

**NASKAH PUBLIKASI (MANUSCRIPT)**

**HUBUNGAN PAPARAN IKLAN PRODUK ROKOK ELEKTRIK  
DENGAN PENGETAHUAN, SIKAP DAN TINDAKAN MEROKOK PADA  
REMAJA SMK ISTIQOMAH MUHAMMADIYAH 4 SAMARINDA**

***CORRELATION BETWEEN EXPOSURE TO ADVERTISEMENTS FOR E-  
CIGARETTE PRODUCTS AND SMOKING KNOWLEDGE, ATTITUDES,  
AND ACTIONS IN ADOLESCENTS AT SMK ISTIQOMAH  
MUHAMMADIYAH 4 SAMARINDA***

**NUR AMANAH LUNGITA<sup>1</sup>, SRI SUNARTI<sup>2</sup>**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NUR AMANAH LUNGITA**

**1911102413026**

**PROGRAM STUDI S1 KESEHATAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**

**KALIMANTAN TIMUR**

**2023**

---

Naskah Publikasi (*Manuscript*)

**Hubungan Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik dengan Pengetahuan,  
Sikap, dan Tindakan Merokok pada Remaja SMK Istiqomah  
Muhammadiyah 4 Samatinda**

*Correlation Between Exposure to Advertisements for E-cigarette Products and  
Smoking Knowledge, Attitudes, and Actions in Adolescents at SMK Istiqomah  
Muhammadiyah 4 Samarinda*

Nur Amanah Lungita<sup>1</sup>, Sri Sunarti<sup>2</sup>



**DIAJUKAN OLEH:**

**Nur Amanah Lungita**

**1911102413026**

**PROGRAM STUDI S1 KESEHATAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**

**KALIMANTAN TIMUR**

**2023**

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

Kami dengan ini mengajukan surat persetujuan untuk publikasi penelitian dengan judul :

**HUBUNGAN PAPARAN IKLAN PRODUK ROKOK ELEKTRIK DENGAN PENGETAHUAN, SIKAP DAN TINDAKAN MEROKOK PADA REMAJA SMK ISTIQOMAH MUHAMMADIYAH 4 SAMARINDA**

Bersamaan dengan surat persetujuan ini kami lampirkan naskah publikasi.

**Pembimbing**



**Sri Sunarti, M.PH**  
**NIDN. 1115037801**

**Peneliti**



**Nur Amanah Lungita**  
**NIM. 1911102413026**

**Mengetahui,**  
**Koordinator Mata Ajar Skripsi**



**Lisa Wahidatul Oktaviani, Ph.D**  
**NIDN. 1108108701**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**HUBUNGAN PAPARAN IKLAN PRODUK ROKOK ELEKTRIK DENGAN**  
**PENGETAHUAN, SIKAP DAN TINDAKAN MEROKOK PADA REMAJA**  
**SMK ISTIQOMAH MUHAMMADIYAH 4 SAMARINDA**

**NASKAH PUBLIKASI**

**DI SUSUN OLEH :**  
**NUR AMANAH LUNGITA**  
**1911102413026**

**Diseminarkan dan Diujikan**  
**Pada tanggal 10 Juli 2023**

**Penguji I**



**Nida Amalia, M.PH**  
**NIDN. 1101119301**

**Penguji II**



**Sri Sunarti, M.PH**  
**NIDN. 1115037801**

**Mengetahui,**  
**Ketua**  
**Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat**



**Nida Amalia, M.PH**  
**NIDN. 1101119301**

**Hubungan Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik dengan Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Merokok pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda**

*Correlation Between Exposure to Advertisements for E-cigarette Products and Smoking Knowledge, Attitudes, and Actions in Adolescents at SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda*

**Nur Amanah Lungita<sup>1\*</sup>, Sri Sunarti, M.PH<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

\*Kontak Email: [lungitaa@gmail.com](mailto:lungitaa@gmail.com), [srisunarti@umkt.ac.id](mailto:srisunarti@umkt.ac.id)

Diterima:xx/xx/xx

Revisi:xx/xx/xx

Diterbitkan: xx/xx/xx

---

**Intisari**

**Tujuan studi:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik dengan Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Merokok Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

**Metodologi:** Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode cross sectional. Data diperoleh menggunakan pengisian kuesioner paparan iklan produk rokok elektrik dan kuesioner pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok. Populasi penelitian adalah siswa/i SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda yang berjumlah 279 siswa/i dengan sampel penelitian sebanyak 234 siswa/i yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling. Uji statistic menggunakan uji chi square.

**Hasil:** Adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan rokok elektrik diperoleh p value 0,025, adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan sikap merokok diperoleh p value 0,047, dan adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan tindakan merokok diperoleh p value 0,001.

**Manfaat:** Diharapkan pihak sekolah lebih mempertimbangkan tentang memberikan pengetahuan mengenai rokok elektrik dan memasang poster-poster bahaya merokok.

**Abstract**

**Study Objective:** *This study aims to determine whether there is a relationship between exposure to e-cigarette product advertisements and knowledge, attitudes, and actions of smoking among adolescents of SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.*

**Methodology:** *This study used quantitative research with cross sectional method. Data were obtained using a questionnaire on exposure to e-cigarette product advertising and a questionnaire on knowledge, attitudes, and smoking behavior. The study population was 279 students of SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda with a research sample of 234 students selected using stratified random sampling technique. Statistical tests using chi square test.*

**Results:** *There is a relationship between exposure to advertising of e-cigarette products with knowledge of e-cigarettes obtained p value 0.025, there is a relationship between exposure to advertising of e-cigarette products with smoking attitudes obtained p value 0.047, and there is a relationship between exposure to advertising of e-cigarette products with smoking actions obtained p value 0.001.*

**Benefits:** *It is hoped that the school will consider more about providing knowledge about e-cigarettes and putting up posters on the dangers of smoking.*

---

**Kata kunci:** *Paparan Iklan, Rokok Elektrik, Pengetahuan, Sikap, Tindakan, Remaja.*

## 1. PENDAHULUAN

Merokok merupakan sesuatu yang lumrah di masyarakat bahkan sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup mereka. Konsumsi tembakau yang berat merupakan ancaman bagi kesehatan karena menyebabkan kematian 7 juta orang setiap tahun. Rokok elektrik (vapor) adalah alat yang dapat memanaskan cairan (liquid) menjadi uap kemudian dihirup ke dalam paru-paru tanpa membakar tembakau, dan uap yang dihasilkan tidak berbau (Sunarti dkk., 2020). Perilaku rokok adalah perbuatan menghisap tembakau gulung yang digulung dengan kertas, yang setelah dibakar akan tertiuap angin sehingga menghasilkan asap (Oktacarolina & Sunarti, 2019).

Berdasarkan World Health Organization (WHO) tahun 2021, terdapat 8 juta korban jiwa menderita penyakit yang disebabkan oleh kebiasaan merokok dan 600 ribu jiwa meninggal dunia hanya karena menghirup asap rokok (WHO, 2021). Menurut hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, penduduk berusia di bawah 10 tahun yang merokok elektrik sebanyak 2,8%, penduduk berusia antara 10-14 tahun sebanyak 10,6%, dari usia 15-19 sebanyak 10,5% dan pada usia 20-24 sebanyak 7%. 12,1% pada kelompok sekolah (Riskesdas, 2019). Jumlah pemakai rokok elektrik di Indonesia pada usia 10 tahun terdapat pada Provinsi DKI Jakarta sebesar 5,9%, Daerah Istimewa Jogjakarta sebesar 7,4%, Bali sebesar 4,2%, Kalimantan Selatan 4,9% dan Kalimantan Timur sebesar 6% (Indriyani Astuti, 2019). Menurut hasil data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Samarinda tahun 2017, angka merokok di SMA ke atas sebesar 23,97%, SMP dan sederajat 29,69%, SD dan sederajat 25,26%, tidak tamat/tidak tamat SD sebanyak 23,65% (Badan Pusat Statistik, 2017).

Hasil survei GATS (Global Adult Tobacco Survey) menunjukkan bahwa salah satu alasan mengapa tingkat merokok remaja begitu tinggi adalah paparan iklan rokok di Internet telah meningkat sepuluh kali lipat dalam 10 tahun terakhir, meningkat dari 1,9% (2011) menjadi 21,4% (2021) (GATS, 2021). Tentunya keterjangkauan iklan yang dapat dilihat oleh orang yang berbeda juga akan membawa konsekuensi negatif karena iklan rokok dapat dengan mudah dilihat oleh semua orang, yang berarti anak-anak kecil pun dapat dengan mudah melihat iklan tersebut (Purnomo, 2019). Vape kini telah menjadi fenomena baru yang menjadi gaya hidup para remaja. Banyak anak muda atau bahkan anak-anak yang mencoba menggunakan rokok jenis ini. Bahkan ada yang melihat e-rokok sebagai inovasi kesehatan yang membantu mengurangi kecanduan dan menjadi alat untuk berhenti merokok. Jika rokok elektrik (vape) merajalela, apa yang disebut fenomena "bonus demografis" 2020-2030 nantinya bisa berubah menjadi "bencana demografis" ketika kita tidak dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi populasi mendominasi pasar piramida penduduk tahun ini.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dimiliki oleh Retno Sulistyani, Setyo Sri Rahardjo, dan Pawito pada tahun 2021, dilakukan dengan metode cross sectional dengan responden sebanyak 200 remaja laki-laki, menyebut bahwa keluarga, paparan iklan, teman, harga rokok, uang saku dan niat merokok dapat meningkatkan kemungkinan remaja laki-laki menggunakan rokok (Sulistyani dkk., 2021).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan kesiswaan diketahui bahwa SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 sebulan sekali mengadakan razia rokok dan didapati bahwa banyak siswa yang kedapatan membawa rokok dan sebesar 25% siswa menggunakan rokok elektrik karena melihat paparan iklan rokok elektrik di social media. Hasil wawancara tersebut membuat peneliti terdorong untuk meneliti tentang hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan perilaku merokok pada remaja di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

## 2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode cross sectional. Data diperoleh menggunakan pengisian kuesioner paparan iklan produk rokok elektrik dan kuesioner pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok. Populasi penelitian adalah siswa/i SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda yang berjumlah 279 siswa/i dengan sampel penelitian sebanyak 234 siswa/i yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling. Uji statistic menggunakan uji chi square.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

#### 3.1. Analisis Univariat

##### 3.1.1 Karakteristik Responden

**Table 1** Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (N)	Presentase (%)
16 Tahun	96	41,0
17 Tahun	107	45,7
18 Tahun	31	13,2
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jumlah responden tertinggi pada usia 17 tahun sebanyak 107 orang dengan presentase sebesar 45,7 % dan jumlah responden terendah pada usia 18 tahun sebanyak 31 orang dengan presentase sebesar 13,2 %.

**Tabel 2** Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi (N)	Presentase (%)
Laki – Laki	186	79,5
Perempuan	48	20,5
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat responden dengan jenis kelamin laki–laki memiliki jumlah sebanyak 186 orang dengan presentase sebesar 79,5 % dan responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki jumlah sebanyak 48 orang dengan presentase sebesar 20,5 %.

**Tabel 3** Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kelas

Kelas	Frekuensi (N)	Presentase (%)
X	123	52,6
XI	111	47,4
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jumlah responden pada kelas X sebanyak 123 orang dengan presentase 52,6 % dan jumlah responden pada kelas XI sebanyak 111 orang dengan presentase 47,4 %.

**Tabel 4** Distribusi Frekuensi Berdasarkan Uang Saku

Uang Saku	Frekuensi (N)	Presentase (%)
< 10.000	24	10,3
10.000 – 30.000	145	62,0
30.000 – 50.000	42	17,9
> 50.000	23	9,8
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak membawa uang saku sebesar 10.000 – 30.000 sebanyak 145 orang dengan presentase 62,0 % dan responden terendah membawa uang saku sebesar > 50.000 sebanyak 23 orang dengan presentase 9,8 %.

**Tabel 5** Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendapatan Bulanan Orang Tua

<b>Pendapatan Bulanan Orang Tua</b>	<b>Frekuensi (N)</b>	<b>Presentase (%)</b>
< 1.000.000	14	6,0
1.000.000 – 3.000.000	71	30,3
3.000.000 – 5.000.000	92	39,3
> 5.000.000	57	24,4
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jumlah responden tertinggi dengan pendapatan bulanan orang tua 3.000.000 – 5.000.000 sebanyak 92 orang dengan presentase 39,9 % dan jumlah responden terendah dengan pendapatan bulanan orang tua < 1.000.000 sebanyak 14 orang dengan presentase 6,0 %.

### 3.2. Analisis Bivariat

#### Uji Chi-Square Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik Dengan Pengetahuan Rokok Elektrik Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

Variabel	Pengetahuan				P-Value	
	Baik		Buruk			
	N	%	n	%		
Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik	Tidak Ada	31	83,8	6	16,2	0.025
	Rendah	71	85,5	12	14,5	
	Sedang	42	68,9	19	31,1	
	Tinggi	47	88,7	6	11,3	

Berdasarkan tabel 3.10 dapat dilihat hasil uji chi square dengan jumlah responden 234 orang, diperoleh hasil nilai p-value 0.025 atau  $p < 0.05$  maka dapat diartikan adanya hubungan yang signifikan antara paparan produk iklan rokok elektrik dengan pengetahuan rokok elektrik pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

#### Uji Chi Square Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik Dengan Sikap Merokok Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

Variabel	Sikap				P-Value	
	Positif		Negatif			
	N	%	N	%		
Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik	Tidak Ada	25	67,6	12	32,4	0.047
	Rendah	39	47,0	44	53,0	
	Sedang	36	59,0	25	41,0	
	Tinggi	22	41,5	31	58,5	

Berdasarkan tabel 3.11 dapat dilihat hasil uji chi square dengan jumlah responden 234 orang, diperoleh hasil nilai p-value 0.047 atau  $p < 0.05$  maka dapat diartikan adanya hubungan yang signifikan antara paparan produk iklan rokok elektrik dengan sikap merokok pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

**Uji Chi Square Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik Dengan Tindakan Merokok Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.**

Variabel	Tindakan				P-Value	
	Merokok		Tidak Merokok			
	N	%	N	%		
Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik	Tidak Ada	14	37,8	23	62,2	0.001
	Rendah	43	51,8	40	48,2	
	Sedang	47	77,0	14	23,0	
	Tinggi	26	49,1	27	50,9	

Berdasarkan tabel 3.11 dapat dilihat hasil uji chi square dengan jumlah responden 234 orang, diperoleh hasil nilai p-value 0.001 atau  $p < 0.05$  maka dapat diartikan adanya hubungan yang signifikan antara paparan produk iklan rokok elektrik dengan tindakan merokok pada remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

**3.3. Diskusi**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada siswa/i SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda sebanyak 418 siswa/i yang terdiri dari beberapa jurusan yaitu teknik kendaraan ringan otomotif, teknik alat berat, teknik bisnis & sepeda motor, teknik computer & jaringan, desain komunikasi visual, asisten keperawatan, dan multimedia bahwa adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan rokok elektik, adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan sikap merokok dan adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan tindakan merokok.

Pengetahuan responden terhadap iklan tergolong tinggi yang dapat diukur dengan beberapa indikator seperti kemungkinan responden akan menyebutkan konten iklan rokok, slogan iklan rokok, mendukung iklan rokok dan menyebut pada semua merek rokok yang ditampilkan dalam iklan televisi (Bastonus dkk., 2018).

Berdasarkan hasil penelitian (Huda, 2011) menegaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sikap terhadap paparan iklan tembakau dan perilaku merokok. Setiap peningkatan satu unit sikap terhadap iklan rokok meningkatkan perilaku merokok sebesar 0,000 unit, peningkatan ini bermakna secara statistik ( $p \leq 0,05$ ). Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku merokok remaja cenderung dilatarbelakangi oleh remaja yang memiliki sikap negatif ketika terpapar iklan rokok.

Banyak hal yang mempengaruhi tindakan atau perilaku, termasuk faktor pendukung seperti promosi/iklan. Tren merokok remaja yang berkembang tidak lepas dari pengaruh iklan di media massa dan surat kabar elektronik. Iklan tembakau semakin mudah mengelabui konsumen dengan menyisipkan positivitas yang disalahgunakan untuk menanamkan kesadaran bahwa rokok benar-benar akan menjatuhkan seseorang. Dengan adanya persepsi tersebut maka akan mempengaruhi kepercayaan diri mereka untuk berperilaku saat merokok, mereka berusaha membuat masyarakat percaya bahwa merokok itu tidak baik (Oktacarolina & Sunarti, 2019).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari tujuan dan hasil penelitian diatas terkait hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil idetifikasi usia siswa/i sebagian besar berusia 17 tahun (45,7%), jenis kelamin siswa/i sebagian besar laki-laki (79,5%), uang saku siswa/i sebagian besar 10.000 - 30.000 (62%), dan pendapatan bulanan orang tua siswa/i sebagian besar 3.000.000 – 5.000.000 (39,3%).
2. Paparan iklan produk rokok elektrik di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda terjadi karena banyak siswa/i melihat berbagai macam jenis iklan rokok yang berada di berbagai media online dan media offline.
3. Dari hasil identifikasi pengetahuan para siswa/i tentang rokok elektrik sebagian besar berpengetahuan baik (81,6%), para siswa/i sebagian besar memiliki sifat positif (52,1%) akan rokok elektrik, dan tindakan siswa/i sebagian besar melakukan/memakai rokok elektrik (55,6%).
4. Adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan rokok elektik, adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan sikap merokok dan adanya hubungan antara paparan iklan produk rokok elektrik dengan tindakan merokok.

#### SARAN DAN REKOMENDASI

Dari kesimpulan diatas maka saran untuk beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi sekolah diharapkan memberi siswa/i pengetahuan tentang merokok elektrik dan memasang poster-poster tentang bahaya rokok, sehingga siswa dapat menentukan pilihan tentang apa yang harus dilakukan. Jika itu hanya aturan, maka siswa pun bisa melanggar aturan itu.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan data dan melakukan penelitian lebih lanjut dari faktor-faktor lain terhadap rokok elektrik.
3. Bagi remaja dapat mengetahui bahwa iklan merupakan salah satu faktor penyebab penggunaan rokok elektrik dan merokok dapat mengganggu kesehatan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, penguji, dan orang tua yang telah memberikan arahan, semangat, dorongan, dan bantuannya dalam menyelesaikan proyeksi KDM (Kolaborasi Mahasiswa Dosen) di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur guna menyelesaikan skripsi mahasiswanya dan mempublikasikannya.

#### REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Samarinda*.
- Bastonus, A. I., Herieningsih, S. W., Komunikasi, D. I., Diponegoro, U., & Tengah, J. (2018). Hubungan antara Terpaan Iklan Rokok dan persepsi Maskulinitas Pada Perokok Dengan Perilaku Merokok Remaja Laki- Laki. *Interaksi Online*, 6(1), 1–11.
- GATS. (2021). Gats|Global Adult Tobacco Survey Fact Sheet Indonesia 2021 Gats Objectives. *Fact Sheet Indonesia*, 1–2.
- Huda. (2011). *Hubungan Sikap Terhadap Paparan Iklan Rokok Dengan Perilaku Merokok Pada Siswa Sma Muhammadiyah 2 Yogyakarta*.
- Indriyani Astuti. (2019). *Remaja Indonesia sudah Konsumsi Rokok Elektrik*.
- Oktacarolina, N., & Sunarti, S. (2019). Hubungan Self Efficacy dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Di SMPN 29 Samarinda. *Borneo Student Research*, 1(1), 225–231.
- Purnomo, B. (2019). *HUBUNGAN TERPAAN IKLAN, PERSONAL APPROVAL, DAN HARGA*

*ROKOK TERHADAP TINGKAT KONSUMSI ROKOK.*

- Riskesdas. (2019). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. *Kementerian Kesehatan RI*, 1(1), 1. <https://www.kemkes.go.id/article/view/19093000001/penyakit-jantung-penyebab-kematian-terbanyak-ke-2-di-indonesia.html>
- Sulistiyani, R., Rahardjo, S. S., & Pawito, P. (2021). Multilevel Analysis of the Biopsychosocial Determinants and Contextual Peer Groups on Smoking Habit in High School Students in East Lampung, Lampung, Indonesia. *Journal Of Health Promotion and Behavior*, 6(1), 9–20. <https://doi.org/10.26911/thejhp.2021.06.01.02>
- Sunarti, S., Illahi, R. A., Ishal, I. T., Dirgandiana, M., Diana, K. N., & Mariam, S. (2020). *Hubungan Kemudahan Akses Terhadap Perilaku Penggunaan Rokok Elektrik pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*. 1(1), 7–11.
- WHO. (2021). *WHO REPORT ON THE GLOBAL TOBACCO EPIDEMIC, 2021 Addressing New and Emerging Products Fresh and Alive*.

# Hubungan Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik Dengan Pengetahuan, Sikap, Dan Tindakan Merokok Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda

*by Nur Amanah Lungita*

---

**Submission date:** 24-Aug-2023 10:47AM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2150282271

**File name:** Naskah\_Publikasi\_Nur\_Amanah\_Lungita\_1911102413026-1.docx (26.8K)

**Word count:** 2160

**Character count:** 13265

---

## Hubungan Paparan Iklan Produk Rokok Elektrik Dengan Pengetahuan, Sikap, Dan Tindakan Merokok Pada Remaja SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda

### ORIGINALITY REPORT

<b>29%</b> SIMILARITY INDEX	<b>27%</b> INTERNET SOURCES	<b>15%</b> PUBLICATIONS	<b>3%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://journals.umkt.ac.id">journals.umkt.ac.id</a> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<a href="http://dspace.umkt.ac.id">dspace.umkt.ac.id</a> Internet Source	<b>4%</b>
<b>3</b>	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<a href="http://jurnal.bhmm.ac.id">jurnal.bhmm.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<a href="http://journal.uta45jakarta.ac.id">journal.uta45jakarta.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<a href="http://www.wawasanews.com">www.wawasanews.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	Muhammad Syafei Hamzah, Firhat Esfandiari, Marisa Anggraini, Airin Shabrina Elta Kusmana. "HUBUNGAN KEPATUHAN MINUM OBAT ANTIRETROVIRAL PASCA 6-12 BULAN DENGAN KADAR VIRAL LOAD PADA LELAKI SEKS LELAKI (LSL) YANG TERINFEKSI HUMAN	<b>1%</b>