

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. Batra, Rajeev dan Myers, John G. (1992). *Advertising Management 4 ed.* New Jersey: Prentice-Hall.
- Aditama, Tjandra Yoga. (1997). *Rokok dan Kesehatan.* Jakarta: UI Press.
- Ahmad, Fuad Afdhal & Aminuddin. (2004). *Tips dan Trik Public Relations.* Jaarta: PT. Grasindo.
- Allen, M. (1991). *Meta-analysis comparing the effectiveness of one-sided and two-sided messages.* Western Journal of Speech Communication, 55(4): 390-404
- Altisel, Tom & Jean Grow. (2006). *Advertising Strategy : Creative Tactics From The. Outside/In.* London : Sage Publications
- Ardiansyah. (2014). Analisis Semiotika Representasi Eksistensi Diri Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild Go Ahead Versi “Pria Buram”. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 2. No 3. 2014: 244 – 245
- Aria. Pingit. 2016. *Kemasan Rokok Polos, Indonesia – Australia Tunggu WTO.* <https://bisnis.tempo.co/read/789116/kemasan-rokok-polos-indonesia-australia-tunggu-wto>
- Armstrong, Sue. (1991). *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan.* Jakarta: Arcan.
- Belch, George E. & Michael E. Belch. (2003). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective.* New York: McGraw Hill.
- Burnett, John & Sandra Moriarty. (1998). *Introduction to Marketing Communication.* New Jersey: Prentice Hall.
- Bustan, Taufan, (2014). *Gambar Seram Di Bungkus Rokok Tak Bikin Takut Perokok.* Diperoleh dari <http://health.liputan6.com/read/2070860/gambar-seram-di-bungkus-rokok-tak-bikin-takut-perokok>.
- Cangara, Hafied. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cason, HN. (2004). *Teknik Menyusun Iklan.* Jakarta: Magic Center.

- Charles R. Berger, Michael E. Roloff dan David R. Roskos – Ewoldsen. (2014). *Handbook Ilmu Komunikasi (Terj. Derta Sri Widowatie)*. Bandung: Nusa Media hal 599
- Cutlip, Scott. M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*. Edisi Kelima. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Denzin, Norman K. & Lincoln. (2000). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Dewi, Nina Chandra. Damayanti, Rita. (2008). *Perbedaan Persepsi Gambar Peringatan Bahaya Merokok antara Masyarakat Jakarta dan Cirebon*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional, Vol. 3, No. 2, Oktober 2008.
- Dominanto, Nedi Nugrah. (2008). *Perbedaan Sikap Terhadap Iklan, Merek, Dan Niat Beli Konsumen Pada Iklan Dengan Fear Appeal Tinggi Dan Redahnya Pada Partisipan Wanita*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB) STIE YKPN. Vol. 2. No. 2. Juli 2008
- Emilkamayana. (2013). *Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI Anti Rokok Terhadap Perilaku Merokok di Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara*. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 2 :491 – 500.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell., and P.W, Miniard, (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Faisal, Sanafiah. (1999). *Format – Format Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Friestad, Marian, & Wright Peter. (1994). *Persuasion Knowledge: Lay People's and Researcher's Belief About The Psychology of Advertising*. The Journal of Consumer Research.
- Galiartha, Gilang. (26 Februari 2014). *Efektivitas Regulasi Kemasan Rokok Diukur Pasca Pemberlakuan*. Diperoleh dari <http://www.antaraneews.com/berita/421150/efektivitas-regulasi-kemasan-rokok-diukur-pascapemberlakuan>
- Grafiana, Gisella Arnis. (2015). *Pengaruh Persepsi Label Peringatan Bergambar Pada Kemasan Rokok Terhadap Minat Merokok Mahasiswa Universitas*

- Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Universitas Islam Negeri Malang.
- Gregory, Anne. (2004). *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (Eds.). (2002). *Excellent Public Relations And Effective Organization*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Media Massa dan Kontruksi Realitas Politik: Sebuah Kerangka Teori*. Jakarta: Granit.
- Hamdana, Stephani Raihana. (2015). *Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok*. Mimbar Jurnal Sosial dan Pembangunan. Vol. 31, No. 1.
- Hammond D, Fong G, McNeill A, Borland R, Cummings KM (2006). *Effectiveness Of Cigarette Warning Labels In Informing Smokers About The Risks Of Smoking: Findings From The International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey*. BMJ Open Respiratory Research. Tob Control. Vol.15, No. 3:iii19-iii25
- Hanusz, Mark. (2000). *Kretek, the Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes*. Jakarta : Equinox Publishing.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior Seventh Edition*. Texas: Business Publication, Inc.
- Husaini, Aiman. (2006). *Tobat Merokok*. Depok : Pustaka Iman.
- Irwanto, Deny. (24 Juni 2014). *Gambar Seram Pada Bungkus Rokok Tak Bakal Berpengaruh Apa -Apa*. Diperoleh dari <http://news.metrotvnews.com/read/2014/06/24/256647/gambar-seram-pada-bungkus-rokok-tak-bakal-berpengaruh-apa-apa>
- Irwanto, Ph.D. (2006). *Focus Group Discussion (FGD): Sebuah Pengantar Praktis*. Jakarta: Yayasan obor Indonesia.
- Jamieson, Harry. (2007). *Visual Communication: Mote Than Meet The Eye*. Bristol Intellect.
- Kardes, F. R. (2001). *Consumer Behavior and Management Decision making*. Massachusetts: Addison-Wesley Education Publishers, Inc.

- Kartika, Holy. (2017). Rokok Sumbang Kenaikan Garis Kemiskinan DIY. Diperoleh dari <http://www.solopos.com/2017/07/19/rokok-sumbang-kenaikan-garis-kemiskinan-diy-834895>
- Kasali, Rhenald. (1992). Manajemen Periklanan. Jakarta: PT. Temprint.
- Kasarjian, Harild H. & Thomas S. Robertson. (1981). *Perspective in Consumer Behavior*. IL: Scott, Foresman.
- Khairifa, Fenni. (2007). *Penyampaian Iklan Layanan Masyarakat Kepada Khalayak*. Jurnal Harmoni Sosial. Vol. 1, No.3, Mei 2007.
- King, K.W., L. N. Raid. (1990). *Fear Arousing Anti drinking and Driving PSAs: Do Physial Injury Threats Influence Young Adults*. Journal of Current Research and Issues in Advertising. 12. p.155-175.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode – Metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia
- Komalasari, D & A.F.Helmi. (2006). *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok pada Remaja*. Jurnal Psikologi. No.28: 37-47.
- Komunikasi Pengendalian Tembakau. *Peringatan Bergambar: Gambar Peringatan Kesehatan di Bungkus Rokok*. Diperoleh dari <http://www.kompak.co/peringatan-bergambar/>
- Kotler, Philip & Eduardo L. Roberto. (1989). *Social Marketing: Strategies For Changing Public Behavior*. New York: The Free Press.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Krueger, Richard A. & Mary Anne Casey. (2000). *Focus Groups A Practical Guide For Applied Research Third Edition*. California: Sage Publications.
- Kotler, Philip. (2005). *Marketing Management, An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall, Pearson Education Asia Pte. Ltd.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Media Televisi)*. Jakarta : Rineka Cipta
- Lane, W. Ronald. & Russel, J. Thomas. (2000). *Advertising: A framework*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.

- Lincoln, Y.S dan Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Little john, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi (Theories Of Human Communication) Edisi 9*. Jkt: Salemba Humanika.
- Lovato C, Linn G, Stead LF, Best A.(2003). *Impact of Tobacco Advertising and Promotion on Increasing Adolescent Smoking Behaviors*. Cochrane Database Syst Rev. 2003; (4);CD003439.
- L. Tubbs, Stewart & Sylvia Moss. (2000). *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuail, Dennis. (2005). *Mass Communication Theory*. Beverly Hills: Sage Publication.
- McQuail, Dennis & Windahl. (1993). *Communication Models: For The Study of Mass Communication. Second Edition*. New Yorl: Longman. Inc.
- Malhotra, Naresh. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Moleong, Lexy J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Natadjaja, L. 2002. Pengaruh Komunikasi Visual Antar Budaya Terhadap Pemasaran Produk Pada Pasar Export. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, Vol 4 no.2 (Juli), hal.158-168.
- Nurbenny. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 3. Liberty. Jogjakarta.
- Ogilvy, David. (1985). *Ogilvy on Advertising*. London: Pan Books Ltd
- Putera, Sanly Kevin. (11 Agustus 2014). *Desain Bungkus Rokok Pengaruhi Minat Merokok*. Diperoleh dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2014/08/11/130419923/Desain.Bungkus.Rokok.Pengaruhi.Minat.Merokok>
- Rahayu, Ririn N B. (2010). *Pengaruh Metode Sas Terhadap Sikap Merokok*. Tesis. Universitas Sebelas Maret.
- Rakhmat, Jalaludin. (1992). *Psikologi komunikasi*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Racine, Ned. (2002). *Visual Communication*. New York: Learning Express.

- Rai. (2014). Yogyakarta Termiskin di Pulau Jawa. Diperoleh dari <http://economy.okezone.com/read/2016/07/19/320/1441413/yogyakarta-termiskin-di-pulau-jawa>
- Rivers, William L. dan, Jay W. Jensen. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern* (edisi kedua). Jakarta : Kencana.
- Ross dan Nightingale. (2003). *Media and Audiences: New Perspectives*. London: Open University Press
- Runyon, Kenneth E., 1982. *The Practice of Marketing*. Colombus: Charles E. Merrill Publishing Company.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sabandar, Switzy. (7 Mei 2015). Klinik Setop Rokok, Puskesmas Jogja Sepi Peminat, Tanya Kenapa?. Diperoleh dari <http://www.solopos.com/2015/05/07/klinik-setop-rokok-puskesmas-jogja-sepi-peminat-tanya-kenapa-601514>.
- Salmon, C.T. (1989). Campaigns for social 'improvement': An overview of values, rationales and impacts." In C.T. Salmon (Ed.), *Information campaigns: Balancing social values and social change*. Newbury Park: Sage Publications.
- Sarwono, Sarlito W. (1992). *Psikologi Lingkungan*. Jakarta: Gramedia
- Schiffman, L. G, Kanuk, L.L. (1998). *Consumer Behavior 6th edition*. Singapura : Prentice Hall.
- Shimp, Terence A. (2000). *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition, Alih Bahasa: Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi ke- 5 Terjemahan: Reyvani Syahrial*. Jakarta: Erlangga.
- Smith, Ken. Et. Al. (2005). *Handbook of Visual Communication Theory, Methods, and Media*. London: Lawrence Erlbau Associates.
- Smith, A Jonathan. (2009). *Psikologi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

- Sodik. (2015). *Yogya Peringkat 4 Perokok Nasional*. Diperoleh dari <https://daerah.sindonews.com/read/1007456/151/yogya-peringkat-4-perokok-nasional-1433128312>
- Solomon, Michael, et.al. (2006). *Consumer Behaviour 3rd Edition, A European Perspective*. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Spradley, James P. (1997). *Ideas That Shapes Our World*. San Diego, CA: Thunder Bay Press.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayogo, I. (2001). *Metodologi Penelitian Social*. Bandung: Rosdakarya.
- Susanto dan Darmawan. 2010. *Kriteria Orang Miskin Indonesia Versi Bps*. Vivanews, 1 Juli 2010
- Syarifudin, Aip. (1997). *Pokok-Pokok Pengembangan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Dan Kesehatan*. Jakarta: Depdikbud.
- Tarpudin. (2007). *Analisis Perbedaan Respon Perokok Dan Non Perokok Terhadap Iklan High Level Fear Appeal Dan Low Level Appeal*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Thrasher, FJ. (2011). *Estimating the impact of pictorial health warnings and "plain" cigarette packaging: Evidence from experimental auctions among adult smokers in the United States*. *Journal Health Policy*. Volume 102. Issue 1.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi – Offset.
- Untung, Fario. (24 Juni 2014). *Peneliti: Bahaya Rokok Ancam Industri Kretek Nasional*. Diperoleh dari <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/06/24/256636/peneliti-gambar-bahaya-rokok-ancam-industri-keretek-nasional>
- Wells, William, John Burnett & Sandra Moriarty. (2000). *Advertising: Principles And Practice. Fifth Edition*. Prentice-Hall.
- Wheelen, Thomas L. Dan Hunger, J. David. (1995). *Strategic Management and Business Policy*. Reading , Mas.: Addison-Wesley Publishing Company.
- Widati, Sri. (2013). *Efektivitas Pesan Bahaya Rokok Pada Bungkus Rokok Terhadap Perilaku Merokok Masyarakat Miskin*. *Jurnal Promkes*, Vol. 1, No. 2 Desember 2013: 105-110.

- Witte, K. (1993). *Message And Conceptual Confounds In Fear Appeals: The Role Of Threat, Fear, And Efficacy*. The Southern Communication Journal, 58(2), 147-156.
- Woerpel, Wright & Wetter. (2007). *Smoking Cessation 3: Multicomponent Interventions. Behavioral Medicine*. Winter 2007; 32, 4; ProQuest.
- Venus, Antar. (2007). *Perencanaan Strategis Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Virginia, Emster, et. al.(2000). Women and Tobacco: Moving From Policy to Action. Bulletin of The World Health Organization.
- Yin, Robert, K. (2007). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yustika, A.E. (2009). *Ekonomi Politik Kajian Teoritis dan Analisis Empiris*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Zahar, Gretha.& Sutiman. BS. (2011). *Divine Kretek Rokok Sehat*. Masyarakat Bangsa Produk Indonesia (MBPI).
- Zhang, Q. (1999). *A Cross Cultural Study on the Persuasive Efectiveness of Fear Appeals Messages in Advertising*. A Thesis. Master Degree of Faculty of Commerce and Administration Concordia University Canada.
- . (---). *Kebijakan Pengendalian Tembakau untuk Provinsi dan Kabupaten/Kota Bukan Penghasil Rokok/Tembakau di Indonesia*. Diperoleh dari <http://kebijakankesehatanindonesia.net/component/content/article?id=69.html>
- . (6 Juni 2013). *Menyelamatkan Anak Dari Bahaya Rokok*. Diperoleh dari <http://www.kpai.go.id/tinjauan/menyelamatkan-anak-dari-bahaya-rokok/>