

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi seputar bahaya merokok bukan lagi merupakan sesuatu yang baru di Indonesia. Mulai dari kampanye hingga berbagai penyuluhan kesehatan yang mengulas tentang bahaya merokok sudah sering dilaksanakan. Fakta di lapangan menunjukkan sebagian besar perokok tak menyadari bahaya sesungguhnya dari racun nikotin yang mengancam mereka dan orang-orang di sekitarnya. 81,3% orang dewasa yang saat ini merokok mempercayai bahwa merokok dapat menyebabkan penyakit berat. Meskipun sebagian besar orang dewasa merokok, delapan dari sepuluh orang dewasa percaya bahwa merokok dapat menyebabkan penyakit berat. (tscs-Indonesia, 2012). Padahal mereka sendiri tau apa akibat yang akan disebabkan dari menghisap rokok. Selain merugikan diri sendiri dari segi uang dan kesehatan mereka juga akan merugikan orang lain yang bahkan itu termasuk keluarga mereka sendiri. Sebelumnya publikasi bahaya merokok itu hanya berupa teks sehingga kurang efektif menyadarkan para pecandu maupun perokok baru. Dengan gambar, yang tak membutuhkan kerja otak lebih keras seperti pada pembacaan teks, diharapkan pengetahuan tersebut bisa lebih efektif mengubah perilaku merokok.

Persepsi dalam kajian ilmu komunikasi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Jadi persepsi adalah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimulus*). Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbol atau konseptual. Dengan begitu persepsi juga memiliki hubungan dengan sensasi, karena sensasi adalah bagian dari persepsi itu sendiri. (Jalaluddin Rakhmat, 2011 : 50).

Kehadiran teknologi digital terutama media sosial lebih banyak menampilkan gambar dibandingkan tulisan, yang membuat gambar saat ini

menjadi aspek komunikasi yang paling menonjol. Saat ini komunikasi visual menempati posisi sangat penting. Sebelum menerbitkan bentuk visual dari bahaya merokok, kemasan pada produk rokok dahulu hanya berupa peringatan tertulis pada kemasannya. Akan tetapi pada saat sekarang perusahaan pembuatan produk rokok sudah menggunakan bentuk promosi visual berupa gambar mengenai akibat dari merokok. Bentuk gambar saja belum tentu efisen sesuai dengan tujuannya. Hal ini menunjukan bahwa ada beberapa kriteria agar peringatan bergambar dapat dipahami dengan mudah oleh publik. (Eriyanto, 2014 : 5)

Dicantumkannya pesan dalam bentuk gambar (visual) diharapkan bisa dipahami oleh khalayak terutama para pengonsumsi rokok di seluruh penjuru tanah air. Diharapkan pula dengan dicantumkannya gambar seram tersebut akan terjadi pengurangan konsumsi rokok karena efek negatif akibat racun yang ada dalam rokok sangat berbahaya bagi kesehatan manusia dan lingkungan sekitarnya. Namun pada kenyataannya rokok telah menjadi suatu hal yang bisa ditolerir keberadaannya. Mengapa demikian, karena dalam hal berinteraksi rokok dijadikan media komunikasi untuk bertegur sapa, berkenalan, dan berdiskusi.

Dari penjelasan diatas terlihat bahwa peringatan bahaya merokok selama ini cenderung kurang berpengaruh atau kurang efektif terhadap jumlah perokok. Sebaliknya pesan-pesan berupa peringatan maupun himbauan bahkan kampanye anti rokok yang banyak dipublikasikan melalui beragam media komunikasi selama ini belum bisa dikatakan belum mencapai tujuan optimalnya. Boleh jadi, pesan-pesan yang telah ada atau telah disampaikan selama ini hanya berpengaruh secara kognitif, sebatas menambah wawasan atau pengetahuan yang tentunya tak mampu mengubah perilaku khalayak yang menjadi sasaran. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipresepsi khalayak. Dengan demikian pesan-pesan berupa peringatan atau himbauan tentang bahaya merokok cenderung kurang berpengaruh secara signifikan sehingga perubahan sikap atau perilaku untuk tidak merokok belum seperti yang diharapkan.

Survey mengenai konsumsi rokok yang terkini adalah GATS (*Global Adult Tobacco Survey*) 2011 yang dapat menggambarkan secara lebih tajam besarnya

masalah rokok pada orang dewasa (15 tahun keatas). Prevalensi GATS 2011, 67% laki-laki merokok, 2,7% perempuan merokok, 80,4% dari populasi yang merokok saat ini menghisap rokok kretek saja, 1,7% mengkonsumsi tembakau kunyah. Adapula survey dari GATS 2011 yaitu sikap terhadap asap rokok 81,3% orang dewasa yang saat ini merokok mempercayai bahwa merokok dapat menyebabkan penyakit berat. Meskipun sebagian besar orang dewasa merokok, delapan dari sepuluh orang dewasa percaya bahwa merokok dapat menyebabkan penyakit berat. (tcsc-Indonesia, 2011).

Sebelum melanjutkan penelitian, peneliti sudah melakukan observasi awal terlebih dahulu. Peneliti melihat ada hal yang perlu dijadikan masalah di dalam judul yang peneliti angkat yaitu adanya pesan visual bahaya merokok pada kemasan rokok masih belum mendapatkan hasil dari tujuan di pasangnya pesan visual tersebut yaitu untuk merubah sikap perokok. Seiring berjalannya waktu para perokok tidak kunjung merubah perilaku merokok yang bahkan pada kemasan rokok tersebut sudah di pasangkan gambar peringatan dari bahaya merokok itu sendiri, yang lebih parahnya lagi selalu ada peningkatan jumlah perokok disetiap tahunnya. Tidak hanya itu, bahkan kebiasaan merokok itu sendiri sudah menjadi hal yang bisa ditolerir oleh semua orang.

Alasan peneliti memilih judul penelitian ini, karena peneliti ingin melihat bagaimana persepsi Mahasiswa Sistem Informasi 2016 UPI YPTK Padang tentang adanya pesan visual bahaya merokok pada kemasan rokok yang masih belum memberikan hasil dari tujuan di pasangnya gambar tersebut untuk bisa merubah perilaku merokok. Dan peneliti menganggap bahwa adanya pesan visual bahaya merokok pada kemasan rokok itu masih jauh dari kata menakut-nakuti bahkan untuk merubah perilaku perokok itu sekalipun. Peneliti juga menganggap penelitian ini menarik untuk diteliti karena adanya pesan visual bahaya merokok pada kemasan rokok itu masih belum mendapatkan hasil dari tujuan dipasangnya gambar pada kemasan tersebut yaitu untuk merubah sikap perokok. Selain itu peneliti juga menilai bahwa tidak ada perubahan signifikan yang terjadi terhadap

perilaku perokok itu sendiri walaupun mereka telah melihat adanya pesan peringatan tersebut. Malahan selalu terjadi peningkatan jumlah perokok disetiap tahunnya.

Alasan peneliti memilih Kampus UPI karena peneliti melihat adanya kebijakan tegas kampus UPI dengan memasang slogan “Kampus Bebas Asap Rokok” yang masih saja banyak dilanggar oleh mahasiswa UPI sendiri. Dengan mengaitkan alasan peneliti memilih judul penelitian dengan kejadian sebenarnya di lapangan yaitu untuk melihat bagaimana persepsi Mahasiswa Sistem Informasi 2016 UPI YPTK Padang tentang adanya pesan visual bahaya merokok pada kemasan rokok terhadap perubahan perilaku merokok. Berdasarkan observasi awal yang peniliti lakukan yaitu mewawancara salah satu Mahasiswa Sistem Informasi 2016 UPI YPTK Padang yang termasuk informan peneliti sendiri, yang menyatakan “memang ada baliho besar di lapangan dekat gerbang masuk kampus yang bertuliskan Kampus Bebas Asap Rokok, setau saya selama saya berkuliahan disana memang ada peneguran dari pihak yang berwenang seperti dosen atau satpam jikalau ada mahasiswa yang ketahuan merokok di lingkungan kampus, dan itupun hanya sebatas peneguran untuk segera mematikan rokok, kemudian setau saya memang masih banyak mahasiswa Sistem Informasi 2016 yang merokok karena sehari-hari saya melihatnya” (**Wawancara Ade Syahri Putra, Senin/ 26-Maret-2021 : 16.40 WIB**).

Sebelum melanjutkan penelitian, peneliti sudah menetapkan kriteria informan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan informannya sesuai dengan kriteria yang telah peneliti tetapkan. Dengan menetapkan justifikasi untuk memilih dan menetapkan informannya. Karena peneliti memilih informan dengan menetapkan suatu batasan yang sesuai dengan kriteria yang sudah peneliti tetapkan. Maka dari itu peneliti menetapkan Mahasiswa Sistem Informasi 2016 sebagai informan yang akan peneliti teliti untuk melihat persepsi mereka tentang pesan visual pada kemasan rokok terhadap perilaku merokok. Selain itu informan juga sering melakukan perilaku merokok di

lingkungan kampus dengan cara sembunyi-sembunyi yang bahkan mereka sendiri mengetahui slogan tersebut tentang dilarangnya merokok di area kampus.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah tulisan singkat berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah atau kejadian.

1.2.1 Bagaimana persepsi mahasiswa Sistem Informasi 2016 UPI YPTK Padang tentang Pesan Visual Pada Kemasan Rokok Terhadap Perilaku Merokok?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, atau sesuatu yang akan di peroleh setelah penelitian.

1.3.1 Untuk Mengetahui Bagaimana Persepsi Mahasiswa Sistem Informasi 2016 UPI YPTK Padang Tentang Pesan Visual Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok Terhadap Perilaku Merokok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara teoritis bagi kajian Ilmu Komunikasi penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi terkait dengan kajian Ilmu Komunikasi terutama dibidang Komunikasi Visual.

1.4.2 Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam menambah pengetahuan khususnya perokok yang telah dipengaruhi oleh gambar peringatan bahaya merokok.