



Perbandingan Efektivitas *Instagram* dan *Line* dalam Perilaku Bahaya Rokok Elektrik pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya

Evita Puspitaningrum^{1*}, Sri Widati¹

¹ Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Airlangga, Surabaya

*Corresponding author : sri-widati@fkm.unair.ac.id

Info Artikel : Diterima 21 Agustus 2021; Disetujui 3 Januari 2022; Publikasi 1 Februari 2022

ABSTRAK

Latar belakang: Penggunaan rokok tembakau saat ini telah beralih menjadi rokok elektrik terutama pada kalangan remaja di dunia. Karena, kurangnya pemahaman tentang bahaya rokok elektrik. Sehingga, pemahaman tentang rokok elektrik perlu ditingkatkan dengan melakukan promosi kesehatan sebagai bentuk pencegahan menggunakan media visual. Penelitian ini menggunakan *Instagram* dan *Line* sebagai media promosi kesehatan bahaya rokok elektrik dan sasarannya adalah mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan efektivitas media sosial *Instagram* dan *Line* sebagai media promosi kesehatan tentang bahaya rokok elektrik.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode eksperimental semu dan sasarannya adalah mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya angkatan 2016-2020 dengan total sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Lemeshow dari Stanley Lemeshow (1997). Penelitian ini menggunakan pengukuran uji T berpasangan dan *independent sample t-test*.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat penge-tahuan antara kelompok media sosial *Instagram* dan *Line*. Sedangkan sikap terdapat perbedaan pada media sosial *Instagram*, dan tindakan terdapat perbedaan pada media sosial *Line*. Niat tidak terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah diberikan media sosial *Instagram* dan *Line*.

Simpulan: Media sosial *Line* lebih efektif dibanding *Instagram* dalam meningkatkan pengetahuan tentang bahaya rokok elektrik.

Kata kunci: *Instagram*; *Line*; Rokok Elektrik; Perubahan Perilaku; Sosial Media

ABSTRACT

Title: *Comparison of the Effectiveness of Instagram and Line in Behavior Dangerous of E-Cigarettes on the Students of Universitas Airlangga Surabaya*

Background: In this era, using tobacco cigarettes has turned into e-cigarettes, especially among teenagers in the world. Because, a lack of understanding about the dangers of e-cigarettes. So, understanding about e-cigarettes needs to be im-proved by carrying out health promotion as a form of prevention using social media. This study uses *Instagram* and *Line* as health promotion media about the dangers of e-cigarettes and the target were students of Unversitas Airlang-ga Surabaya. The purpose of this study was to compare the effectiveness of social media *Instagram* and *Line* as health promotion media about the dan-gers of e-cigarettes.

Method: This study used a quasi-experimental methods and the target were students of Universitas Airlangga Surabaya batch 2016-2020 with total sample of 100 respondents. The sample was taken using Lemeshow by Stanley Lemeshow (1997). This study used paired-samples *t test* and *independent sample t test* measure.

Result: The result of this study showed that there was a difference in knowledge be-tween media social *Instagram* group and *Line* group. Meanwhile, there are attitudes difference in media social *Instagram* and actions are different in social media *Line*. Intention is not different between before and after being given social media *Instagram* and *Line*.

Conclusion: It is concluded that social media *Line* is more effective than social media *Instagram* in increasing knowledge about the dangers of e-cigarettes.

Keywords: Instagram; Line; E-cigarette; Behaviour Change; Social Media

PENDAHULUAN

Perilaku merokok saat ini masih menjadi puncak permasalahan kesehatan di seluruh dunia. Berbagai kandungan zat yang berbahaya di dalam rokok dapat memberikan dampak negatif bagi kesehatan tubuh penghisapnya. Jumlah pengguna rokok elektrik pada kalangan remaja terus meningkat di dunia.²⁴ Awal kemunculannya, rokok elektrik sering disebut sebagai terapi pengganti nikotin (*Nicotine Replacement Therapy / NRT*). Menurut *American Lung Association* (2015) telah mengungkapkan bahwa rokok elektrik bukan merupakan metode yang efektif dan aman dalam upaya untuk berhenti merokok.¹⁹

Hasil penelitian prevalensi penggunaan rokok elektrik dari tahun 2011-2012 di Amerika dalam *National Youth Tobacco Survey* (NYTS) dan menunjukkan bahwa 1,78 juta pemuda Amerika telah mencoba rokok elektrik pada tahun 2012.²⁶ Prevalensi merokok di Indonesia sangat tinggi di seluruh lapisan masyarakat, terutama pada laki-laki mulai dari usia anak-anak, remaja, bahkan dewasa. Berdasarkan data survei *Global Youth Tobacco Survey* tahun 2014 dalam *Riskesmas* tahun 2013 menyebutkan bahwa total remaja yang telah di survei ditemukan 2,1% remaja penghisap rokok elektrik selama 30 hari terakhir, dan hal ini terjadi pada 3% remaja laki-laki dan 1,1% remaja perempuan.¹⁷ Penelitian Artanti, et al pada tahun 2017 yang berjudul *Deskripsi Perilaku Merokok E-Cigarette dan Konvensional pada Anak Sekolah di Kota Surabaya* mengatakan bahwa pada tahun 2010 populasi berdasarkan usia kesadaran tentang keberadaan rokok elektrik pada usia 15-24 tahun lebih besar yaitu 14,4% dibandingkan pada usia 25-44 tahun yaitu 12,4%.²

Fenomena penggunaan rokok elektrik pada mahasiswa saat ini tentu menjadi keprihatinan. Hal ini disebabkan karena rokok elektrik memiliki daya tarik yang dianggap oleh mahasiswa sebagai inovasi terbaru untuk pengganti rokok tembakau. Kurangnya pengetahuan dan informasi mengenai bahaya rokok elektrik merupakan salah satu penyebab perilaku merokok elektrik pada mahasiswa. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam pembentukan tindakan seseorang.⁹ Park, et al., mengatakan alasan utama dewasa muda hingga mahasiswa menggunakan rokok elektrik yaitu untuk mencoba berhenti merokok sebanyak 59%, mengurangi konsumsi rokok sebanyak 58%, dan merasa nyaman karena dapat digunakan di dalam ruangan sebanyak 47%.

Promosi kesehatan merupakan upaya dalam hal memungkinkan, memberdayakan dan memandirikan masyarakat agar dapat meningkatkan taraf kesehatannya baik kesehatan diri sendiri

maupun kesehatan lingkungan sekitar.¹³ Hal ini dapat membuktikan bahwa promosi kesehatan dapat dilakukan untuk merubah perilaku mahasiswa dan meminimalisir dalam penggunaan rokok elektrik dengan menggunakan beberapa media pendukung salah satunya menggunakan media sosial yang saat ini sedang trend di kalangan mahasiswa.

Data *Hootsuite* mengatakan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia pada usia remaja ≥ 15 tahun sebanyak 95% dan menurut usia dan jenis kelamin, pengguna media sosial terbanyak pada laki-laki dengan usia ≥ 15 tahun sejumlah 97% dan perempuan dengan usia ≥ 15 tahun sebanyak 94%. Penggunaan platform sosial media di Indonesia yaitu *Instagram* sebanyak 80% dan *Line* sebanyak 59%.⁴ Media sosial *Instagram* dan *Line* menjadi sorotan masyarakat khususnya bagi kalangan mahasiswa. Karena, *Instagram* dan *Line* dianggap memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi serta berkomunikasi antar individu maupun kelompok, dan memperluas pertemanan.

Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan efektivitas sebelum dan sesudah diberikan media sosial *Instagram* dan *Line* sebagai media promosi kesehatan bahaya rokok elektrik pada mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya dengan menggunakan teori Stimulus, Organisme, Response (SOR) dan teori *Precaution Adoption Process Model* (PAPM).

MATERI DAN METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan eksperimental semu. Rancangan penelitian yang akan digunakan adalah one group *Pre-test Post-test*, yaitu dengan cara membagi responden menjadi 2 (dua) kelompok perlakuan media sosial *Instagram* dan *Line*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Airlangga jenjang Sarjana dengan jumlah populasi 22.334 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow oleh Stanley Lemeshow (1997) dengan kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%, sehingga didapatkan jumlah sebesar 35 sampel yang dibulatkan menjadi 50 responden untuk menghindari adanya kesalahan data. Jumlah tersebut digunakan pada tiap satu kelompok perlakuan, sehingga jumlah total sampel yang dibutuhkan untuk kedua kelompok sebanyak 100 sampel. Total sampel dibagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu kelompok media sosial *Instagram* sebanyak 50 sampel dan kelompok media sosial *Line* sebanyak 50 sampel.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan *Paired Sample T-Test* untuk menganalisis

perbedaan tingkat pengetahuan, sikap, niat dan tindakan antar kelompok. Kemudian, analisis *Independent T-test* digunakan untuk membandingkan antar media sosial *Instagram* dan *Line*. Penelitian ini telah mendapatkan sertifikat etik dari Komisi Etik Fakultas Kedokteran Gigi dengan nomor 366/HRECC.FODM/VIII/2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan distribusi frekuensi berdasarkan variabel pengetahuan, sikap, niat, dan tindakan responden. Variabel pengetahuan menunjukkan hasil bahwa pada kelompok *Instagram* cenderung mengalami peningkatan pengetahuan tentang bahaya rokok elektrik setelah diberikan perlakuan. Variabel pengetahuan pada kelompok *Line* cenderung mengalami peningkatan pengetahuan tentang bahaya rokok elektrik setelah

diberikan perlakuan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh responden telah diserap dan diterapkan pada dirinya tentang bahaya rokok elektrik. Variabel sikap menunjukkan hasil bahwa pada kelompok *Instagram* dan *Line* cenderung mengalami peningkatan sikap terhadap bahaya rokok elektrik setelah diberikan perlakuan. Variabel niat menunjukkan hasil bahwa pada kelompok *Instagram* dan *Line* cenderung mengalami peningkatan niat untuk bahaya menggunakan rokok elektrik setelah diberikan perlakuan. Variabel tindakan menunjukkan hasil bahwa pada kelompok *Instagram* dan *Line* cenderung mengalami peningkatan tindakan bahaya penggunaan rokok elektrik setelah diberikan perlakuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tindakan yang baik untuk tidak menggunakan rokok elektrik.

Tabel 1. Distribusi Pengetahuan, Sikap, Niat, dan Tindakan Pada Kelompok *Instagram* dan *Line* Tentang Bahaya Rokok Elektrik Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya

Variabel			<i>Instagram</i>		<i>Line</i>	
			n	%	n	%
Pengetahuan	Rendah	<i>Pre-test</i>	22	44	22	44
		<i>Post-test</i>	2	4	1	2
	Sedang	<i>Pre-test</i>	20	40	24	48
		<i>Post-test</i>	25	50	16	32
	Tinggi	<i>Pre-test</i>	8	16	4	8
		<i>Post-test</i>	23	46	33	66
Sikap	Kurang	<i>Pre-test</i>	3	6	8	16
		<i>Post-test</i>	1	2	1	2
	Cukup	<i>Pre-test</i>	18	36	13	26
		<i>Post-test</i>	12	13	16	32
	Baik	<i>Pre-test</i>	29	58	29	58
		<i>Post-test</i>	37	74	33	66
Niat	Kurang	<i>Pre-test</i>	1	2	3	6
		<i>Post-test</i>	2	4	4	8
	Cukup	<i>Pre-test</i>	11	22	13	26
		<i>Post-test</i>	10	20	3	6
	Baik	<i>Pre-test</i>	38	76	34	68
		<i>Post-test</i>	38	76	43	86
Tindakan	Kurang	<i>Pre-test</i>	7	14	9	18
		<i>Post-test</i>	5	10	4	8
	Baik	<i>Pre-test</i>	43	86	33	66
		<i>Post-test</i>	45	90	46	92

Tabel 2 menunjukkan hasil dari uji *Paired sample t-test*. Hasil signifikan P pada variabel pengetahuan kelompok *Instagram* dan *Line* keduanya menunjukkan adanya nilai signifikansi $P = 0,000 < \alpha = 0,05$ artinya terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberi perlakuan. Variabel sikap pada kelompok *Instagram* menunjukan nilai signifikansi $P = 0,005 < \alpha = 0,05$ artinya terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah diberi perlakuan dan pada kelompok *Line* menunjukkan nilai signifikansi $P =$

$0,262 > \alpha = 0,05$ artinya tidak terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Variabel niat pada kelompok *Instagram* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,728 > \alpha = 0,05$ dan kelompok *Line* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,063 > \alpha = 0,05$ yang artinya pada kedua kelompok tidak terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Variabel tindakan pada kelompok *Instagram* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,628 > \alpha = 0,05$ artinya tidak

terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan dan pada kelompok *Line* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,000 < \alpha = 0,05$ artinya terdapat

perbedaan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan.

Tabel 2. Hasil Uji *Paired sample t-test* Pengetahuan, Sikap, Niat, dan Tindakan Tentang Bahaya Rokok Elektrik Pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya

Variabel	<i>Instagram</i>	<i>Line</i>
	Sig. (2-tailed)	Sig. (2-tailed)
Pengetahuan	0,000	0,000
Sikap	0,005	0,262
Niat	0,728	0,063
Tindakan	0,628	0,000

Tabel 3 menunjukkan nilai efektivitas media sosial *Instagram* dan *Line* pada masing-masing variabel dengan uji *Independent sample t-test*. Pada variabel pengetahuan menunjukkan pada *pre-test* nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$ dan *post-test* nilai

signifikansi $< \alpha = 0,05$ artinya terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Pada variabel sikap, niat, dan tindakan tidak terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan, karena nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$.

Tabel 3. Hasil Uji *Independent sample t-test* Pengetahuan, Sikap, Niat, dan Tindakan Tentang Bahaya Rokok Elektrik Pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya

<i>Pre-test dan Post-test</i>	Signifikan (2-tailed)	Mean Difference
Pengetahuan	<i>Pre-test</i>	0,482
	<i>Post-test</i>	0,018*
Sikap	<i>Pre-test</i>	0,385
	<i>Post-test</i>	0,207
Niat	<i>Pre-test</i>	0,253
	<i>Post-test</i>	0,955
Tindakan	<i>Pre-test</i>	0,508
	<i>Post-test</i>	0,449

Perbedaan pengetahuan, sikap, niat, dan tindakan pada kelompok media sosial *Instagram* masuk dalam kategori baik. Terdapat perbedaan antara hasil *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan bahwa kelompok media sosial Kelompok *Instagram* yang pengetahuannya tinggi cenderung mengalami peningkatan skor pengetahuan tentang bahaya rokok elektrik. Pengetahuan atau ranah kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Menurut Notoatmodjo, pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan sebuah pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Variabel sikap pada kelompok media sosial *Instagram* cenderung meningkat setelah diberikan perlakuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang baik terhadap bahaya rokok elektrik. Sikap secara nyata memperlihatkan konotasi adanya kesesuaian rekasi terhadap stimulus tertentu yang ada dalam kehidupan sehari-hari merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus.¹⁶ Variabel niat cenderung tidak mengalami adanya peningkatan. Niat menjadi sebuah konstruksi inti dalam memahami sebuah niat dalam perilaku terkait dengan kesehatan, tindakan, maupun perubahan perilaku. Variabel tindakan cenderung mengalami

peningkatan setelah diberikan perlakuan. Hal itu menunjukkan bahwa responden memiliki tindakan yang baik terkait bahaya penggunaan rokok elektrik.

Perbedaan pengetahuan, sikap, niat, dan tindakan pada kelompok media sosial *Line* masuk dalam kategori baik. Tingkat pengetahuan responden pada kelompok media sosial *Line* sebelum diberikan perlakuan tentang bahaya rokok elektrik menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang sedang. Namun, setelah diberikan perlakuan sebagian besar responden cenderung mengalami tingkat pengetahuan pada kategori tinggi tentang bahaya rokok elektrik. Artinya, pengetahuan yang dimiliki responden tentang bahaya rokok elektrik yaitu tinggi. Variabel sikap pada kelompok media sosial *Line* cenderung mengalami peningkatan sikap yang baik terhadap bahaya rokok elektrik setelah diberikan perlakuan. Variabel niat pada kelompok media sosial *Line* juga mengalami hal yang sama yaitu mengalami peningkatan niat terkait bahaya rokok elektrik setelah diberi perlakuan. Variabel tindakan juga cenderung mengalami peningkatan tindakan bahaya penggunaan rokok elektrik setelah diberikan perlakuan.

Berdasarkan uji statistik *Paired sample t-test* telah menunjukkan bahwa adanya perbedaan pengetahuan, sikap, niat, dan tindakan terkait bahaya rokok elektrik. Analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan yang cukup signifikan pada kelompok media sosial *Instagram* dan *Line*. Karena pengetahuan pada kedua kelompok mempunyai nilai signifikansi $P = 0,000 < \alpha = 0,05$ yang memiliki arti terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberi perlakuan pada setiap kelompok. Berdasarkan teori tingkatan komunikasi bahwa media sosial *Instagram* termasuk dalam komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu dapat terjadi interaksi yang berlangsung diantara anggota dalam kelompok tersebut dan media sosial *Line* untuk variabel pengetahuan termasuk dalam komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication*) yaitu komunikasi yang dilakukan antara komunikator dan komunikator Media sosial *Line* menggunakan cara *broadcast message* yaitu pesan yang diberikan langsung tertuju pada responden tanpa adanya responden lain atau sifatnya secara pribadi.

Variabel sikap pada media sosial *Instagram* terdapat perbedaan yang signifikan karena sikap mendapatkan nilai signifikansi $P = 0,005 < \alpha = 0,05$ yang artinya terdapat perbedaan antara sebelum diberi perlakuan dan sesudah diberi perlakuan terhadap sikap responden. Variabel sikap pada media sosial *Line* mendapatkan nilai signifikansi $P = 0,262 > \alpha = 0,05$ yang artinya tidak terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberi perlakuan terhadap sikap responden. Hal tersebut menyatakan bahwa media sosial *Instagram* termasuk dalam komunikasi kelompok (*group communication*) karena dalam media sosial *Instagram* antara satu responden dengan responden yang lainnya dapat berinteraksi di dalam media sosial *Instagram* tersebut. Karena, setiap responden dapat melihat siapa saja yang mengikuti account media sosial tersebut. Menurut Campbell yang dikutip oleh Notoatmodjo menyatakan bahwa sikap merupakan suatu sindrom atau kumpulan gejala dalam merespon stimulus atau objek. Sikap merupakan kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek di lingkungan tertentu sebagai bentuk penghayatan terhadap objek tersebut.¹⁶

Variabel niat pada media sosial *Instagram* menunjukkan hasil nilai signifikansi $P = 0,728 > \alpha = 0,05$ dan media sosial *Line* nilai signifikansi $P = 0,063 > \alpha = 0,05$ yang artinya kedua kelompok tersebut tidak terdapat perbedaan terhadap niat responden. Pendekatan yang lebih dalam perlu dilakukan untuk dapat merubah niat seseorang dan tidak hanya melalui visualisasi. Menurut penelitian Klein disebutkan bahwa faktor individu dan lingkungan sosial dapat berfungsi sebagai risiko dan berbagai macam faktor pelindung untuk berhenti merokok antara usia 18-21 tahun.¹⁰ Salah satu faktor lingkungan sosial yaitu teman dekat atau peer group

yang berhubungan dengan perilaku berhenti merokok.²⁷

Variabel tindakan pada media sosial *Instagram* menunjukkan hasil nilai signifikansi $P = 0,628 > \alpha = 0,05$ yang artinya tidak terdapat perbedaan terhadap tindakan responden. Variabel tindakan pada kelompok media sosial *Line* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,000 < \alpha = 0,05$ artinya terdapat perbedaan terhadap tindakan responden. Hal tersebut karena media sosial *Line* termasuk dalam komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication*) yang artinya komunikasi yang dilakukan sifatnya secara pribadi atau secara intens yang langsung tertuju pada masing-masing responden.

Berdasarkan uji statistik *Independent T Test* telah menunjukkan hasil analisis yang didapatkan bahwa media sosial *Instagram* dan *Line* memiliki perbedaan pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan karena nilai *p-value pre-test* tes pengetahuan yaitu $P = 0,482 > \alpha = 0,05$ dan nilai *p post-test* pengetahuan $P = 0,018 < \alpha = 0,05$ artinya terdapat perbedaan pengetahuan antara sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Kemudian, untuk melihat perbandingan efektivitas antara media sosial *Instagram* dan *Line* didapatkan dari hasil *mean difference* pada *post-test* pengetahuan yaitu -6.000. Maka, media sosial *Line* lebih efektif karena nilai *mean difference* berupa negatif. Namun, pada variabel sikap, niat, dan tindakan tidak menunjukkan adanya perbedaan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan karena nilai signifikansi ketiga variabel tersebut $> \alpha = 0,05$.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial *Instagram* dan *Line* dapat meningkatkan pengetahuan responden tentang bahaya rokok elektrik. Media sosial *Instagram* dapat meningkatkan sikap responden terhadap bahaya rokok elektrik. Namun, media sosial *Instagram* dan *Line* tidak dapat meningkatkan niat responden terkait penggunaan rokok elektrik. Media sosial *Line* dapat meningkatkan tindakan responden untuk bahaya penggunaan rokok elektrik. Menurut hasil uji statistik *Independent T Test* menunjukkan bahwa media sosial *Line* lebih efektif digunakan sebagai media promosi kesehatan tentang bahaya rokok elektrik khususnya dalam peningkatan pengetahuan responden.

DAFTAR PUSTAKA

1. Andika, Arif Rizki. "Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Jember," 2018, 101.
2. Artanti K.D, et.al. "Deskripsi Perilaku Merokok E-Cigarette Dan Konvensional Pada

- Anak Sekolah Di Kota Surabaya.” *Proceeding Book 4th ICTOH*, 2017.
3. Jamal, Hudriani, Andi Zulkifili Abdullah, and Muh Tahir Abdullah. “Determinan Sosial Perilaku Merokok Pelajar di Indonesia: Analisis Data Global Youth Tobacco Survey Tahun 2014.” *Jurnal Kesehatan Vokasional* 5, no. 3 (August 31, 2020): 141.
 4. Hootsuite & We Are Social. “Digital in 2019: Southeast Asia,” 2019.
 5. Cho, Jun Ho, Eunyoung Shin, and Sang-Sik Moon. “Electronic-Cigarette Smoking Experience Among Adolescents.” *Journal of Adolescent Health* 49, no. 5 (November 2011): 542–46.
 6. Astuti, Kamsih. “GAMBARAN PERILAKU MEROKOK PADA REMAJA DI KABUPATEN BANTUL” 10 (2012): 11.
 7. We Are Social. *Global Digital Report 2019*; 2019.
 8. Dhirendra N Sinha. “Global Youth Tobacco Survey (GYTS) Indonesia Report, 2014,” 2014.
 9. Afandi, Alfian, and Verry Aji Kurniawan. “Kajian Epidemiologi Pengguna Rokok Elektrik di Wilayah Kabupaten Semarang,” 2019, 5.
 10. Klein, Elizabeth G., Jean L. Forster, and Darin J. Erickson. “Longitudinal Predictors of Stopping Smoking in Young Adulthood.” *Journal of Adolescent Health* 53, no. 3 (September 2013): 363–67.
 11. Notoatmodjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
 12. Cobb, Nathan K., M. Justin Byron, David B. Abrams, and Peter G. Shields. “Novel Nicotine Delivery Systems and Public Health: The Rise of the ‘E-Cigarette.’” *American Journal of Public Health* 100, no. 12 (December 2010): 2340–42.
 13. Mahler, H., Epp, J., Franklin, W., Kickbush, I. Ottawa Charter for Health Promotion. *Health Promotion International*. 1986;1(4), 405.
 14. Leonita, Emy, and Nizwardi Jalinus. “Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur.” *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi* 18, no. 2 (August 4, 2018): 25–34.
 15. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). “Profil Pengguna Internet Indonesia.” Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018.
 16. Notoatmodjo. *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012.
 17. Kemenkes RI. *Riset Kesehatan Dasar*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI ; 2013.
 18. Tanuwihardja, Reza Kurniawan, and Agus Dwi Susanto. “Rokok Elektronik (Electronic Cigarette)” 32, no. 1 (2012): 9.
 19. American Lung Association. *State of Tobacco Control*; 2021.
 20. Food and Drug Administration (FDA). *The Facts on the FDA's New Tobacco Rule*; 2016.
 21. Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.” *Business Horizons* 53, no. 1 (January 2010): 59–68.
 22. *Global Youth Tobacco Survey (GYTS) Indonesia Report*; 2014..
 23. Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI). *Indonesia Tobacco Atlas edisi 2013*; 2013.
 24. Centers of Disease Control and Prevention (CDC). *Notes from the Field: Electronic Cigarette Use among Middle and High School Students United States 2011-2012. Morbidity and Mortality Weekly Report*. 2013;62(35):729-730.
 25. Badan Pusat Statistik Jawa Timur. *Persentase Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas yang Merokok dalam Sebulan Terakhir di Provinsi Jawa Timur Menurut Kabupaten/Kota dan Kelompok Umur*; 2018.
 26. Pepper, Jessica K., and Thomas Eissenberg. “Waterpipes and Electronic Cigarettes: Increasing Prevalence and Expanding Science.” *Chemical Research in Toxicology* 27, no. 8 (August 18, 2014):1336–43.
 27. Rizki, Arif Andika. *Peran Peer Group untuk Membangun Niat Perokok Berhenti Merokok Ditinjau dari Objek Perbandingan Sosial. Skripsi*. Universitas Jember. 2018.