

## Determinan Efikasi Diri Berhenti Merokok

Rosalia Monika <sup>1)</sup>✉

Universitas Setia Budi

Waluyo Budi Atmoko <sup>2)</sup>

Universitas Setia Budi

Ariefah Yulandari <sup>3)</sup>

Universitas Setia Budi

Email: <sup>1)</sup>rosaliamonika5@gmail.com, <sup>2)</sup>waluyobudiatmoko@setiabudi.ac.id, <sup>3)</sup>yolanyolan79.feusb@gmail.com

### Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki tingkat konsumsi rokok dan produksi rokok tinggi. Studi ini menguji keberhasilan berhenti merokok dengan efikasi diri berhenti merokok yang dipengaruhi oleh beberapa konstruk penjas yaitu dukungan sosial, identifikasi sosial, paparan iklan, dan pengalaman masa lalu. Pengambilan data menggunakan kuisioner secara online pada para perokok aktif di Surakarta sebanyak 200 responden. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis Regresi Berganda metode SPSS menunjukkan efikasi diri berhenti merokok menjadi penentu dalam membentuk keberhasilan berhenti merokok yang dipengaruhi oleh dukungan sosial, identifikasi sosial, paparan iklan, dan pengalaman masa lalu. Hasil ini mengindikasikan efikasi diri berhenti merokok memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar yang mempengaruhi dalam keberhasilan berhenti merokok.

**Kata Kunci:** Efikasi Diri Berhenti Merokok; Dukungan Sosial; Identifikasi Sosial; Paparan Iklan; Pengalaman Masa Lalu.

### Abstract

*Indonesia is one of the developing countries that has a high level of cigarette consumption and cigarette production. This study examines the success of smoking cessation with smoking cessation self-efficacy which is influenced by several explanatory constructs, namely social support, social identification, exposure to advertisements, and past experiences. Collecting data using online questionnaires on active smokers in Surakarta as many as 200 respondents. The results of hypothesis testing using Multiple Regression analysis using the SPSS method show that smoking cessation self-efficacy is a determinant in shaping the success of smoking cessation which is influenced by social support, social identification, exposure to advertisements, and past experiences. These results indicate that smoking cessation self-efficacy provides benefits for the surrounding environment that affect the success of smoking cessation.*

**Keywords:** *Smoking Quitting Self Efficacy; Social Support; Social Identification; Advertising Exposure; Past Experience.*

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki tingkat konsumsi rokok dan produksi rokok tinggi. Peningkatan konsumsi rokok berdampak pada makin tingginya beban penyakit akibat rokok dan bertambahnya angka kematian akibat rokok. Penyakit yang disebabkan karena konsumsi rokok adalah kanker paru, stroke, penyakit paru obstruktif kronik, penyakit jantung koroner, dan gangguan pembuluh darah. Prevalensi merokok pada laki-laki dan perempuan dewasa mengalami kenaikan. Konsumsi rokok rata-rata bisa mencapai 12,3 batang atau 369 batang per bulan (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Bila kecenderungan ini terus berlanjut, sekitar 650 juta orang akan terbunuh oleh rokok, yang setengahnya berusia produktif dan akan kehilangan umur hidup (*lost life*) sebesar 20 sampai 25 tahun (Kementerian Kesehatan RI, 2015). Banyak alasan seseorang yang melatarbelakangi untuk berhenti merokok, diantaranya individu sudah mengalami dampak dari bahaya merokok, entah dirinya sendiri yang mengalami atau orang-orang disekitarnya, atau individu yang sudah menyadari akan bahaya-

bahaya dari merokok itu sendiri. Sebagian perokok ingin meninggalkan kebiasaan merokok, namun sulit bagi individu dikarenakan keberhasilan dalam berhenti merokok ditentukan oleh besarnya keyakinan diri untuk berhenti.

Studi berhasil mengidentifikasi bahwa umumnya perilaku berhenti merokok dipengaruhi oleh keyakinan mampu berhenti merokok (efikasi diri-*self-efficacy*). Phua (2013) dalam penelitiannya mengidentifikasi sejumlah konstruk penjelas efikasi berhenti merokok, yaitu: identifikasi sosial, jembatan modal sosial (*bridging social capital*), keterikatan modal sosial (*bonding social capital*), norma subyektif, dan dukungan sosial dalam komunitas jejaring sosial. Heale dan Griffin (2009) mengidentifikasi sejumlah konstruk anteseden efikasi diri berhenti merokok, yaitu: tahap perkembangan diri, pengalaman masa lalu, dukungan emosional, strategi berhenti merokok (*coping strategy*), sumber pribadi, status emosional. De Vries dan Mudde (1998) mengidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi efikasi, yaitu: pesan, saluran, dan sumber-sumber pribadi. Warnecke *et al.* (2001) mengidentifikasi sejumlah konstruk yang memengaruhi efikasi diri berhenti merokok, yaitu: jumlah yang dihisap, tahap perubahan, paparan iklan televisi, dan paparan brosur rokok. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi konstruk penjelas kuat yang mampu menjelaskan efikasi diri berhenti merokok. Sejumlah konstruk dominan yang berpengaruh pada efikasi diri berhenti merokok berhasil diidentifikasi, yaitu: identifikasi sosial (Phua, 2013, 2014), dukungan sosial (Phua, 2013, 2014), paparan iklan (Warnecke *et al.*, 2001; De Vries dan Mudde, 2007), Pengalaman masa lalu (Heale dan Griffin, 2009)

## TELAAH LITERATUR

### Efikasi Diri Berhenti Merokok

Efikasi diri berhenti merokok didefinisikan sebagai keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk berhenti merokok (Bandura, 2001; Kenzik *et al.*, 2016). Efikasi diri merupakan konsep kompleks yang masih kurang dipahami, namun memiliki peran signifikan dalam promosi kesehatan dan komponen utama keperawatan dalam berbagai pengaturan baik praktek, penelitian, atau pendidikan (Heale dan Griffin, 2009). Pengukuran efikasi diri terkait perilaku proses berhenti merokok akan membantu menentukan area yang menjadi focus program berhenti merokok. Panday *et al.* (2005) menyatakan tingkat efikasi diri telah diidentifikasi sebagai determinan berhenti merokok. Etter *et al.* (2000) menyatakan ketika seseorang memiliki efikasi diri berhenti merokok lebih tinggi, maka kontrol keprilakuan yang dirasakan untuk menahan diri untuk merokok dalam situasi menggoda, lebih kuat. Dalam komunitas kesehatan, efikasi diri merupakan mekanisme untuk mendorong hasil kesehatan positif (Namkoong *et al.*, 2010; Shaw *et al.*, 2006; Wright, 2000).

### Dukungan Sosial

Dukungan sosial dalam konteks berhenti merokok dapat didefinisikan sebagai dukungan keluarga, teman, dan komunitas untuk berhenti merokok (Kim *et al.*, 2012; Dilorio *et al.*, 1992). Studi lain menyebutkan bahwa dukungan sosial merupakan penentu penting dari keberhasilan berhenti merokok (Creswell *et al.*, 2015). Tingginya dukungan sosial menurunkan efikasi diri berhenti merokok, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh negatif terhadap efikasi diri berhenti merokok. Hal ini dikarenakan bahwa dukungan sosial yang diberikan secara terus menerus dari keluarga, teman, dan orang disekitar dapat menurunkan motivasi berhenti merokok (Bandura, 1955). Hasil penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bano dan Siwat, 2017; Gayathri dan Karthikeyan, 2016) dimana tingkat dukungan sosial yang lebih tinggi berhubungan dengan peningkatan efikasi diri. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>1</sub> : Semakin tinggi Dukungan Sosial berpengaruh negatif terhadap efikasi diri berhenti merokok.**

## Identifikasi Sosial

Identifikasi sosial dalam konteks berhenti merokok dapat didefinisikan sebagai proses kelompok sosial membantu pemulihan mental dalam diri, pikiran, dan perasaan untuk berhenti merokok (Frings dan Albery, 2015; West dan Brown, 2013). Teori identitas sosial (*Social Identity Theory- SIT*) menyatakan bahwa motivasi utama untuk perilaku antar kelompok adalah keinginan seseorang untuk mencapai dan mempertahankan identitas sosial yang positif melalui perbandingan yang menguntungkan dengan in-group dan diferensiasi positif dari out-group yang relevan (Phua, 2013). Identitas sosial diaktifkan oleh motivasi mencapai konsep diri yang positif, melalui depersonalisasi dan kesadaran diri status seseorang sebagai anggota kelompok (Dholakia *et al.*, 2004; Ellemers *et al.*, 1999). Identifikasi sosial memberikan pengaruh positif pada efikasi diri berhenti merokok, hal ini dimaknai bahwa identifikasi sosial meningkat maka efikasi diri berhenti merokok juga semakin meningkat. Studi terdahulu mendukung adanya hubungan positif antara identifikasi sosial dan efikasi diri berhenti merokok. Teori kognitif sosial menjelaskan bahwa tindakan individu dapat dipengaruhi dengan mengamati bagaimana orang lain melakukannya, sehingga dapat menimbulkan hubungan dalam konteks interaksi sosial (Bandura, 1977). Maka hipotesis yang diajukan adalah.

**H<sub>2</sub> : Identifikasi Sosial memiliki efek positif terhadap efikasi diri berhenti merokok.**

## Paparan Iklan

Paparan iklan dalam konteks berhenti merokok dapat didefinisikan sebagai aktivitas periklanan yang mengarah pada perhatian penerima dalam bentuk media cetak, penyiaran, atau elektronik berisi pesan berhenti merokok (Percy dan Rossiter, 2012; American Heritage Dictionary, 2000 dalam Richards dan Curran, 2000). Bidang periklanan telah menyarankan bahwa tanggapan berbasis citra pada pihak konsumen memainkan peran kuat dalam evaluasi dan pilihan (Oliver *et al.*, 1993). Paparan iklan tentang bahaya merokok memberikan pengaruh positif pada efikasi diri berhenti merokok. Hal ini bermakna bahwa meningkatnya paparan iklan tentang bahaya merokok, semakin meningkatkan efikasi diri berhenti merokok. Studi terdahulu mendukung adanya hubungan positif antara paparan iklan dan efikasi diri berhenti merokok. Paparan iklan sebagai bagian upaya untuk mengurangi prevalensi merokok (Wakefield *et al.*, 2003). Paparan iklan memicu timbulnya emosi negatif kuat dan lebih efektif dalam memotivasi berhenti merokok. Penyampaian pesan berhenti merokok melalui periklanan mampu meningkatkan tingkat kemanfaatan penerima, sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan bahaya merokok yang kuat akan menarik perhatian individu guna membangun efikasi diri berhenti merokok lebih kuat. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

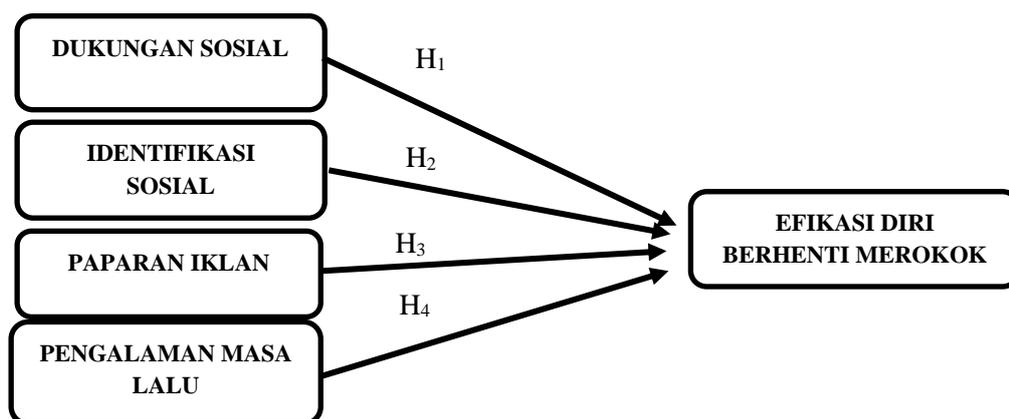
**H<sub>3</sub> : Paparan iklan memiliki efek positif terhadap efikasi diri berhenti merokok.**

## Pengalaman Masa Lalu

Pengalaman masa lalu dalam konteks berhenti merokok dapat didefinisikan sebagai aliran fantasi, perasaan, dan kesenangan yang stabil secara sadar dan tidak sadar dalam bentuk pengalaman yang melibatkan rangkaian interaksi terintegrasi dengan orang lingkungan disekitar untuk berhenti merokok (Holbrook dan Hirschman, 1982; Berry dan Carbone, 2007; Bagdare dan Jain, 2013). Pengalaman masa lalu memberikan pengaruh positif pada efikasi diri berhenti merokok. Hal ini dimaknai bahwa, semakin lama pengalaman merokok, meningkatkan efikasi diri berhenti merokok dalam diri seseorang (Dipiazza dan Naegle, 2016). Maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>4</sub> : Pengalaman masa lalu memiliki efek positif terhadap efikasi diri berhenti merokok.**

Gambar 1. Model Penelitian



**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang menguji hubungan antara variabel yang mempengaruhi efikasi diri berhenti merokok. Pengambilan sampel penelitian ini digunakan teknik non probability sampling karena terdapat peluang yang tidak sama untuk memilih individu dalam populasi Indonesia yang besar untuk menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu perokok aktif. Teknik penyampelan yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden 200 orang. Penelitian ini menggunakan teknik survei dalam bentuk kuesioner untuk pengambilan data responden. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner melalui pengisian mandiri dengan pertanyaan tertutup berdasarkan teknik pengkodean skala Likert 5 poin. Item kuesioner diadopsi dari literatur (lihat tabel 1). Pertanyaan kuisisioner dan jawaban menggunakan bahasa Indonesia. Pengujian alat ukur dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *Regresi Berganda* dengan program SPSS.

**Tabel 1. Indikator Variabel, Hasil Uji Validitas, dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	Factor Loading	Cronbach Alpha Minimal = 0,60	Keterangan
Efikasi Diri Berhenti Merokok (Heale dan Griffin, 2009)	1.Saya percaya bahwa rokok tidak baik bagi kesehatan (ED1)	0,686	0,661	Valid dan Reliabel
	2.Saya merasa ada kekuatan dalam diri untuk berhenti merokok (ED2)	0,737		Valid dan Reliabel
	3.Saya mampu berhenti merokok (ED3)	0,794		Valid dan Reliabel
Dukungan Sosial (Cohen dan McKay, 1984 dalam Matthieu dan Carbone, (2020); Cohen dan Wills, 1985; Thoits, 2011 )	1.Keluarga, teman, dan komunitas mendukung saya berhenti merokok (DS1)	0,856	0,770	Valid dan Reliabel
	2.Keluarga, teman, dan komunitas berperan serta	0,722		Valid dan Reliabel
		0,870		Valid dan Reliabel

	dengan mendukung saya berhenti merokok (DS2)			
	3.Keluarga, teman, dan komunitas mendukung saya secara nyata untuk berhenti merokok (DS3)			
Identifikasi Sosial (Shevorykin dan Yali, 2019; Leach <i>et al.</i> , 2008)	1.Saya berniat berhenti merokok (IS1)	0,890		Valid dan Reliabel
	2.Saya mempunyai dorongan kuat untuk berhenti merokok (IS2)	0,905		Valid dan Reliabel
	3.Orang-orang di lingkungan sekitar setiakawan membantu saya berhenti merokok (IS3)	0,616	0,867	Valid dan Reliabel
	4.Saya puas berhasil berhenti merokok (IS4)	0,543		Valid dan Reliabel
	5.Saya selalu bercermin pada diri sendiri dalam upaya berhenti merokok (IS5)			
Paparan Iklan (Nonnemaker <i>et al.</i> , 2014)	1.Iklan tentang budaya tidak merokok, dapat memengaruhi saya untuk berhenti merokok (PI1)	0,758		Valid dan Reliabel
	2.Iklan tentang pendidikan memengaruhi saya untuk berhenti merokok (PI2)	0,826		Valid dan Reliabel
	3.Iklan tentang sosok yang sehat secara mental memengaruhi saya berhenti merokok (PI3)	0,857	0,804	Valid dan Reliabel
Pengalaman Masa Lalu (Dipiazza dan Naegle, 2016)	1.Pengalaman merokok di masa lalu mendorong saya berhenti merokok (PML1)	0,840		Valid dan Reliabel
	2.Pengalaman masa lalu yang tidak sesuai dengan pola hidup sehat memengaruhi saya berhenti merokok (PML2)	0,882	0,765	Valid dan Reliabel

Hasil pengujian pada 16 pertanyaan item kuesioner adalah valid dengan nilai *factor loading* yang lebih dari 0,40 serta tidak ada nilai ganda. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dan nilai koefisien alpha harus lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil penelitian ini nilai reliabilitas lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan semua item kuesioner reliabel digunakan untuk pengambilan data.

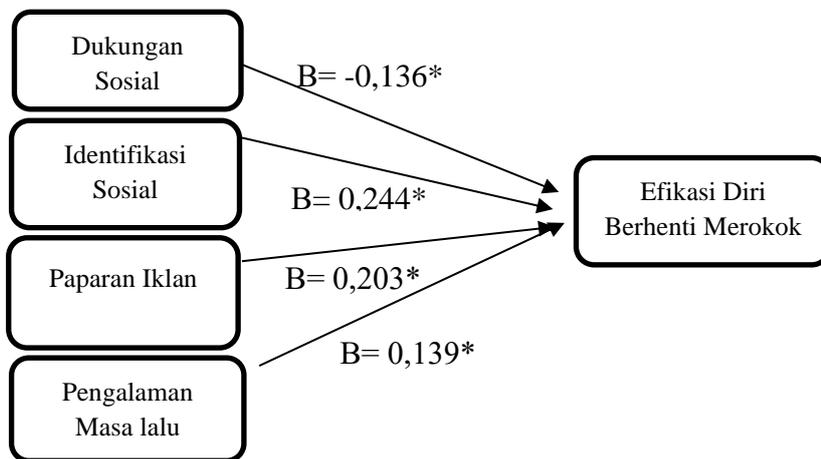
**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Klasifikasi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	100%
Usia (Tahun)	20-25 <sup>th</sup>	81%
	26-30 <sup>th</sup>	13%
	31-35 <sup>th</sup>	3%
	36-40 <sup>th</sup>	2%
	≥41 <sup>th</sup>	3%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	27,50%
	Diploma	11,50%
	Sarjana	58%
	Magister	4%
	Profesi	n.a
Pekerjaan	Pegawai Negeri	5%
	Karyawan Swasta	41%
	Wirausaha	13,50%
	TNI/POLRI	1,50%
	Belum Bekerja	39,50%

**HASIL ANALISIS**

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hubungan sebab-akibat (kausalitas) antar variabel. Jika hubungannya sesuai dengan hipotesis penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis terdukung. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis Regresi Berganda dengan aplikasi SPSS menunjukkan hasil pada gambar 2 dan tabel 3.

**Gambar 2. Model penelitian hasil uji**



**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis**

Variabel Bebas	Koefisien	Uji Signifikansi Model		Uji signifikansi koefisien regresi	
	Determinasi ( <i>Adj R<sup>2</sup></i> )	F	p	Beta	p
Dukungan Sosial	0,168	11,022	0,000	-0,136	0,043*

---

Identifikasi Sosial	0,244	0,001*
Paparan Iklan	0,203	0,005*
Pengalaman Masa Lalu	0,139	0,047*

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian menunjukkan adanya pengaruh pembentukan efikasi diri berhenti merokok yang dipengaruhi oleh dukungan sosial, identifikasi sosial, paparan iklan, dan pengalaman masa lalu (Phua, 2013, 2014; Warnecke et al., 2001; De Vries dan Mudde, 2007; Heale dan Griffin, 2009). Individu merasakan banyak manfaat dalam berhenti merokok yang positif. Hal ini dikarenakan ketika individu menganggap faktor-faktor pendorong efikasi diri berhenti merokok cenderung memberikan evaluasi yang baik untuk kesehatan diri individu maupun orang lain.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Hipotesis yang pertama dalam studi ini adalah dukungan sosial berpengaruh negatif terhadap efikasi diri berhenti merokok. Hasil ini bermakna: semakin tinggi dukungan sosial, maka efikasi diri berhenti merokok semakin menurun. Hal ini dikarenakan bahwa dukungan sosial yang diberikan secara terus menerus dari keluarga, teman, dan orang disekitar dapat menurunkan motivasi berhenti merokok (Bandura, 1955). Hasil ini bertentangan dengan studi terdahulu, yang menyatakan ada hubungan positif antara dukungan sosial dan efikasi diri berhenti merokok. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bano dan Sitwat, 2017), Gayathri dan Karthikeyan (2016), dimana tingkat dukungan sosial yang lebih tinggi berhubungan dengan peningkatan efikasi diri. May dan West (2000), dalam studinya menjelaskan bahwa dukungan sosial telah dikenal sebagai faktor kunci terkait dengan pengurangan konsumsi rokok. Sebagai contoh: seorang teman bukan perokok mempunyai peran penting mendorong seorang perokok berhenti merokok.

Pengujian hipotesis kedua hasilnya adalah terdukung yaitu identifikasi sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri berhenti merokok. Hal ini dapat dimaknai: bila identifikasi sosial meningkat maka efikasi diri berhenti merokok juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung studi terdahulu adanya hubungan positif antara identifikasi sosial dan efikasi diri berhenti merokok. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kognitif sosial Bandura (1977). Teori kognitif sosial menjelaskan bahwa tindakan individu dapat dipengaruhi dengan mengamati bagaimana orang lain melakukannya, sehingga dapat menimbulkan hubungan dalam konteks interaksi sosial.

Pengujian hipotesis ketiga hasilnya adalah terdukung yaitu paparan iklan berpengaruh positif terhadap efikasi diri berhenti merokok. Hal ini dapat dimaknai: meningkatnya paparan iklan tentang bahaya merokok, semakin meningkatkan efikasi diri berhenti merokok. Hasil ini mendukung studi terdahulu adanya hubungan positif antara paparan iklan dan efikasi diri berhenti merokok. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Wakefield *et al.* (2003), yang menjelaskan bahwa paparan iklan dapat berperan mengurangi prevalensi merokok. Paparan iklan memicu timbulnya emosi negatif kuat dan lebih efektif dalam memotivasi berhenti merokok. Hal ini menjelaskan bahwa penyampaian pesan berhenti merokok melalui periklanan mampu meningkatkan tingkat kemanfaatan penerima, sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan bahaya merokok yang kuat akan menarik perhatian individu guna membangun efikasi diri berhenti merokok lebih kuat.

Pengujian hipotesis keempat hasilnya adalah terdukung yaitu pengalaman masa lalu berpengaruh positif terhadap efikasi diri berhenti merokok. Hal ini dapat dimaknai bahwa, semakin lama pengalaman merokok, meningkatkan efikasi diri berhenti merokok dalam diri seseorang. Hasil ini mendukung studi terdahulu: adanya hubungan positif antara pengalaman masa lalu dan efikasi diri berhenti merokok. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dipiazza dan Naegle (2016). Hasil penelitian menyatakan: pengalaman masa lalu, misal kejadian atau kesakitan akibat dari merokok mendorong seorang perokok untuk berhenti merokok.

## KESIMPULAN

Studi ini dilakukan untuk menguji faktor penentu efikasi diri berhenti merokok. Hasil pengujian menemukan bahwa efikasi diri berhenti merokok sebagai variabel terikat dipengaruhi oleh dukungan sosial, identifikasi sosial, paparan iklan, dan pengalaman masa lalu. Hasil ini dimaknai bahwa efikasi diri berhenti merokok dipengaruhi oleh empat konstruk diatas dalam keberhasilan berhenti merokok.

Bagi pihak-pihak terkait dengan upaya menurunkan konsumsi merokok, misal: kelompok pegiat anti rokok, instansi kesehatan pemerintah maupun swasta dalam upaya membangun strategi kampanye anti rokok, yang bertujuan untuk menurunkan angka konsumsi rokok dengan efikasi diri berhenti merokok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bagdare, S.; Jain, R. (2013). Measuring Retail Customer Experience. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 41 (10), 790-804.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Bandura, A. (1995). Self-efficacy In Changing Societies. *Cambridge University Press*. Hal 1-232
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Department of Psychology, Stanford University, Stanford California*, 52, 1-26.
- Bano, Z.; Sitwat, A. (2017). Psychological Well-Being, Social Support, and Self-efficacy: A Comparison of Nonresident Adolescents of Religious and Nonreligious Schools. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 32, 371-392.
- Berry, L. L.; Carbone, L. P. (2007). Build Loyalty Through Experience Management. *Quality Progress*, 40 (9), 26.
- Cohen, S.; Wills, T. A. (1985). Stress, Social Support, and The Buffering Hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98, 310-357.
- Creswell, K. G.; Cheng, Y.; Levine, M. D. (2015). A Test of the Stress-Buffering Model of Social Support in Smoking Cessation: Is the Relationship Between Social Support and Time to Relapse Mediated by Reduced Withdrawal Symptoms?. *Nicotine and Tobacco Research: Original Investigation*, 17 (5), 566-571.
- Creswell, K. G; Cheng, Y; Levine, M. D. (2015). A Test of the Stress-Buffering Model of Social Support in Smoking Cessation: Is the Relationship Between Social Support and Time to Relapse Mediated by Reduced Withdrawal Symptoms? *Nicotine & Tobacco Research: Original investigation*, 17 (5), 566-571.
- De Vries, H.; Mudde, A.N. (1998). Predicting Stage Transitions for Smoking Cessation Applying The Attitude-Social Influence-Efficacy Model. *Psychology and Health*, 13 (2), 369-385.
- Dholakia, U. M.; Bagozzi, R. P.; Pearo, L. K. (2004). A Social Influence Model of Consumer Participation in Network-and Small-Group-Based Virtual Communities. *International Journal of Research in Marketing*, 21 (3), 241-263.
- Dilorio, C.; Faherty, B.; Manteuffel, B. (1992). Self-Efficacy and Social Support in Self-Management of Epilepsy. *Western Journal of Nursing Research*, 14 (3), 292-307.
- DiPiazza, J. T.; Naegle, M. (2016). Smoking Cessation 1 Year or More Experiences of Smoking Quitters. *Journal of Addictions Nursing*, 27 (3), 197-204.
- Ellemers, N.; Kortekaas, P.; Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorization, Commitment to the Group, and Group Self-Esteem as Related But Distinct Aspects of Social Identity. *European Journal of Social Psychology*, 29, 371-389.
- Etter, J. F.; Bergman, M. M.; Humair, J. P.; Perneger, T. V. (2000). Development and Validation of a Scale Measuring Self-efficacy of Current and Former Smoker. *Addiction: Research Report*, 95 (6), 901-913.

- Frings, D.; Albery, I. P. (2015). The Social Identity Model of Cessation Maintenance: Formulation and initial evidence. *Addictive Behaviors*, 44, 35-42.
- Gayathri, N.; Karthikeyan, P. (2016). The Role of Self-efficacy and Social Support In Improving Life Satisfaction: The Mediating Role of Work-Family Enrichment. *Zeitschrift fur Psychologie*, 224 (1), 25-33.
- Heale, R.; Griffin M.T.Q. (2009). Self-efficacy With Application to Adolescent Smoking Cessation: A Concept Analysis. *Journal of Advanced Nursing*, 65 (4), 912-918.
- Holbrook, M. B.; Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140.
- Kemenkes RI. (2015). *InfoDATIN: Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. Perilaku Merokok Masyarakat Indonesia Berdasarkan Riskesdas 2007 dan 2013*. Diakses pada Selasa, 15 November 2016 dari <http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structure-publikasi-pusdatininfodatin.html>
- Kemenkes RI. (2019). *InfoDATIN: Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. Situasi Umum Konsumsi Tembakau di Indonesia Berdasarkan Riskesdas 2013*. Diakses pada Selasa, 15 November 2020 dari <http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structurepublikasi-pusdatin-infodatin.html>
- Kenzik, K. M.; Kvale, E. A.; Rocque, G. B.; Wahnefried, W. D.; Martin, M. Y.; Jackson, B. E.; Meneses, K.; Partridge, E. E.; Pisu, M. (2016). Treatment Summaries and Follow-Up Care Instructions for Cancer Survivors; Improving Survivor Self-Efficacy and Health Care Utilization. *The Oncologist*, 21, 817-824.
- Kim, E. K.; Han, J. Y.; Moon, T. J.; Shaw, B.; Shah, D. V.; McTavish, F. M., et al. (2012). The Process and Effect of Supportive Message Expression and Reception in Online Breast Cancer Support Groups. *Psycho-Oncology*, 21 (5), 531-540.
- Leach, C. W.; Zomeran, M. V.; Ouwkerk, J. W.; Zebel, S. et al. (2008). Group-Level Self-Definition and Self-Investment: A Hierarchical (Multicomponent) Model of In-Group Identification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95 (1), 144-165.
- May, S.; West, R. (2000). Do social support interventions ("buddy systems") aid smoking cessation? A review. *Tobacco Control*, 9, 415-422.
- Matthieu, M. M.; Carbone, J. T. (2020). Collective Action Among US Veterans: Understanding The Importance of Self-Efficacy, Collective Efficacy, and Social Support. *Journal of Community Psychology*.
- Namkoong, K.; Shah, D. V.; Han, J. Y.; Kim, S. C.; Yoo, W.; Fan, D.; McTavish, F. M.; Gustafson, D. H. (2010). Expression and Reception of Treatment Information in Breast Cancer Support Groups: How Health Self-efficacy Moderates Effects on Emotional Well-Being. *Patient Education and Counseling*, 81 (S1), 41-47.
- Nonnemaker, J. M.; Allen, J. A.; Davis, K. C.; Kamyab, K.; Duke, J. C.; Farrelly, M. C. (2014). The Influence of Antismoking Television Advertisements on Cessation by Race/Ethnicity, Socioeconomic Status, and Mental Health Status. *International Research: United States of America*, 9 (7), 1-8.
- Oliver, R. L.; Robertson, T. S.; Mitchell, D. J. (1993). Imaging and Analyzing in Response to New Product Advertising. *Journal of Advertising*, 22 (4), 35-50.
- Panday, S.; Reddy, S. P.; Ruiter, R. A. C.; Bergstrom, E.; De Vries, H. (2005). Determinants of Smoking Cessation Among Adolescents in South Africa. *Health Education Research: Theory and Practice*, 20 (5), pp. 586-599.
- Percy, L.; Rossiter, J. R. (1992). Advertising Stimulus Effects: A Review. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 14 (1), 75-90.

- Phua, J. (2013). Participating in Health Issue-Specific Social Networking Sites to Quit Smoking: How Does Online Social Interconnectedness Influence Smoking Cessation Self-Efficacy?. *Journal of Communication*, 63, 933-952.
- Phua, J. (2014). Quitting smoking using health issue-specific Social Networking Sites (SNSs): What influences participation, social identification, and smoking cessation self-efficacy? *Journal of Smoking Cessation*, 9 (1), 39-51.
- Richards, J. I.; Curran, C. M. (2000). Oracles on "Advertising": Searching for a Definition. *The Journal of Advertising*, 31 (2).
- Shaw, B. R.; Hawkins, R.; McTavish, F.; Pingree, S.; Gustafson, D. H. (2006). Effects of Insightful Disclosure Within Computer Mediated Support Groups on Women With Breast Cancer. *Health Communication*, 19 (2), 133-142.
- Shevorykin, A.; Yali, A. M. (2019). The Impact of Content, Frame and Social Identity on the Effectiveness of Smoking Cessation Messages in Urban Young Adults. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, 47 (3), 214-227.
- Thoits, P. A. (2011). Mechanisms Linking Social Ties and Support to Physical and Mental Health. *Journal of Health and Social Behavior*, 52, 145-161.
- Wakefield, M.; Flay, B.; Nichter, M.; Giovino, G. (2003). Effects of Anti-Smoking Advertising on Youth Smoking: A Review. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 8 (3), 229-247.
- Warnecke, R.B.; Morera, O.; Turner, L.; Mermelstein, R.; Johnson, T.P.; Parsons, J.; Crittenden, K.; Freels, S.; Flay, B. (2001). Changes in Self-Efficacy and Readiness for Smoking Cessation among Women with High School or Less Education. *Journal of Health and Social Behavior*, 42 (1), pp. 97-110.
- West, R.; Brown, J. (2013). Theory of addiction. *Addict Press Ser.* (pp. 1-263). (2<sup>nd</sup> ed).
- Wright, K. (2000). Computer-Mediated Social Support, Older Adults, and Coping. *Journal of Communication*, 100-118.