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
7	library.binus.ac.id Internet Source	1%

8	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
9	stratfordjournals.org Internet Source	1 %
10	eprints.umm.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Coventry University Student Paper	1 %
12	repository.upi.edu Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1 %
14	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

Pengaruh Pesan Kampanye Peringatan Bahaya Rokok terhadap Niat Berhenti Merokok pada Perokok Aktif Mahasiswa Fikom UNPAD

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18
