

PERSEPSI REMAJA PEROKOK AKTIF DI KAMPUNG BENDUL MERISI SURABAYA TENTANG PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA MEDIA IKLAN PAPAN REKLAME

Rini Ganefwati¹, Ita Nurlita², Andi Wahyudi³

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik¹²³

Universitas Bhayangkara¹²³

Abstract

The perception of active smoking adolescents in Kampung Bendul Merisi Surabaya towards warnings about the dangers of smoking on billboard advertising media is a study that reminds about the dangers of smoking for active smokers, especially teenagers. The objects in this study were active smoking teenagers in Bendul Merisi Village, Surabaya. This type of research is a qualitative descriptive research. Data collection methods used in this study are observation, in-depth interviews and documentation. Sources of research data are primary data and secondary data. The data analysis includes, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. In this study there were 7 informants who were active smokers. The results of this study indicate that some adolescent smokers are aware of the warning labels listed on billboard advertising media, but they still want to carry out their habit, namely smoking, even though they know the warnings about the dangers of smoking in the advertising media and cigarette packs. assume that the warnings about the dangers of smoking contained in billboard advertising media are commonplace and do not have any impact on them. Even though they know the effects of smoking, they still do their habit, namely smoking. Because smoking has become a habit for them which is difficult to leave.

Keyword: Perception, Adolescents, Active Smokers, Dangers of Smoking, Billboards

PENDAHULUAN

Perilaku merokok masih menjadi permasalahan yang banyak terjadi di berbagai belahan dunia. Merokok bukanlah hal asing bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan merokok merupakan salah satu gaya hidup masyarakat yang disebabkan oleh globalisasi. Kebiasaan merokok merupakan hal buruk yang dapat mempengaruhi kesehatan manusia. Perilaku merokok dapat membahayakan diri sendiri maupun orang yang berada di sekitarnya. Kebiasaan merokok pada seseorang disebabkan oleh beberapa faktor yang mendorong mereka untuk merokok baik dari lingkungan, faktor demografis, serta faktor sosio kultural. Faktor psikologis juga salah satu faktor penyebab terhadap kebiasaan merokok pada seseorang (Hajjah, 2016 dalam Risnawati, 2019).

Menurut WHO (*World Health Organization*), terkait presentase penduduk dunia yang menjadi perokok didapatkan sebanyak 57% pada penduduk Asia dan Australia, 14% pada penduduk Eropa Timur dan Pecahan Uni Soviet, 12% penduduk Amerika, 9% penduduk Eropa Barat dan 8% pada penduduk Timur Tengah serta Afrika. ASEAN merupakan kawasan dengan presentase sebesar 10% dari seluruh perokok di dunia dan 20% merupakan penyebab kematian global akibat tembakau (WHO, 2015).

Berdasarkan data Riskedas (Riset Kesehatan Dasar) 2018 pada data wilayah Jawa Timur menunjukkan bahwa proporsi penduduk Jawa Timur dengan umur ≥ 10 tahun sebesar 23,9% merupakan perokok setiap hari dan sebesar 4,2% penduduk Jawa

Timur merupakan perokok kadang-kadang. Rata-rata jumlah rokok yang dihisap oleh perokok Jawa Timur dengan umur ≥ 10 tahun baik rokok jenis kretek, rokok putih maupun rokok linting sebesar 29 batang rokok yang dihidap setiap harinya, dan 7 batang rokok yang dihisap setiap minggunya. Proporsi penduduk Jawa Timur dengan umur ≥ 10 tahun menurut usia pertama kali merokok yaitu terbanyak pada usia 15-19 tahun dengan presentase sebesar 47,3%. Usia pertama kali perokok mulai merokok setiap harinya pada proporsi penduduk Jawa Timur dengan umur ≥ 10 tahun yang terbanyak juga pada usia 15-19 tahun dengan presentase sebesar 54,4% (Risksedas,2019).

Upaya untuk menyadarkan pecandu rokok agar dapat meninggalkan kebiasaan buruknya memanglah tidak mudah. Banyak hal yang telah dilakukan, mulai dari kampanye bahaya rokok bagi kesehatan sehingga pencantuman peringatan bahaya merokok pada media iklan. Meskipun banyak sekali dampak yang membahayakan akan tetapi pecandu rokok tidaklah jera, padahal di kemasan rokok sudah diperingatkan bahwa "*Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impoten, gangguan kehamilan dan janin*" akan tetapi peringatan tersebut tidak pernah dihiraukan oleh pecandu rokok. Bahkan sekarang untuk peringatan yang tertera pada kemasan diganti menjadi "*Merokok membunuhmu*" yang bahkan juga tidak dihiraukan akan bahaya mengerikan yang akan berdampak pada pecandu rokok.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia telah melakukan berbagai upaya guna mengatasi masalah penggunaan rokok. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia adalah dengan menyiarkan iklan Layanan Masyarakat (ILM) bertajuk bahaya merokok. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada pasal 46 ayat 7 telah menjelaskan bahwa

lembaga penyiaran diwajibkan untuk menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat. Siaran iklan layanan masyarakat merupakan siaran iklan non-komersial yang disiarkan melalui radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran atau pesan lainnya kepada masyarakat yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar bertingkah laku sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002, Tentang Penyiaran).

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang bahaya merokok yang ada di Indonesia dibuat dengan sedemikian rupa agar dapat mempersuasif para perokok aktif untuk berhenti merokok. Iklan layanan masyarakat yang ada di Indonesia juga telah menggunakan gambar-gambar yangmneyeramkan sebagai isi pesan iklan layanan masyarakat tersebut. Gambar seram yang ada pada iklan layanan masyarakat tentang bahaya merokok merupakan suatu pesan persuasif yang memiliki tujuan untuk mengingatkan para perokok aktif tentang bahaya merokok. Pesan persuasif ini dikenal dengan sebutan *fear appeal* (Putri, 2017)

Penelitian ini akan dilakukan di kampung Bendul Merisi Surabaya. Pada penelitian ini yang akan menjadi informan adalah remaja berusia 13-18 tahun. Hal ini selain berdasar pada teori tentang remaja, juga berdasar pada PP no. 109 Th. 2012. Alasan dipilihnya remaja 13-18 tahun : Pertama, sasaran utama dari peringatan bahaya merokok di media iklan adalah remaja. Kedua, karena remaja dalam rentang usia tersebut termasuk remaja masa akhir yang sudah memiliki kematangan kognitif, kematangan emosional dan sosial (Sarwono, 2004: 14).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut, Bagaimana Persepsi Remaja Perokok Aktif Di Kampung Bendul Merisi Surabaya Terhadap Peringatan Bahaya Merokok Di Media Iklan ?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan Persepsi Remaja Perokok Aktif Di Kampung Bendul Merisi Surabaya Terhadap Peringatan Bahaya Merokok Di Media Iklan.

METODE

Metode penelitian ini menjadi sebuah cara untuk membantu penyusunan suatu penelitian. Penulis pada penelitian ini, memakai pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural seeing*) (Sugiyono, 2015:14). Jenis penelitian ini menjelaskan tentang gambaran suatu kondisi objek penelitian berdasarkan faktanya yang ada di lapangan. Penulis memilih metode kualitatif karena penulis ingin mendeskripsikan atau memaparkan.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini, informan yang berpartisipasi terdiri dari 7 orang yang berusia antara 14 hingga 18 tahun, yang kesemuanya adalah pelajar SMP-SMA/SMK dari berbagai sekolah di Surabaya., yang bertempat di kampung Bendul Merisi.

Pada dasarnya, persepsi adalah hasil interaksi dari berbagai komponen yang saling terkait. Penelitian menyatakan bahwa terdapat tiga komponen yang membentuk struktur persepsi, yaitu komponen kognitif (perseptual), komponen afektif (emosional), dan komponen konatif (perilaku).

Komponen Kognitif

Komponen kognitif mencakup seluruh aspek kognitif yang dimiliki seseorang terkait dengan objek sikap tertentu, termasuk fakta, pengetahuan, dan keyakinan tentang objek tersebut. Manusia memiliki beragam pikiran dan keyakinan mengenai objek tersebut, meskipun tidak semuanya tepat, namun beragam dan memiliki tingkat kepentingan yang berbeda. Perubahan sikap dapat menjadi hal yang rumit dan melibatkan berbagai kognisi yang memiliki perbedaan dalam hubungannya dengan inti masalah serta dalam penilaian objek tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang telah dilakukan pada remaja di kampung Bendul Merisi Surabaya mendapatkan hasil bahwa dalam memahami peringatan terhadap bahaya merokok yang terdapat di media iklan papan reklame para informan menganggap bahwa hal tersebut sangat tidak efektif. Seperti yang dikatakan oleh informan Andri Tri dan Ardhana Putra. 60 “Saya memahami sekali terhadap peringatan bahaya merokok yang ada di papan reklame, akan tetapi menurut saya peringatan bahaya merokok tersebut tidak terlalu efektif”. “Saya mengerti peringatan tersebut, tapi menurut saya peringatan yang dilakukannya oleh pemerintah tersebut sangat tidak efektif untuk mengurangi populasi perokok aktif yang ada di Indonesia”.

Gambar yang terdapat dalam iklan peringatan bahaya merokok dalam papan reklame merupakan suatu gambaran akibat merokok. Dalam hal tersebut informan menyampaikan bahwa paham terhadap gambar yang terdapat pada iklan di papan reklame, dikarenakan dalam gambar tersebut telah menggambarkan tentang bahaya merokok, seperti gambar kanker paru-paru. Namun, satu informan menyatakan bahwa ia kurang memahami gambar yang tertera karena tidak ada penjelasan yang

menyertainya. 61 “Saya tidak begitu paham dengan gambar tersebut dikarenakan apa yang disosialisasikan dalam papan reklame tidak memberi alasan secara tekstual dan hanya sebatas gambar atau visual orang sakit”.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa para remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi dalam aspek komponen kognitif atau pengetahuan yaitu cukup mengetahui tentang bahaya atau dampak yang akan ditimbulkan dari bahaya merokok.

Komponen Afektif

Menurut temuan dari wawancara yang telah dilakukan kepada remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi maka perasaan mereka menanggapi terkait peringatan bahaya merokok yang terdapat di papan reklame berbeda-beda. Seperti yang disampaikan oleh Andik Susilo dan Erick Septian. “Perasaan saya saat melihat peringatan bahaya merokok di papan reklame sedikit waswas, karena adanya peringatan tersebut menunjukkan bahwa bahaya merokok tidak main-main”. 62 “Saya melihat peringatan bahaya merokok yang ada di papan reklame sedikit khawatir”

Selain itu remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi yang menjadi informan pada penelitian ini ada yang tertarik terhadap peringatan bahaya merokok di papan reklame namun ada juga yg tidak tertarik terhadap peringatan bahaya merokok di papan reklame. Seperti yang telah dikatakan oleh Andik Susilo. 63 “Saya tertarik terhadap peringatan bahaya merokok, karena dengan begitu perlahan dapat membuat seseorang takut akan efek atau akibat dari rokok itu”. Dan juga seperti yang dikatakan oleh Muhammad Solehuddin. “Tertarik, karena sifat peringatan bahaya merokok pada bungkus rokok bersifat mengingatkan yang barangkali bermanfaat bagi para perokok mengakhiri

rokoknya”. Namun berbeda dengan Andik Susilo dan Muhammad Solehuddin, menurut Andri Tri Peringatan bahaya merokok tersebut kurang menarik. “Menurut saya tidak menarik, karena tidak terlalu bermanfaat karena sifatnya hanya untuk menakut-nakuti”.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa para remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi dalam aspek komponen afektif berbeda-beda. Ada yang memiliki perasaan takut saat melihat peringatan bahaya merokok, namun ada juga yang beranggapan bahwa peringatan bahaya merokok tersebut biasa saja dan tidak memiliki dampak apapun terhadap perokok aktif.

Komponen Konatif

Komponen konatif ini berbeda dengan konstruksi lain, karena sebagian orang menganggapnya identik dengan niat dan perilaku. Telah diketahui bahwa gambaran konatif memiliki efek positif pada pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil wawancara kepada remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi sikap remaja tersebut terhadap peringatan bahaya merokok di papan reklame dapat disimpulkan bahwa mereka merasa biasa saja dengan adanya peringatan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Mohammad Solehuddin. 64 “Bagi saya biasa saja, karena ada atau tidaknya, tidak terlalu berpengaruh pada saya”. Sama seperti Mohammad Solehuddin, Andri Tri juga mengatakan bahwa peringatan tersebut biasa saja dan tidak berpengaruh terhadap kebiasaan merokoknya. “Menurut saya terlalu biasa, karena tidak berpengaruh terhadap saya dan hanya untuk mengingatkan saja”

Selain itu, saat ditanya apakah mereka bersedia untuk berhenti merokok atau tidak setelah mengetahui peringatan bahaya merokok di papan reklame, mereka

menjawab bahwa tidak bisa untuk berhenti karena sudah menjadi kebiasaan dan informasi yang diberikan tidak berpengaruh. Seperti yang dikatakan oleh Muhammad Solehuddin. “Saya tidak mau berhenti, karena informasi yang ada pada peringatan bahaya merokok hanya menakuti saja dan tidak memberikan dampak apa-apa terhadap saya”

Selain itu juga menurut remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi yang menjadi informan penelitian ini, peringatan bahaya merokok yang terdapat di papan reklame kurang efektif untuk mengurangi intensitas seseorang untuk merokok. Seperti yang dikatakan oleh Wahyu Dedy dan Muhammad Komaruddin. “Tidak efektif, karena tidak menjelaskan secara detail dampak yang ditimbulkan apa saja dalam informasi tersebut”. “Menurut saya tidak efektif, karena efektivitas teks yang ada tidak menjelaskan secara rinci dampak buruk apa saja yang akan ditimbulkan. Selain itu juga, meskipun mereka yang merokok mengetahui bahaya dari merokok, mereka juga akan tetap merokok”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi dalam aspek komponen konatif sama, yaitu mereka menganggap bahwa peringatan bahaya merokok yang ada di papan reklame itu biasa saja dan tidak memberikan dampak apapun terhadap mereka. Selain itu juga meskipun mereka mengetahui dampak buruk yang akan ditimbulkan jika menjadi perokok aktif, mereka tetap akan merokok karena hal tersebut sudah menjadi kebiasaan yang sulit untuk ditinggalkan.

PEMBAHASAN

Menurut Asmaunizar (2018), iklan rokok sebenarnya sudah menjelaskan isi pesan dan gambar-gambar pada papan reklame rokok. Akan tetapi, berbagai iklan menarik tersebut mempengaruhi remaja masa kini untuk tetap membeli rokok. Saat

ini, pabrik-pabrik rokok dengan cepat menjual produknya melalui berbagai iklan di televisi, radio, dan internet. Iklan memiliki pengaruh besar dalam menjual rokok kepada masyarakat. Iklan rokok juga berdampak pada psikologis seseorang, karena dapat menarik perhatian dan mengubah opini orang untuk terus merokok, bahkan mengubah persepsi menjadi lebih positif tentang rokok.

Banyak remaja berpendapat bahwa merokok tidak akan memberikan efek berbahaya yang tercantum di papan reklame. Mereka cenderung belajar dari pengalaman pribadi dan fakta bahwa rokok tidak langsung menyebabkan penyakit serius. Namun, bagi mereka yang fisiknya lemah, merokok dapat menyebabkan kelelahan, keletihan, sesak napas, dan batuk. Beberapa remaja berpikir bahwa merokok dalam jumlah yang terbatas tidak akan berdampak buruk pada kesehatan mereka dan masih memungkinkan mereka untuk merokok tanpa risiko penyakit serius yang berakibat fatal. Namun, persepsi semacam ini sebenarnya hanya akan membahayakan mereka di masa depan (Pinaryo, 2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Laia, Zega, & Fau (2020), pemerintah telah mengesahkan beberapa undang-undang terkait masalah kesehatan masyarakat terkait rokok. Salah satunya adalah UU No 28 tahun 2013 tentang kesehatan masyarakat terhadap rokok, yang mencakup peraturan mengenai pengawasan zat adiktif dalam rokok tembakau, seperti Nikotin dan Tar. UU tersebut juga melarang penjualan rokok kepada anak usia di bawah 18 tahun dan perempuan hamil. Selain itu, diwajibkan untuk menampilkan peringatan kesehatan dengan bentuk gambar dan tulisan yang tercetak menyatu dengan kemasan rokok. Walaupun banyak orang yang merokok telah menyadari bahaya kesehatan yang ditimbulkan, seperti kesulitan tidur, pusing, mual, tenggorokan kering, batuk-batuk, serta bau mulut, namun para perokok tersebut

masih menganggap hal ini sepele dan kurang peduli dengan konsekuensi buruk kesehatan yang dapat timbul. Meskipun informasi mengenai bahaya rokok sudah tersedia melalui peringatan di kemasan, masyarakat tetap acuh dan tidak serius dalam mengatasi masalah ini (Laia, Zega, & Fau, 2020).

Persepsi terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Dalam hal ini remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi telah paham dan mengetahui tentang bahaya merokok, menganggap bahwa peringatan bahaya merokok yang terdapat di papan reklame adalah peringatan yang biasa saja, serta sikap remaja perokok aktif di Kampung Bendul 71 Merisi Surabaya biasa saja dan mengungkapkan bahwa hal tersebut kurang efektif untuk mengurangi kebiasaan merokok pada remaja. Temuan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imam & Ahmad, pada tahun 2019 yang berjudul “Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi Label Bahaya Rokok Dikalangan Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi Surabaya terhadap peringatan bahaya merokok di papan reklame mereka mengetahui pesan bahaya merokok namun mereka menganggap pesan bahaya merokok hanya menakut-nakuti serta mereka merasa peringatan bahaya merokok tidak efektif untuk mengurangi kebiasaan merokok pada remaja.

PENUTUP

Kesimpulan

Dalam komponen kognitif, remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi Surabaya mengetahui pesan bahaya rokok pada papan reklame. Namun mereka masih melakukan kebiasaan mereka yaitu merokok,

karena beberapa dari mereka tidak mempercayai peringatan bahaya merokok tersebut dan menganggap hal tersebut adalah hal yang biasa.

Dalam komponen afektif, persepsi remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi Surabaya, mereka menganggap berbeda-beda, ada yang memiliki perasaan takut saat melihat peringatan bahaya merokok tersebut. Namun, ada juga yang beranggapan bahwa peringatan bahaya merokok yang terdapat di media iklan papan reklame hanya bohongan atau rekayasa yang dibuat-buat untuk menakut-nakuti mereka (para perokok).

Dalam komponen konatif, remaja perokok aktif di Kampung Bendul Merisi Surabaya beranggapan peringatan bahaya merokok yang terdapat di media iklan papan reklame adalah hal yang biasa dan tidak memberikan dampak apapun terhadap mereka. Fenomena ini merupakan hal yang umum dan tampaknya tidak mempengaruhi mereka secara signifikan. Walaupun mereka menyadari dampak negatif dari merokok, mereka tetap melanjutkan kebiasaan 73 merokok karena telah menjadi bagian dari rutinitas mereka yang sulit untuk diubah.

Walaupun mereka menyadari dampak negatif dari merokok, mereka tetap melanjutkan kebiasaan 73 merokok karena telah menjadi bagian dari rutinitas mereka yang sulit untuk diubah.

Saran

Diharapkan remaja pada zaman ini yang menjadi perokok aktif lebih aware terhadap peringatan bahaya merokok yang ada di papan reklame, lebih memahami kembali bahwa merokok dapat mengganggu kesehatan setiap individu yang menjadi perokok aktif.

Diharapkan bagi perangkat Kampung Bendul Merisi mengadakan sosialisasi rutin tentang peringatan bahaya merokok yang dibuat dengan 74 semenarik mungkin agar remaja perokok aktif dapat mengurangi kebiasaan merokoknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu, Cholid Narbuko *Metodologi Penelitian* (Cet. VIII: Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007)
- Asak Fitriani Singkubangan't, *Skripsi, Pengaruh Peringatan Bergambar Pada Bungkus Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja*, (Program Studi : Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Pontianak)
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007)
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007)
- Effendi, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, (Cet,1; Yogyakarta: Graha Ilmu,2009)
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, (Cet,1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Kristian Adi Putra Sitepu, *Persepsi Perokok Aktif Terhadap Label Pictorial Health Warning Pada Masyarakat Desa Rumah Kabanjahe*: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik
- Kriyantono,R. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mahdalena, *Skripsi, Persepsi Masyarakat Terhadap Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok Di Wilayah Kerja Puskesmas Air Putih Kota Samarinda*, (Samarinda : Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat)
- Moleong, Lexy J, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015)
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013)
- Novia Puspita Utami Putri, "Persepsi Perokok Remaja Di Surabaya Terhadap Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Merokok (Surabaya : Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D), Bandung: Alfabeta, 2009
- Syamsuddin, *Dasar-Dasar Teori Metode Penelitian Sosial* (Jawa Timur: Wade Group, 2017)
- Yuly Syahfitri, *Skripsi, Persepsi Mahasiswa Perokok Aktif Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Terhadap Visual Gambar Peringatan Bahaya Merokok*, (Studi : Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi)