

# **PENGARUH GAMBAR SERAM KEMASAN ROKOK TERHADAP DISONANSI KOGNITIF PEROKOK DI KOTA SERANG**

## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sultan AgengT irtayasa



Oleh:

**SHELLA OCTAVIANA**

(6662100624)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
BANTEN  
2016**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Shella Octaviana

NIM : 6662100624

Tempat Tanggal Lahir: Serang, 03 Oktober 1992

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Gambar Seram Kemasan Rokok Terhadap Disonansi Kognitif Perokok di Kota Serang** adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Oktober 2016



LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Shella Octaviana

NIM : 6662100624

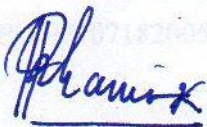
Judul Skripsi : **PENGARUH GAMBAR SERAM KEMASAN ROKOK  
TERHADAP DISONANSI KOGNITIF PEROKOK DI KOTA  
SERANG**

Serang, Agustus 2016

Skripsi Ini Telah Disetujui untuk Disajikan


Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Rd Nia Kania Kurniawati, M.Si  
NIP: 197907082002122002

Pembimbing II



Uliviana Restu H, S.Sos, M.Ikom  
NIP: 198107172006042003

Mengetahui,  
Dekan Fisip Unirra



Dr. Agus Sjafari, M.Si  
NIP: 197108242005011002

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : SHELLA OCTAVIANA  
NIM : 6662100624  
Judul Skripsi : PENGARUH GAMBAR SERAM KEMASAN ROKOK  
TERHADAP DISONANSI KOGNITIF PEROKOK DI  
KOTA SERANG

Telah diuji di Hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 03  
Oktober 2016 dan dinyatakan LULUS.

Serang, 11 Oktober 2016

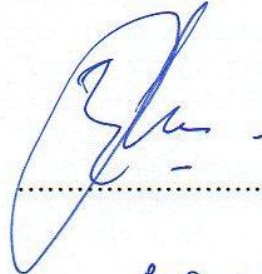
Ketua Penguji:

Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd  
NIP: 197106292003121001



Anggota:

Teguh Iman Prasetya, S.E., M.Si  
NIP: 197107182005011001



Anggota:

Uliviana Restu H, S.Sos., M.Ikom  
NIP: 198107172006042003



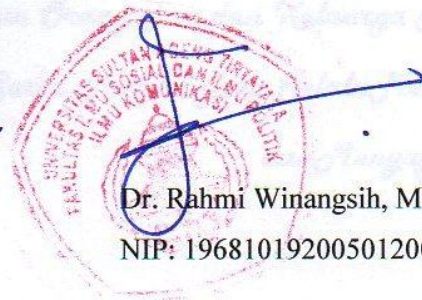
Mengetahui,

Dekan Fisip Untirta

Ketua Program Studi



Dr. Agus Sjafari, M.Si  
NIP: 197108242005011002



Dr. Rahmi Winangsih, M.Si  
NIP: 196810192005012001

*When you want to give up  
Remember why you started*

*“Skripsi Ini Kupersembahkan Kepada:  
Kedua Orang Tua dan Keluarga Jercinta  
Serta Mereka yang Selalu Mendukung  
dan Menyayangiku”*

## ABSTRAK

**Shella Octaviana. NIM 6662100624. Skripsi. Pengaruh Gambar Seram Kemasan Rokok Terhadap Disonansi Kognitif Perokok di Kota Serang. Pembimbing 1 Rd. Nia Kania K, S.Ip, M.I.Kom., dan Pembimbing II Uliviana Restu H, S.Sos, M.I.Kom.**

Kehadiran peringatan kesehatan bergambar yang berupa gambar seram pada kemasan rokok bertujuan untuk memberikan pengetahuan akan bahaya nyata akibat merokok kepada para perokok agar mereka berhenti merokok. Namun, setelah pemerintah menghadirkan gambar seram tersebut, ternyata masih banyak perokok yang tidak berhenti merokok. Para perokok sebenarnya mengetahui bahwa merokok buruk bagi kesehatan dan menimbulkan berbagai penyakit, namun mereka tetap saja merokok. Ini menunjukkan perilaku yang tidak konsisten antara elemen kognisi dengan elemen sikap. Hal tersebut dapat menyebabkan perasaan ketidaknyamanan bagi perokok. Perasaan ketidaknyamanan itu disebut dengan disonansi kognitif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gambar seram terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Disonansi Kognitif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dimana peneliti mengumpulkan data dari 100 orang responden dengan menyebarkan kuesioner kepada perokok aktif di kota Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang sebesar 0.531, yang berarti bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki keeratan yang kuat. Hasil koefisien determinasi diperoleh sebesar 0.282, artinya variabel disonansi kognitif perokok di kota Serang dipengaruhi oleh variabel gambar seram sebesar 28.2%, sedangkan sisanya sebesar 71.8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kemasan Rokok, Bahaya Merokok, Perokok Aktif, Disonansi Kognitif, Gambar Seram Kemasan Rokok

## **ABSTRACT**

***Shella Octaviana. NIM 6662100624. Thesis. The Effect of Horrible Pictures on Cigarette Packs to Cognitive Dissonance of The Smokers in Serang City. Preceptor I Rd. Nia Kania K, S.Ip, M.I.Kom., and Preceptor II Uliviana Restu H, S.Sos, M.I.Kom.***

*The presence of pictorial health warning in the form of horrible pictures on cigarette packs aims to provide smokers knowledge of the real dangers caused by smoking in order that they stop smoking. However, after the government presents horrible pictures, there are still many smokers who do not quit smoking. Actually, the smokers know that smoking is bad for health and causes various diseases, but they still smoke. It shows inconsistent behavior between elements of cognition and attitude elements. This can lead to feelings of discomfort for smokers. A feeling of discomfort that is called cognitive dissonance. The purpose of this research was to determine the effect of horrible pictures on cigarette packs to cognitive dissonance of the smokers in Serang city. The theory used in this research was the theory of Cognitive Dissonance. The method was a survey method using accidental sampling technique in which researcher collected data from 100 respondents by distributing questionnaires to active smokers in Serang city. The results showed that there was influence between the horrible pictures on cigarette packs to cognitive dissonance of the smokers in Serang city by 0.531, which means that the relationship between the two variables have a strong closeness. The coefficient of determination obtained for 0.282, which means that the variable of cognitive dissonance of the smokers in Serang city affected by variable of horrible pictures of 28.2%, while the remaining 71.8% is affected by other factors.*

***Keywords: Cigarette Packs, The Dangers of Smoking, Active Smokers, Cognitive Dissonance, Horrible Pictures on Cigarette Packs***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gambar Seram Kemasan Rokok Terhadap Disonansi Kognitif Perokok di Kota Serang”** dengan tepat waktu.

Adapun tujuan dari pembuatan Skripsi ini adalah untuk dapat memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang-Banten.

Dalam proses penulisan Skripsi ini, penulis menemui banyak kendala, baik dari luar maupun dari dalam diri penulis sendiri. Penulis juga menyadari masih banyak Kekurangan serta kekeliruan yang terdapat dalam Proposal Skripsi ini, karena itulah penulis akan sangat berbesar hati untuk menerima saran, kritik, serta gagasan yang dapat menjadi bahan perbaikan bagi penulis.

Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Sholeh Hidayat M.Pd, selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Bapak Dr. Agus Sjafari., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Ibu Dr. Rahmi Winangsih., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



4. Bapak Darwis Sagita, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi serta dosen pembimbing akademik. Terimakasih atas bimbingannya selama ini.
5. Ibu Dr. Rd Nia Kania K, M.Si selaku dosen pembimbing I Skripsi, terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran dan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis.
6. Ibu Uliviana Restu H, S.Sos., M.Ikom, selaku dosen pembimbing II Skripsi, terimakasih atas waktu, kesempatan, kesabaran dan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis.
7. Seluruh Dosen FISIP Untirta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penulis dan menjadi lading amal bagi seluruh Dosen.
8. Seluruh Staf karyawan Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
9. Kedua orangtua yang selalu aku banggakan dan aku cintai Bapak Ir. Sri Muljanto dan Ibu Tuhfatul Atfaliyah. Terimakasih atas semua do'a, kasih sayang, kesabaran, semangat serta dukungan baik moril maupun materiil untuk anakmu yang tak pernah berhenti dan tak terbalas sampai kapanpun
10. Kakak tersayang, Muchlis, Reza Fahlepy S.Sos, dan saudara kembarku Shelly Octaviany, terimakasih atas segala do'a, kasih sayang, serta semangat juga bantuan yang telah diberikan.
11. Sahabat penulis, Yusie, Refika, Wildi, Yossi, Bia, Age, terimakasih untuk persahabatan selama di kampus.

12. Teman-teman kesayangan, Novi, Ara, Mila, Aini terimakasih untuk semangat yang selalu diberikan di setiap waktu penulis merasa tidak semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.
13. Ahmad Faiz Edi Fitri (Afif), terimakasih sayang untuk do'a, kasih sayang, perhatian serta semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.
14. Seluruh teman-teman angkatan Komunikasi 2010, terimakasih untuk pertemanan, semangat serta perjuangan bersama selama menempuh kuliah di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
15. Serta kepada pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini adalah hasil karya penulis. Oleh karena itu, penulis dapat mempertanggungjawabkan baik isi maupun bentuk skripsi ini sepenuhnya. Penulis berharap skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Serang, Oktober 2016

Penulis,

Shella Octaviana

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Identifikasi Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1 Ilmu Komunikasi .....	12
2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi .....	12
2.1.2 Unsur Komunikasi .....	13
2.2 Komunikasi Visual .....	15
2.3 Kemasan .....	17
2.3.1 Pengertian Kemasan .....	17
2.3.2 Fungsi Kemasan .....	19

2.3.3 Manfaat Kemasan .....	21
2.4 Rokok .....	22
2.4.1 Definisi Rokok .....	22
2.4.2 Kandungan Dalam Rokok .....	23
2.4.3 Dampak Merokok Bagi Kesehatan .....	25
2.4.4 Definisi Perilaku Merokok dan Perokok .....	29
2.4.5 Tipe-tipe Perokok .....	30
2.4.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok .....	32
2.5 Gambar Seram pada Kemasan Rokok .....	35
2.6 Teori Disonansi Kognitif .....	37
2.6.1 Asumsi Teori Disonansi Kognitif .....	40
2.6.2 Tingkat Disonansi .....	41
2.6.3 Disonansi Kognitif dan Persepsi .....	42
2.6.4 Cara Mengatasi Disonansi Kognitif .....	43
2.7 Kerangka Pemikiran .....	45
2.8 Hipotesis Penelitian .....	46
2.9 Operasionalisasi Variabel .....	46
2.10 Penelitian Terdahulu .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian .....	49
3.2 Variabel Penelitian .....	49
3.2.1 Definisi Konsep .....	50
3.2.2 Definisi Operasional .....	50
3.3 Instrumen Penelitian .....	51
3.3.1 Jenis Data .....	52
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	56
3.4.1 Populasi Penelitian .....	56
3.4.2 Sampel Penelitian .....	57

3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	60
3.5.1 Teknik Pengolahan Data .....	60
3.5.2 Analisis Deskriptif .....	62
3.5.3 Analisis Data .....	63
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
3.6.1 Uji Validitas .....	68
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	68
3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	70
3.7.1 Hasil Uji Validitas .....	70
3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	73
4.1.1 Kemasan Rokok .....	73
4.1.2 Perokok Aktif .....	82
4.2 Deskripsi Data .....	84
4.2.1 Distribusi Frekuensi Identitas Responden .....	84
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	87
4.3.1 Deskripsi Variabel Gambar Seram .....	87
4.3.2 Deskripsi Variabel Disonansi Kognitif .....	97
4.4 Analisis Deskriptif .....	108
4.5 Analisis Data .....	109
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	116
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>123</b>
5.1 Kesimpulan .....	123
5.2 Saran .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar seram pada kemasan rokok .....	37
Gambar 2.2 Proses Disonansi Kognitif .....	39
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 4.1 Kemasan Rokok .....	74
Gambar 4.2 Bagian Depan Kemasan Rokok .....	75
Gambar 4.3 Bagian Belakang Kemasan Rokok .....	75
Gambar 4.4 Bagian Belakang Kemasan Rokok dengan Logo dan Slogan Rokok .....	76
Gambar 4.5 Bagian Samping Kanan Kemasan Rokok .....	76
Gambar 4.6 Bagian Samping Kiri Kemasan Rokok .....	77
Gambar 4.7 Bagian Samping Kiri Kemasan Rokok dengan Nama Brand Rokok .....	77
Gambar 4.6 Bagian Atas Kemasan Rokok .....	78
Gambar 4.7 Bagian Bawah Kemasan Rokok .....	78
Gambar 4.8 Gambar Kanker Paru-paru Pada Kemasan Rokok .....	79
Gambar 4.9 Gambar Kanker Mulut Pada Kemasan Rokok .....	80
Gambar 4.10 Gambar Kanker Tenggorokan Pada Kemasan Rokok .....	80
Gambar 4.11 Gambar Orang Merokok dengan Anak di Dekatnya Pada Kemasan Rokok .....	81

Gambar 4.12 Gambar Orang Merokok dengan Asap yang Membentuk Tengkorak Pada Kemasan Rokok .....	82
Gambar 4.13 Grafik Histogram Normalitas Data .....	111
Gambar 4.14 Grafik Scatterplot Normalitas Data .....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel .....	46
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3.1 Skala Likert .....	54
Tabel 3.2 Jumlah Populasi .....	56
Tabel 3.3 Sampel Penelitian .....	60
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif Presentase .....	63
Tabel 3.5 Skala Korelasi .....	65
Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gambar Seram .....	70
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Disonansi Kognitif .....	71
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gambar Seram .....	71
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Disonansi Kognitif .....	72
Tabel 3.11 Jadwal Penelitian .....	72
Tabel 4.1 Jumlah Perokok di Kota Serang .....	83
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	84
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Konsumsi Rokok Per Hari .....	86



Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Gambar Seram .....	87
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	88
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	89
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	90
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	91
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	93
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	94
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	95
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	96
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Variabel Disonansi Kognitif .....	97
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	98
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	99
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	101
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	102
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13 .....	103
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14 .....	104
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15 .....	106
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16 .....	107
Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Data .....	110
Tabel 4.26 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel .....	113
Tabel 4.27 Uji Hipotesis .....	114
Tabel 4.28 Hasil Uji regresi Linier Sederhana .....	115

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Tabel Nilai Produk Momen

Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jumlah perokok di Indonesia semakin hari semakin bertambah. Menurut riset WHO tahun 2008, Indonesia menduduki peringkat ke tiga dengan jumlah perokok terbesar di dunia setelah China dan India. Hasil *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) tahun 2011 menunjukkan, Indonesia menduduki posisi pertama dengan prevalensi perokok aktif bila dibandingkan dengan negara-negara lain yang melaksanakan GATS, yaitu 67,4% pada laki-laki dan 4,5% pada wanita<sup>1</sup>.

Konsumsi rokok di Indonesia sudah cukup mengkhawatirkan. Menurut data GATS tahun 2011, perokok aktif di kalangan anak-anak mengalami peningkatan cukup signifikan dalam 10 tahun terakhir Dimana anak usia 13-15 tahun merupakan perokok aktif.<sup>2</sup> Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 pun menunjukkan bahwa usia pertama kali merokok tiap hari yaitu usia 10–14 tahun sebanyak 9,6%, 15–19 tahun sebanyak 36,3%, 20–24 tahun 16,3%, 25–29 tahun sebanyak 4,4% dan  $\geq 30$  tahun sebanyak 3,2%. Riset ini dilakukan di 33 provinsi dan secara nasional persentase usia mulai merokok tiap hari yang

---

<sup>1</sup> Depkes. 2012. *KEMENKES Luncurkan Hasil Survei Tembakau*.  
<http://www.depkes.go.id/article/view/2048/kemenkes-luncurkan-hasil-survei-tembakau.html> diakses 20 Februari 2016 pukul 14.00 WIB

<sup>2</sup> Detik News. 2014. *Miris! Jumlah Anak Perokok Aktif di Indonesia Meningkat Tajam*.  
<http://m.detik.com/news/berita/248466/miris-jumlah-anak-perokok-aktif-di-indonesia-meningkat-tajam>. Diakses 25 Oktober 2016 pukul 03.00 WIB

menduduki tempat tertinggi adalah usia 15–16 tahun yaitu sebanyak 36,3%.<sup>3</sup> Kondisi ini tentu saja memprihatinkan karena anak merupakan kelompok yang rentan dan berpotensi menjadi perokok jangka panjang.<sup>4</sup>

Perilaku merokok pada remaja umumnya semakin lama semakin meningkat sesuai dengan tahap perkembangannya yang ditandai dengan meningkatnya frekuensi dan intensitas merokok, dan sering mengakibatkan mereka mengalami ketergantungan nikotin. Pengaruh nikotin dalam rokok dapat membuat seseorang menjadi pecandu dan atau ketergantungan pada rokok. remaja yang sudah kecanduan merokok pada umumnya tidak dapat menahan keinginan untuk tidak merokok.<sup>5</sup>

Di usia remaja biasanya mereka akan rentan sekali terhadap sikap adiktif yang menyebabkan mereka jadi susah berhenti merokok ketika mereka sudah mencobanya berulang kali. Saat pertama kali mengkonsumsi rokok, gejala-gejala yang mungkin terjadi adalah batuk-batuk, lidah terasa getir, pusing serta perut mual. Namun demikian, sebagian dari para pemula tersebut mengabaikan perasaan tersebut, biasanya berlanjut menjadi kebiasaan dan akhirnya menjadi ketergantungan dan sulit untuk berhenti merokok.

---

<sup>3</sup> Depkes. 2013. *Hasil RISKESDAS 2013 Kementerian Kesehatan*. www.depkes.go.id diunduh pada 25 Oktober 2016 pukul 03.10 WIB

<sup>4</sup> Chotidjah, S. 2012. *Pengetahuan Tentang Rokok, Pusat Kendali Kesehatan Eksternal Dan Perilaku Merokok*. Jurnal Makara, sosial humaniora, Volume 16, No1, juli 2012: 49

<sup>5</sup> Nasution, Indri Kemala. 2007. *Perilaku Merokok Pada Remaja*. Medan: Universitas Sumatera Utara. Hlm 2

Susenas (2004) menemukan bahwa pada tiga dari empat (71%) keluarga di Indonesia paling tidak terdapat satu orang perokok. Delapan dari sepuluh (84.2%) perokok berusia 15 tahun ke atas merokok di rumah bersama dengan anggota keluarga lainnya. Kebiasaan merokok di dalam rumah menyebabkan anggota keluarga lainnya terpapar asap rokok atau menjadi perokok pasif.

Diperkirakan lebih dari 43 juta atau 70% anak usia 0-14 tahun menjadi korban perokok pasif. Diindikasikan 45.6 juta orang atau 30.5% penduduk usia 15 tahun ke atas adalah perokok pasif di rumah. Survei GYTS (2006) pada remaja pelajar SMP (usia 13-15 tahun) menunjukkan 6 dari 10 siswa (64.2%) terpapar asap rokok orang lain di rumah. 8 dari 10 (81%) siswa terpapar asap rokok orang lain di tempat umum. Keterpaparan pelajar SMP Indonesia menjadi korban perokok pasif di tempat umum adalah tertinggi di dunia, bahkan melebihi negara miskin seperti Bangladesh 47%, Myanmar 51%, dan Timor Leste 70%.<sup>6</sup>

Banyaknya para perokok aktif yang merokok di tempat-tempat umum, bisa menyebabkan para perokok pasif terkena efek negatif dari paparan asap rokok tersebut. Perokok pasif sangat rentan menjadi korban penyakit akibat rokok karena menghisap asap sampingan yang 3 kali lebih berbahaya dari yang dihisap perokok. Perilaku merokok di kalangan masyarakat yang tidak didasari pada pemahaman serta tidak mengenal tempat, waktu, usia serta jenis kelamin membuat pemerintah turun tangan dalam mengatasi pengendalian rokok yang

---

<sup>6</sup> TCSC Indonesia. 2012. *Fact Sheet Fakta Tembakau di Indonesia- TCSC Indonesia*. Tcsc-indonesia.org. Diunduh pada 25 Oktober 2016 pukul 03.40 WIB

tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 109/2012 tentang Pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan.<sup>7</sup>

Berbagai kebijakan dikeluarkan pemerintah Indonesia dalam menanggulangi pengendalian tembakau melalui PP no. 19 tahun 2003 dengan mewajibkan setiap produsen rokok untuk mencantumkan label peringatan bahaya merokok pada setiap kemasan rokok. Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan peringatan tentang bahaya rokok yang dikonsumsi oleh setiap konsumen rokok dengan harapan bahwa dengan mengetahui bahaya rokok yang dihisapnya, konsumen rokok akan lebih berpotensi untuk berhenti merokok. Peringatan bahaya merokok yang tercantum dalam kemasan bungkus rokok berupa tulisan efek dari bahaya merokok, seperti “merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin”.

Dalam perkembangannya, pencantuman label berupa tulisan masih belum efisien dalam menanggulangi perilaku merokok di masyarakat. Peneliti Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi UI, Abdillah Ahsan mengatakan, selama ini para konsumen rokok bertindak tak rasional. Masyarakat tetap membeli rokok meski merupakan barang berbahaya yang bisa menyebabkan berbagai penyakit. Rokok juga diiklankan dengan citra positif. Peringatan kesehatan pada bungkus rokok

---

<sup>7</sup> 2013. *PP Tembakau Menyelamatkan Kesehatan Masyarakat dan Perekonomian Negara*. <http://www.depkes.go.id/article/view/2326/pp-tembakau-menyelamatkan-kesehatan-masyarakat-dan-perekonomian-negara.html> diakses 20 Februari 2016 pukul 17.00WIB

hanya berupa tulisan dan ukuran kecil.<sup>8</sup> Masyarakat khususnya perokok aktif sebagai konsumen tak memperoleh hak informasi yang jelas terkait rokok yang dibelinya. Pencantuman label peringatan kesehatan berupa tulisan terlalu lama tak diganti sehingga tak lagi efektif.

Departemen Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (P2PL) Kemenkes RI dibawah naungan Prof dr Tjandra Yoga Aditama, menegaskan dan mewajibkan bahwa perusahaan rokok wajib dan sepakat untuk memasang lima gambar bahaya merokok seiring dengan sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Produk Tembakau.<sup>9</sup> Lima tanda gambar yang wajib dipasang yakni merokok menyebabkan kanker mulut, merokok membunuhmu, merokok sebabkan kanker tenggorokan, merokok dekat anak berbahaya bagi mereka, serta merokok sebabkan kanker paru-paru dan bronkitis kronis.

Di awal kemunculannya, gambar seram menuai pro kontra dari berbagai pihak terutama pihak produsen yang menolak untuk mencantumkan gambar seram tersebut pada kemasan rokok miliknya. Para produsen takut jika gambar tersebut dicantumkan maka akan mengurangi jumlah penjualan rokok mereka. Sebuah dokumen industri rokok menunjukkan bahwa betapa ia menyadari pentingnya

---

<sup>8</sup> 2014. *Peringatan Visual Efek Rokok Diwajibkan*.  
<http://health.kompas.com/read/2014/06/24/1712476/Peringatan.Visual.Efek.Rokok.Diwajibkan> .  
Diakses 20 Februari 2016 pukul 20.30 WIB

<sup>9</sup> Rhismawati, Ni Luh. 2014. *Kemasan rokok wajib diisi gambar bahaya merokok*.  
<http://www.antaraneews.com/berita/419301/kemasan-rokok-wajib-diisi-gambar-bahaya-merokok>  
diakses 21 Februari 2016 pukul 12.00 WIB

anak dan remaja menjadi pasar potensial: “Remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja. Pola merokok remaja sangatlah penting bagi Philip Morris” (Phillip Morris, 1981). Iklan, promosi dan sponsor rokok adalah strategi komprehensif yang dilakukan oleh industri rokok untuk mempengaruhi remaja dan anak-anak.<sup>10</sup>

Massifnya iklan, promosi, dan sponsor rokok menjadi pemicu naiknya jumlah perokok anak dan remaja secara drastis. Industri rokok di Indonesia memiliki kebebasan yang hampir penuh mempromosikan produknya dengan berbagai cara. Hal ini sangat bertentangan dengan negara lain yang justru melindungi anak-anak dari bahaya rokok.

Tujuan pencantuman gambar-gambar yang ditimbulkan dari bahaya merokok dalam setiap kemasan bungkus rokok ini adalah untuk memberikan informasi bagi konsumen tentang bahaya merokok, pendidikan kesehatan yang efektif dan murah, meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak merokok terhadap kesehatan serta menekan pertumbuhan perokok pemula. Menurut Chotidjah (2012), perilaku merokok dapat dengan mudah berubah jika pengetahuan tentang rokok dan dampaknya pada kesehatan meningkat. Pemahaman target sasaran terhadap peringatan bahaya merokok yang terdapat pada kemasan rokok

---

<sup>10</sup> Ibid tcsc-indonesia



diharapkan dapat mendukung upaya pencegahan akibat buruk bahaya rokok dan berkontribusi dalam menurunkan angka prevalensi perokok.<sup>11</sup>

Penelitian di beberapa negara menunjukkan bahwa gambar pada kemasan rokok memiliki dampak positif yang besar. Hasil penelitian tersebut antara lain menyatakan bahwa peringatan bergambar lebih diperhatikan dari pada hanya teks/tertulis, lebih efektif untuk pendidikan bagi perokok tentang risiko kesehatan akibat merokok dan untuk meningkatkan pengetahuan perokok tentang risiko kesehatan akibat merokok, serta adanya asosiasi peningkatan motivasi untuk berhenti merokok. Penelitian lain menunjukkan bahwa peringatan bergambar memberikan efek lebih lama dibanding peringatan teks/tertulis saja.<sup>12</sup>

Adanya gambar pada kemasan rokok ini diharapkan dapat mempengaruhi perilaku dan merubah sikap orang untuk tidak merokok. Gambar akan memberikan gambaran grafis tentang komplikasi penyakit akibat merokok. Dengan gambar seram yang tertera di kemasan bungkus rokok merupakan bagian dari informasi melalui pesan-pesan yang di komunikasikan atau dipaparkan lewat tulisan dan gambar. Gambar seram yang ada di dalam kemasan bungkus rokok semacam ini merupakan bentuk komunikasi visual dalam penyampaian maksud dan tujuannya. Dengan penyampaian pesan yang tertera jelas dalam pencantuman gambar-gambar efek dari bahaya merokok ini, tentunya masyarakat diharapkan

---

<sup>11</sup> Chotidjah, S. 2012. *Pengetahuan Tentang Rokok, Pusat Kendali Kesehatan Eksternal Dan Perilaku Merokok*. Jurnal Makara, sosial humaniora, Volume 16, No1, juli 2012: 49

<sup>12</sup> Depkes. 2014. *Peraturan Pencantuman Peringatan Kesehatan*.  
[www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf](http://www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf) diunduh pada 21 Februari pukul 14.30 WIB

mengetahui akan bahaya yang ditimbulkan dari merokok, serta dapat membuat efek jera bagi masyarakat perokok aktif.

Saat perokok membaca pesan peringatan tentang bahaya merokok melalui pencantuman gambar seram di kemasan rokok, dalam praktiknya, pesan peringatan tersebut sering diabaikan dan tetap memilih untuk tetap mengonsumsi rokok. Hal tersebut menunjukkan perilaku yang tidak konsisten antara elemen kognitif (tahu bahaya nyata akibat merokok dari gambar seram) dengan elemen sikap (tetap mengonsumsi rokok) pada perokok tersebut. Hal ini dapat menyebabkan perasaan yang tidaknyamanan bagi para perokok atau dalam kajian ilmu psikologi biasa disebut dengan disonansi kognitif. Disonansi kognitif adalah perasaan tidaknyamanan yang diakibatkan oleh sikap, pemikiran dan perilaku yang tidak konsisten; hal ini merupakan perasaan yang dimiliki orang ketika mereka menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui.<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin mengetahui apakah gambar seram dapat menimbulkan perasaan tidaknyamanan (disonansi) pada para perokok. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai disonansi yang terjadi pada para perokok setelah melihat gambar seram yang tercantum pada kemasan rokok. Penelitian akan dilakukan di kota Serang, alasan penulis memilih kota Serang adalah menurut berita di koran Banten Raya

---

<sup>13</sup> West, Richard & Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. Hlm 137

menyebutkan bahwa berdasarkan hasil survei yang dilakukan Dinas Kesehatan (Dinkes) kota Serang menunjukkan masyarakatnya masih kurang memedulikan bahaya yang dapat diakibatkan dari merokok dan lebih memilih untuk merokok.<sup>14</sup> Judul yang penulis pilih untuk penelitian ini adalah “PENGARUH GAMBAR SERAM KEMASAN ROKOK TERHADAP DISONANSI KOGNITIF PEROKOK DI KOTA SERANG”

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Apakah ada pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang?”

## 1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana gambar seram kemasan rokok?
2. Seberapa besar disonansi kognitif perokok di kota Serang?
3. Apakah ada pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang?
4. Seberapa besar pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang?

---

<sup>14</sup> 2015. *30 Persen Perokok Pelajar*. <http://bantenraya.com/utama/12714-rokok-nomor-2-pendidikan-nomor-7> diakses 21 Februari 2016 pukul 22.00WIB

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui gambaran gambar seram kemasan rokok
2. Mengetahui seberapa besar disonansi kognitif perokok di kota Serang.
3. Mengetahui apakah ada pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Sebagai bahan pembelajaran atau perbandingan yang dapat digunakan dalam proses belajar-mengajar sehari-hari, baik oleh dosen, mahasiswa ataupun semua pihak yang memiliki ketertarikan ataupun kepentingan dengan pengaruh gambar seram pada kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok. Selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bisa mengetahui seberapa besar pengaruh gambar seram pada kemasan rokok terhadap pengetahuan bahaya

merokok pada masyarakat Kota Serang. Ditambah bahwa penelitian ini dapat berperan dalam meminimalisasi tingkat prevalensi jumlah perokok di Kota Serang khususnya kalangan remaja.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Ilmu Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.

Menurut definisi Carl I. Hovland, sebagaimana yang dikutip dalam buku Widjaja, yaitu :

*“Ilmu Komunikasi adalah suatu sistem yang berusaha menyusun prinsip-prinsip dalam bentuk yang tepat mengenai hal memindahkan penerangan dan membentuk pendapat serta sikap-sikap”. Carl I. Hovland selanjutnya mengemukakan: Komunikasi adalah proses dimana seorang individu mengoperkan perangsang untuk mengubah tingkah laku individu-individu yang lain<sup>15</sup>*

Adapun menurut Cherry dalam Stuart (1983) sebagaimana dikutip dalam buku Cangara, menyatakan :<sup>16</sup>

*“Istilah komunikasi berpangkal pada pendekatan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara 2 orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi”*

---

<sup>15</sup> Widjaja, H. A. W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta. Hal : 15

<sup>16</sup> Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada. Hal : 18

Maka, dalam definisinya mengenai komunikasi itu sendiri, Hovland menyatakan proses komunikasi itu ada suatu rangsangan-rangsangan yang secara sadar atau tidak dapat mengubah dari apa yang dilihat atau dirasakan oleh komunikan. Sehingga komunikasi bukan hanya penyampaian pesan saja melainkan ada perubahan-perubahan yang menjadi tujuan dari pesan yang disampaikan tersebut.

Seseorang akan benar-benar dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas. Dalam komunikasi, tak luput dari unsur-unsur didalamnya yang melakukan serta hal-hal yang mendukung proses tersebut.

## **2.1.2 Unsur Komunikasi**

### **1. Pesan**

Dalam komunikasi, pesan menjadi salah satu unsur penentu efektivitas tidaknya suatu tindak komunikasi. Pesan atau informasi adalah bahan yang disampaikan oleh komunikatordan ditangkap oleh komunikan. Pesan atau informasi dapat berupa data, fakta, pertanyaan-pertanyaan, ajakan, perintah dan lain-lain. Pesan dapat meliputi berbagai aspek kehidupan misalnya, masalah ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, dan lain-lain yang disampaikan dengan lambang verbal maupun nonverbal.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Saniyastuti, Marfu'ah Sri. 1997. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandar Lampung: Gunung Pesagi. Hlm 4

Pesan disini didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Pada dasarnya pesan bersifat abstrak, hal ini dikarenakan komunikan tidak tahu apa yang ada di benak komunikator sampai pada saat pesannya tersebut tersampaikan dalam bentuk lambang komunikasi.<sup>18</sup> Karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan, yakni wujud konkret dari pesan, berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi pesan yang konkret.

Suara, mimik, dan gerak lazim digolongkan dalam pesan nonverbal, sedangkan Bahasa lisan dan tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi. Karena itu pesan kita definisikan sebagai segala sesuatu, verbal maupun nonverbal, yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Bentuk pesan yang disampaikan kepada komunikannya memiliki sifat-sifat tersendiri sesuai dengan tujuan pengiriman pesan tersebut, antara lain:

1. Informasi: sifat informasi ini dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya dapat memberi keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri

---

<sup>18</sup> Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hlm 23



2. Persuasif: pesan yang mengandung sifat persuasif ini mampu membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang disampaikan akan memberikan perubahan sikap. Perubahan sikap ini melalui mengajak, membujuk/merayu dan menghimbau.
3. Koersif: pesan yang terdapat unsur memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Pesan ini dapat berupa perintah-perintah, instruksi, dan sebagainya.<sup>19</sup>

## 2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, di mana bahasa visual merupakan kekuatan paling utama yang dapat dilihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan suatu pesan yang memiliki arti, makna dan maksud tertentu<sup>20</sup> Komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain.<sup>21</sup> Elemen-elemen desain komunikasi visual yang terdapat dalam gambar seram kemasan rokok yang akan dijadikan indikator pada gambar seram. Penyampaian pesan secara visual berarti menggunakan elemen-elemen visual. Elemen-elemen dari komunikasi visual adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

- a. Tata Letak

---

<sup>19</sup> Bulaeng, A.R. 2002. *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

<sup>20</sup> Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi. Hlm 10

<sup>21</sup> Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta:Jalasutra. Hlm 23

<sup>22</sup> Op.Cit Kusrianto, Adi. Hlm 110-140

Tata letak atau *layout* berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca atau dilihat dengan jelas, dan dapat diingat.

b. Warna

Warna memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan banyak hal kepada konsumen. Warna juga mempunyai fungsi fisik dan psikologis. Warna berfungsi fisik baik jika dalam penampilannya mampu memperjelas indera penglihatan dalam menangkap objek yang disajikan. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Biasanya terdapat kontras antar objek dengan latar belakangnya. Warna akan berfungsi psikologis jika penampilannya menghasilkan perasaan tertentu misalnya sedih, gembira, dingin, panas, cemburu, takut dan sebagainya.

c. Ilustrasi

Ilustrasi, secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Sedangkan menurut definisinya, ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Menurut definisinya, ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik.

Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna atau dipahami. Dengan ilustrasi, maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar daripada kata-kata.

#### d. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari ratusan jenis huruf yang tersedia. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan, kemenarikan. Hal itu karena desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter atau menjadi karakteristik pesan yang ingin disampaikan.

### 2.3 Kemasan

#### 2.3.1 Pengertian Kemasan

Pengertian kemasan sangat luas jangkauannya karena menyangkut bahan kemasan, warna yang terdapat dalam suatu kemasan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Suyitno Kamarjani (1996) bahwa pengemasan merupakan seni, ilmu dan sekaligus teknologi untuk mempersiapkan bahan guna keperluan transportasi dan penjualan.. Kemasan tidak hanya sebagai pembungkus bagi produk, tetapi lebih dari itu merupakan identitas untuk membedakan produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan lain. Dengan identitas khusus produk tertentu akan lebih mudah dikenal konsumen dan pada gilirannya tentu akan memudahkan pada saat pembelian produk tersebut.<sup>23</sup>

Menurut William J. Santon dalam Yohanes Lamarto (1996) mendefinisikan kemasan sebagai berikut:”Kemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*)

---

<sup>23</sup> Kamarjani, Suyitno. (1996). *Cara Memulai Usaha*. Yogyakarta: Tugu. Hlm 6

atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk.”<sup>24</sup> Namun arti pemberian kemasan lebih mampu menciptakan daya tarik konsumen terhadap produk tersebut. Kemasan dibuat untuk berbagai fungsi yakni disamping berfungsi sebagai wadah/tempat juga memiliki fungsi lain yang penting dalam pengawetan bahan. Dengan adanya kemasan, dapat membantu mencegah atau mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan. Jadi pada umumnya kemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan sehingga mempunyai bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan pendistribusian dari produsen ketangan konsumen serta dapat memberikan perlindungan terhadap mutu produk yang dikandungnya sekaligus melindungi bahan dan barang didalamnya terhadap kontaminasi dari luar.

Pada suatu pembelian, kemasan dapat berfungsi sebagai penjual diam (*silent sales person*). Sebuah kemasan yang buruk bisa memberikan citra yang jelek terhadap suatu produk yang sangat baik, kemasan yang dirancang baik dapat memberikan layanan bagi konsumen dan promosi bagi produsen. Dalam hal ini Charles A. Bresrin petugas dari Modern Packaging Magazine Amerika yang di kutip oleh Buchari Alma (1998) pernah mengatakan bahwa:

“pembungkus tidak hanya merupakan pelayanan tetapi juga sebagai salesman dan pembawa kepercayaan, dimana suatu pembungkus suatu produk merupakan penglihatan akhir dari konsumen yang dapat dipercaya.”<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Yohanes Lamarto, SE. Edisi 1. Jakarta: Erlangga. Hal : 276

<sup>25</sup> Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. Hlm 111

Maka seorang Manajer Pemasaran mempunyai tugas penting bagaimana dia harus menciptakan kemasan yang baik/bagus dan dapat melindungi produk yang di bungkusnya sekaligus kemasan tersebut harus mampu menarik perhatian konsumen sehingga dapat berfungsi sebagai alat promosi di swalayan, supermarket dan toko-toko yang menerapkan pelayanan sendiri untuk konsumennya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemasan adalah suatu wadah/bungkus bagi suatu produk dimana secara nyata berhubungan erat dengan label dan merek, karena keduanya muncul dan tertera dalam kemasan.

### **2.3.2 Fungsi Kemasan**

Fungsi kemasan sekarang tidak hanya untuk melindungi produk dari kerusakan, namun kemasan pun harus mampu menarik perhatian konsumen baik kenyamanan dalam membawa, membuka, menutup dan menyimpan kemasan tersebut.

Menurut Suyitno Kamarjani (1996)<sup>26</sup> menyebutkan beberapa fungsi kemasan sebagai berikut:

1. Melindungi produk dari kerusakan fisik dan kontaminasi sehingga dengan demikian dapat sampai ke konsumen dalam keadaan baik.
2. Sebagai alat penakar dan memberikan kemudahan kemudahan bagi konsumen mengenai pemakaian, penyimpanan, dibuka, dan ditutup kembali, serta mudah pula untuk dibuang atau dimanfaatkan lagi.

---

<sup>26</sup> Op Cit Suyitno Hlm 6-7

3. Sebagai alat promosi, desain, bentuk, corak dan warna yang menarik sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk menjajakan diri sendiri
4. Sebagai media informasi dari pihak produsen kepada konsumen mengenai nama dan alamat produsen dan pernyataan yang sudah rusak.

Sedangkan menurut William M.Pride dan O.C Farrel dalam Daniel Wirajaya (1996) mengatakan bahwa fungsi kemasan adalah sebagai berikut:

- a. Dapat mempertahankan dan melindungi produk
- b. Memberikan kenyamanan kepada para konsumen
- c. Mempromosikan produk dengan mempromosikan ciri-ciri penggunaan, manfaat dan citra produk.<sup>27</sup>

Fungsi kemasan menurut Philip Kotler dalam Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli (1997) adalah: Memberikan perlindungan superior, memperkenalkan suatu cara membuka yang baru, memberikan indikasi tertentu dari produk dan perusahaan menggambarkan mutu tertentu dari produk atau perusahaan atau suatu fungsi yang lain lagi.<sup>28</sup>

Demikian pula yang dikemukakan oleh Winardi (1993) bahwa fungsi kemasan adalah sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> Wirajaya, Daniel. 2001. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Binarupa Aksara. Hal : 7

<sup>28</sup> Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Millenium*. Alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia Hlm : 77

- a. Untuk melindungi benda perniagaan yang bersangkutan dengan kerusakan-kerusakan dari saat produksi, sampai saat benda tersebut dikonsumsi.
- b. Untuk memudahkan pengerjaan dan penyimpanan benda-benda perniagaan tersebut oleh para perantara dan para konsumen.
- c. Guna membantu menjual produk yang bersangkutan.<sup>29</sup>

Apabila sebuah kemasan tidak dapat memenuhi salah satu fungsi di atas, maka kemasan tersebut tidak dapat dikatakan telah memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga kemasan tersebut tidak dapat diterima oleh konsumen dan minat membeli konsumen terhadap suatu produk pun akan menurun, sehingga akhirnya akan menurunkan keuntungan perusahaan.

Dari pendapat di atas, maka fungsi kemasan selain mempertahankan dan melindungi produk serta harus mampu memberikan informasi baru dari produsen ke konsumen. Kemasan juga harus dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen baik kenyamanan dalam membawa, membuka, menutup dan menyimpan produk tersebut

### 2.3.3 Manfaat Kemasan

Pemberian kemasan pada suatu produk bisa memberikan tiga manfaat yaitu:<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Winardi. (2004). *Motivasi dan Pemasaran dalam Manajemen*. PT. Raja Grafindo. Hlm 205

<sup>30</sup> Op Cit Buchari Alma Hlm 119-120

### 1. Manfaat Komunikasi

Sebagai media pengungkapan informasi produk kepada konsumen. Informasi tersebut meliputi cara penggunaan produk, komposisi, dan informasi khusus (efek khusus, frekuensi pemakaian optimal) dan lain-lain.

### 2. Manfaat Fungsional

Kemasan seringkali pula memastikan peranan fungsional penting, seperti memberikan kemudahan, perlindungan dan penyimpanan.

### 3. Manfaat Perseptual

Kemasan juga bermanfaat dalam menanamkan persepsi tertentu dalam benak konsumen.

## **2.4 Rokok**

### **2.4.1 Definisi Rokok**

Rokok itu sendiri menjadi sebuah barang yang sangat *familiar* di kehidupan sekitar kita. Apalagi Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingkat perokok tertinggi di dunia. Hal ini membuat rokok bisa ditemui di mana saja. Rokok biasanya dijual dalam bungkus berbentuk kotak atau kemasan kertas yang dapat dimasukkan dengan mudah ke dalam kantong. Sejak beberapa tahun terakhir, bungkus-bungkus tersebut juga umumnya disertai pesan kesehatan yang memperingatkan



perokok akan bahaya kesehatan yang dapat ditimbulkan dari merokok, misalnya kanker paru-paru atau serangan jantung.

Rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya kesehatan bagi individu dan masyarakat. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 2003, diketahui bahwa rokok adalah hasil olahan tembakau dibungkus termasuk cerutu ataupun bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana tabacum*, *Nicotiana rustica* dan spesies lainnya atau sintesisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan.<sup>31</sup>

#### 2.4.2 Kandungan Dalam Rokok

Dalam setiap batang rokok yg di hisap, terkandung 3 zat berbahaya bagi kesehatan, yaitu :

##### a. Nikotin

Menurut Sue Armstrong, nikotin merupakan bahan kimia yang tidak berwarna dan merupakan salah satu racun paling keras yang kita kenal.<sup>32</sup> Dalam jumlah besar, nikotin sangat berbahaya, yaitu antara 20mg sampai 50mg nikotin dapat menyebabkan terhentinya pernapasan. Menghisap satu batang rokok berarti telah menghisap 2-3 mg nikotin. Jika asapnya tidak dihisap, nikotin yang terhisap hanya 1-1,5 mg saja. Bagi orang-orang yang bukan perokok atau yang tidak biasa merokok, dengan menghisap 1-2 mg nikotin saja sudah

---

<sup>31</sup> Heryani, R. 2014. *Kumpulan Undang-undang dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Khusus Kesehatan*. Jakarta: CV. Trans Info Media

<sup>32</sup> Armstrong, Sue. 1991. *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan*. Jakarta: Arcan. Hlm 7

menyebabkan mereka pusing, sakit kepala, mual, dan muntah. Mereka berkeringat dan terasa sakit di daerah lambung. Nikotin menaikkan tekanan darah dan mempercepat denyut jantung hingga pekerjaan jantung menjadi lebih berat. Selanjutnya nikotin juga menyebabkan ketagihan.<sup>33</sup>

b. Karbon Monoksida

Karbon monoksida merupakan gas beracun yang tidak berbau sama sekali. Gas ini bisa kita jumpai pada asap yang dikeluarkan mobil. “ Satu batang rokok yang dibakar mengandung 3-6% karbon monoksida dan dalam darah kadarnya mencapai 5%. Pada orang yang bukan perokok, kadarnya adalah 1%. Perokok dengan kadar karbon monoksida 5% ke atas mendapat serangan 3 kali lipat dibanding dengan bukan perokok. Gabungan karbon monoksida dengan nikotin akan mempermudah para perokok menderita penyakit penyempitan dan penutupan pembuluh darah dengan akibat – akibatnya”.<sup>34</sup> Seandainya saja para perokok mengetahui hal ini, tentunya mereka tidak akan memberikan kesempatan pada sebuah penyakit untuk dapat memasuki tubuhnya.

c. Tar

Tar merupakan kumpulan berbagai zat kimia yang berasal dari daun tembakau sendiri, maupun yang ditambahkan pada tembakau dalam proses pertanian dan industri sigaret serta bahan pembuat rokok

---

<sup>33</sup> Mandagi, Jeanne dan M. Wresniwiro. 1996. *Masalah Narkotika dan Zat Aditif Lainnya Serta Penanggulangannya*. Jakarta: Pramuka Saka Bhayangkara. Hlm 152

<sup>34</sup> Loc Cit

lainnya.<sup>35</sup> Oleh karena itu, kadar tar yang terkandung dalam rokok inilah yang berhubungan dengan resiko timbulnya kanker karena tar mempunyai zat karsinogen, yaitu zat yang menyebabkan penyakit kanker. Karsinogenik bersifat mengendap dan merusak terutama pada organ paru-paru karena zat-zat yang terdapat pada rokok. Sehingga paru-paru menjadi berlubang dan menyebabkan kanker

### **2.4.3 Dampak Merokok Bagi Kesehatan**

Ada beberapa penyakit yang disebabkan karena mengkonsumsi rokok yang diantaranya adalah kanker mulut, kanker tenggorokan, kanker paru-paru dan mungkin masih banyak lagi. Disini penulis akan membahas tiga penyakit tersebut karena sesuai dengan gambar yang ada pada kemasan rokok yang akan dibahas dan dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Kanker Mulut**

Kanker rongga mulut adalah salah satu penyakit yang ditimbulkan akibat merokok. Beberapa bahan yang terkandung dalam tembakau merupakan *karsinogen* yang potensial dalam mencetuskan terjadinya kanker. Kanker rongga mulut atau disebut juga *Karsinoma sel skuamosa* merupakan kanker ganas yang meluas dan menyebar yang dapat menyebabkan kematian. Merokok sebabkan kanker rongga

---

<sup>35</sup> Loc. Cit

mulut dan kematian. Lebih dari 90 persen kanker yang ditemukan dalam rongga mulut adalah jenis ini. Kemunculannya dapat dimana saja dalam mulut seperti langit-langit, tulang alveolar, tonsil, dan gusi tetapi secara umum biasanya timbul pada dasar mulut, lidah dan bibir bawah.

Selain kebiasaan merokok, karsinoma sel skuamosa juga disebabkan faktor lain seperti paparan UV, genetik, kekurangan nutrisi, infeksi *Human Papilloma Virus*. Terdapat pula faktor yang merangsang sel kanker ini menjadi progresif seperti alkohol dan gigi tiruan yang tidak baik. Berdasarkan hasil pengamatan sebanyak 80 persen penderita karsinoma sel skuamosa adalah perokok. Pada perokok ditemukan kebiasaan menggunakan obat kumur yang mengandung alkohol dimana hal ini merupakan faktor pemberat. Begitu pula apabila perokok tersebut juga mempunyai kebiasaan minum alkohol, karena semua macam alkohol baik yang berada dalam obat kumur ataupun dalam minuman mempunyai efek yang sama terhadap penyakit ini. Lokasi karsinoma sel skuamosa pada perokok berat yang juga mengkonsumsi alkohol biasanya terletak pada langit-langit rongga mulut, hal ini disebabkan karena iritasi dari panas asap rokok. Mengingat dari resiko kematian dari penyakit ini maka akan lebih baik bagi Anda yang merupakan perokok berat dan juga mempunyai kebiasaan konsumsi alkohol untuk mewaspadaai apabila

ada luka dalam rongga mulut, terutama yang berlokasi di langit-langit.<sup>36</sup>

## **2. Kanker Tenggorokan**

Salah satu jenis kanker adalah kanker tenggorokan. Kanker tenggorokan Merupakan kanker yang ditandai dengan munculnya pertumbuhan jaringan abnormal pada laring, pita suara atau bagian lain dari tenggorokan. Kanker tenggorokan dapat melibatkan tumor di dasar lidah, laring, pita suara dan amandel. Resiko penyakit kanker tenggorokan bisa didapat oleh para pecandu alkohol dan perokok. meminum alkohol dan menghisap rokok beresiko besar dalam pertumbuhan kanker tenggorokan. Jenis kanker ini juga bisa disebabkan karena adanya pembesaran kelenjar tiroid atau disebut juga gondok kronis.

Gejala kanker tenggorokan tergantung pada letak dan jenis tumor. Misalnya, kanker paru-paru dapat menyebabkan sesak napas, nyeri dada atau batuk. Sedangkan kanker usus dapat menyebabkan sembelit, darah pada tinja dan diare. Kanker tenggorokan mempunyai gejala umum, seperti: berkeringat di malam hari, demam, penurunan berat badan, menggigil, kelelahan dan kehilangan nafsu makan.<sup>37</sup>

## **3. Kanker Paru-paru**

---

<sup>36</sup> Maharani,Arni. *Rokok Sebabkan Kanker Rongga Mulut & Kematian*. <http://klikdokter.com/healthnewsttopics> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015 pukul 11.30 WIB

<sup>37</sup> 2012. *Gejala dan penyebab penyakit kanker tenggorokan*. <http://sehat-secara-alami.blogspot.co.id> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015 pukul 12.10 WIB

Diketahui sekitar 90 persen kasus kanker paru diakibatkan oleh rokok. Hal ini karena asap rokok akan masuk secara inhalasi ke dalam paru-paru. Zat dari asap rokok ini akan merangsang sel di paru-paru menjadi tumbuh abnormal. Diperkirakan 1 dari 10 perokok sedang dan 1 dari 5 perokok berat akan meninggal akibat kanker paru.<sup>38</sup>

Selain itu, perokok pasif atau terpapar asap rokok juga bisa menyebabkan kanker paru-paru pada orang bukan perokok. Semakin sering seseorang terpapar asap rokok, semakin besar risikonya terkena kanker paru-paru. Faktor risiko lainnya untuk kanker paru-paru antara lain radon (sebuah gas radioaktif), asbestos, arsenik, krom, nikel dan polusi udara.<sup>39</sup> Orang dengan riwayat keluarga mengidap kanker paru-paru juga memiliki tingkat risiko yang sedikit lebih besar.

Beberapa fakta penting tentang kanker paru-paru antara lain:<sup>40</sup>

1. Kanker paru adalah penyebab utama kematian akibat kanker baik pada pria maupun wanita. (menyumbang sekitar 32% dari kematian akibat kanker pada pria dan 25% pada wanita).
2. Perokok berat atau mantan perokok mewakili sekitar 90% dari pasien kanker paru-paru.
3. Pria yang merokok satu bungkus sehari meningkatkan risiko 10 kali dibandingkan non-perokok.

---

<sup>38</sup> *Bahaya Rokok Bagi Kesehatan*. <http://rsud.rokanhulukab.go.id> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015 pukul 13.00 WIB

<sup>39</sup> Ditalia. *Rokok Gerbang Menuju Tumor Paru*. <http://blog.unsri.ac.id/download2/41272.pdf> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015 pukul 13.10 WIB

<sup>40</sup> Salma. *Kanker Paru: Kankernya Para Perokok*. <http://majalahkesehatan.com> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015 pukul 13.20 WIB

4. Pria yang merokok dua bungkus sehari meningkatkan risiko lebih dari 25 kali dibandingkan non-perokok.
5. Semakin banyak dan semakin lama Anda merokok, semakin besar risiko Anda.
6. Bahan kimia dan senyawa dalam asap rokok selain memicu kanker juga masalah kesehatan lainnya seperti stroke dan penyakit jantung.

#### **2.4.4 Definisi Perilaku Merokok dan Perokok**

##### **1. Perilaku Merokok**

Perilaku merokok adalah suatu kegiatan atau aktivitas membakar rokok dan kemudian menghisapnya dan menghembuskannya keluar dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya. Perilaku merokok seseorang secara keseluruhan dapat dilihat dari jumlah rokok yang dihisapnya. Seberapa banyak seseorang merokok dapat diketahui melalui intensitasnya, dimana menurut Kartono (2003) intensitas adalah besar atau kekuatan untuk suatu tingkah laku. Maka perilaku merokok seseorang dapat dikatakan tinggi maupun rendah yang dapat diketahui dari intensitas merokoknya yaitu banyaknya seseorang dalam merokok.

##### **2. Perokok**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perokok adalah seseorang yang suka merokok, disebut perokok aktif bila orang tersebut

yang merokok secara aktif, dan disebut perokok pasif bila orang tersebut hanya menerima asap rokok saja, bukan melakukan aktivitas merokok sendiri.

Definisi lain dari perokok adalah mereka yang merokok setiap hari untuk jangka waktu minimal enam bulan selama hidupnya masih merokok saat survei dilakukan.<sup>41</sup>

#### 2.4.5 Tipe-tipe Perokok

Menurut Mu'tadin, tipe-tipe perokok yaitu:<sup>42</sup>

1. Perokok sangat berat adalah bila mengkonsumsi rokok lebih dari 31 batang perhari dan selang merokoknya lima menit setelah bangun pagi.
2. Perokok berat merokok sekitar 21-30 batang sehari dengan selang waktu sejak bangun pagi berkisar antara 6 - 30 menit.
3. Perokok sedang menghabiskan rokok 11 – 21 batang dengan selang waktu 31-60 menit setelah bangun pagi.
4. Perokok ringan menghabiskan rokok sekitar 10 batang dengan selang waktu 60 menit dari bangun pagi.

Bustan (2007), membagi perokok dibagi atas tiga kategori, yaitu

1. ringan (1-10 batang perhari)
2. sedang (11-20 batang perhari)

<sup>41</sup> Octafrida M, D. 2011. *Hubungan Merokok dengan katarak di Poliklinik Mata Rumah Sakit Umum Pusat Haji Adam Malik Medan*. (KTI). Universitas Sumatera Utara, Medan.

<sup>42</sup> Mu'tadin, Zainun. 2002. *Remaja dan Rokok*. [www.e-psikologi.com/remaja/050602.html](http://www.e-psikologi.com/remaja/050602.html) diakses 17 Oktober 2015 pukul 10.30WIB



### 3. berat (lebih dari 20 batang perhari)<sup>43</sup>

Menurut Silvan Tomkins, ada 4 tipe perilaku merokok berdasarkan *Management of affect theory* (Tomkins dalam Al Bachri sebagaimana yang dikutip oleh Mu'tadin), yaitu:<sup>44</sup>

#### 1. Kondisi perokok yang dipengaruhi oleh perasaan positif

Terdapat tiga sub tipe perokok yang menjadikan rokok sebagai penambah kenikmatan yang sudah didapat, seperti merokok setelah makan atau minum kopi, merokok untuk sekedar menyenangkan perasaan, dan suatu kenikmatan seorang perokok saat memegang rokoknya.

#### 2. Kondisi merokok yang dipengaruhi oleh perasaan negatif

Perokok merokok saat marah, cemas dan gelisah. Rokok dianggap sebagai penyelamat.

#### 3. Kondisi merokok yang adiktif

Mereka yang sudah adiksi, akan menambah dosis rokok yang digunakan setiap saat setelah efek dari rokok yang dihisapnya berkurang.

#### 4. Kondisi merokok yang sudah menjadi kebiasaan.

Mereka menggunakan rokok bukan karena untuk mengendalikan perasaan, tetapi karena benar-benar sudah menjadi kebiasaannya rutin. Ia menghidupkan api rokoknya bila rokok yang sebelumnya telah benar-benar habis.

---

<sup>43</sup> Bustan, M.N. *Epidemiologi Penyakit Tidak Menular*. Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm

47

<sup>44</sup> Op.cit Mu'tadin

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan tipe perokok dapat dibedakan menjadi dua yaitu berdasarkan intensitas merokok yang dilihat dari banyaknya jumlah rokok yang dihisap dalam satu hari dan berdasarkan keadaan yang dialami perokok.

#### **2.4.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Merokok**

Perilaku merokok merupakan perilaku yang berbahaya, namun masih banyak orang yang melakukannya termasuk wanita. Mu'tadin (dalam Aula, 2010) mengemukakan alasan seseorang merokok, diantaranya:<sup>45</sup>

##### **1. Pengaruh orang tua**

Menurut Baer dan Corado, individu perokok adalah individu yang berasal dari keluarga tidak bahagia, dimana orang tua tidak memperhatikan anak-anaknya dibandingkan dengan individu yang berasal dari lingkungan rumah tangga yang bahagia. Perilaku merokok lebih banyak didapati pada individu yang tinggal dengan satu orang tua (*Single Parent*). Individu berperilaku merokok apabila ibu mereka merokok dibandingkan ayah mereka yang merokok. Hal ini terlihat pada wanita.

##### **2. Pengaruh teman**

Berbagai fakta mengungkapkan semakin banyak individu merokok maka semakin banyak teman-teman individu itu yang merokok, begitu pula sebaliknya.

---

<sup>45</sup> Aula, L.E. 2010. *Stop Merokok! (Sekarang atau Tidak Sama Sekali)*. Yogyakarta: Gerailmu. Hlm 37

### 3. Faktor kepribadian

Individu mencoba untuk merokok karena alasan ingin tahu atau ingin melepaskan dari rasa sakit atau kebosanan.

### 4. Pengaruh iklan

Melihat iklan di media massa dan elektronik yang menampilkan gambaran bahwa perokok adalah lambang kejantanan atau *glamour* membuat seseorang seringkali terpicu untuk mengikuti perilaku yang ada di iklan tersebut.

Pendapat lain dikemukakan oleh Hansen (dalam Nasution, 2007) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku merokok, yaitu:<sup>46</sup>

#### 1. Faktor Biologis

Banyak penelitian menunjukkan bahwa nikotin dalam rokok merupakan salah satu bahan kimia yang berperan penting pada ketergantungan merokok.

#### 2. Faktor Psikologis

Merokok dapat bermakna untuk meningkatkan konsentrasi, menghalau rasa kantuk, mengakrabkan suasana sehingga timbul rasa persaudaraan, juga dapat memberikan kesan modern dan berwibawa, sehingga bagi individu yang sering bergaul dengan orang lain, perilaku merokok sulit dihindari.

#### 3. Faktor Lingkungan Sosial

---

<sup>46</sup> Nasution, I.K. 2007. *Perilaku Merokok Pada Remaja*. (Skripsi). Universitas Sumatera Utara.

Lingkungan sosial berpengaruh terhadap sikap, kepercayaan, dan perhatian individu pada perokok. Seseorang berperilaku merokok dengan memperhatikan lingkungan sosialnya.

#### 4. Faktor Demografis

Faktor ini meliputi umur dan jenis kelamin. Orang yang merokok pada usia dewasa semakin banyak, akan tetapi pengaruh jenis kelamin zaman sekarang sudah tidak terlalu berperan karena baik pria maupun wanita sekarang sudah merokok.

#### 5. Faktor Sosial – Kultural

Kebiasaan budaya, kelas sosial, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan akan mempengaruhi perilaku merokok pada individu.

#### 6. Faktor Sosial – Politik

Menambahkan kesadaran umum berakibat pada langkah-langkah politik yang bersifat melindungi bagi orang-orang yang tidak merokok dan usaha melancarkan kampanye-kampanye promosi kesehatan untuk mengurangi perilaku merokok. Merokok menjadi masalah yang bertambah besar bagi negara-negara berkembang termasuk Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk merokok yaitu faktor dari dalam diri individu dan juga dari lingkungan.

## 2.5 Gambar Seram Pada Kemasan Rokok

Penelitian menunjukkan sebagian besar perokok tak menyadari bahaya sesungguhnya dari racun nikotin. Mereka hanya cukup paham rokok berbahaya. Bahkan di negara-negara maju yang publikasi bahaya rokok begitu luas, perokoknya tidak peduli terhadap yang mengancam mereka dari orang di sekelilingnya. Selama ini publikasi itu hanya berupa teks sehingga tidak efektif menyadarkan pecandu maupun perokok baru. Dengan gambar, yang tidak membutuhkan kerja otak lebih keras seperti pada pembacaan teks, diharapkan kampanye pengetahuan itu bisa lebih efektif. Tapi gambar saja belum tentu efisien sesuai dengan tujuannya. Penelitian Cunningham 2009 menunjukkan bahwa ada beberapa kriteria agar peringatan bergambar ini dipahami dengan mudah oleh publik. Kriteria itu antara lain:<sup>47</sup>

- a. Luas gambar 50 persen dari permukaan depan dan belakang bungkus rokok di bagian atas
- b. Berwarna dan tidak tertutup selubung sehingga mudah dilihat
- c. Pesan menunjukkan besarnya resiko merokok

Pesan bergambar akan lebih efektif mencapai sasaran terutama di negara-negara yang tingkat melek hurufnya rendah- jumlah perokok terbanyak di kalangan ini. Maka wajar jika kampanye mengkonsumsi rokok paling efektif adalah di kalangan miskin dan pendidikannya rendah. Pesan bergambar ini harus diganti secara periodik agar dampaknya panjang dan terus diingat.

---

<sup>47</sup> Depkes. 2014. *Peraturan Pencantuman Peringatan Kesehatan*. [www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf](http://www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf) diakses pada 17 Oktober 2015 pukul 15.30 WIB

Indonesia menjadi negara keenam di ASEAN yang menerapkan kebijakan serupa, setelah Singapura, Thailand, Brunei Darussalam, Malaysia dan Vietnam. Hal tersebut merupakan tindakan keras karena himbauan yang dicanangkan pemerintah selama ini tidak diindahkan oleh masyarakat. Pemerintah terus berupaya menekan jumlah perokok aktif di Indonesia agar tidak terus bertambah secara signifikan. Cara ini dianggap sebagai langkah terbaik untuk melaksanakan tujuan tersebut.

Peringatan kesehatan bergambar yang berupa gambar seram pada kemasan rokok telah digulirkan sejak 24 Juni 2014. Peringatan kesehatan bergambar tersebut sudah diamanatkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau.<sup>48</sup>

Setiap produsen rokok wajib membubuhkan gambar seram yang sudah ditentukan di setiap kemasan rokok yang diproduksi dan dijual. Setidaknya ada lima gambar yang telah disusun pemerintah dan wajib dicantumkan di bagian wajah kemasan bungkus rokok. Kelima gambar wajib itu bertema, Merokok Menyebabkan Kanker Mulut, Merokok Membunuhmu, Merokok Sebabkan Kanker Tenggorokan, Merokok Dekat Anak Berbahaya bagi Mereka, serta Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru Dan Bronkitis Kronis. Selanjutnya pencantuman lima gambar tersebut, seluas 40 persen pada ukuran muka dan belakang kemasan rokok.

---

<sup>48</sup> 2014. *Peringatan Kesehatan Bergambar Pada Kemasan Rokok*.  
[http://www.tridayasinergi.com/news\\_phw.php](http://www.tridayasinergi.com/news_phw.php) diakses pada 17 Oktober 2015 pukul 16.30

**Gambar 2.1**  
**Gambar seram pada kemasan rokok**



## 2.6 Teori Disonansi Kognitif

Teori disonansi kognitif pertama kali dikemukakan oleh psikolog Leon Festinger pada tahun 1957. Menurut Festinger, disonansi kognitif adalah perasaan ketidaknyamanan yang diakibatkan oleh sikap, pemikiran dan perilaku yang tidak konsisten; hal ini merupakan perasaan yang dimiliki orang ketika mereka menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan pendapat lain yang mereka pegang.<sup>49</sup>

Roger brown (1965) katakan, dasar dari teori ini mengikuti sebuah prinsip yang cukup sederhana”Keadaan disonansi kognitif dikatakan sebagai keadaan ketidaknyamanan psikologis atau ketegangan yang memotivasi

<sup>49</sup> West, Richard & Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. Hlm 137

usaha-usaha untuk mencapai konsonansi. Disonansi adalah sebutan ketidakseimbangan dan konsonansi adalah sebutan untuk keseimbangan.<sup>50</sup>

Menurut Festinger dalam teorinya, manusia membawa berbagai macam unsur (elemen) kognitif dalam dirinya seperti: elemen sikap, persepsi, pengetahuan, dan elemen tingkah laku (*behavior*). Masing-masing elemen itu tidak terpisah satu sama lain namun saling mempengaruhi dalam suatu sistem yang saling berhubungan. Masing-masing elemen akan memilih salah satu jenis hubungan dari tiga jenis hubungan yang mungkin ada dengan masing-masing elemen lainnya. Jenis hubungan itu adalah:

1. Hubungan tidak relevan (*irrelevant*). Jenis hubungan ini tidak memberikan pengaruh apa-apa kepada masing-masing elemen yang terdapat dalam sistem. Misalnya, pengetahuan tentang bahaya merokok buruk bagi kesehatan dengan pengetahuan bahwa Indonesia tidak pernah turun salju.
2. Hubungan konsisten, atau disebut juga hubungan konsonan, yaitu hubungan yang terjadi dengan salah satu elemen yang memperkuat elemen lainnya. Misalnya, jika Anda meyakini bahwa kesehatan adalah tujuan yang penting dan Anda memilih untuk tidak merokok, maka keyakinan dan perilaku Anda sendiri akan memiliki hubungan yang konsonan antara satu sama lain.
3. Jenis hubungan ketiga adalah hubungan yang tidak sesuai atau inkonsisten atau disonansi. Misalnya, jika Anda percaya bahwa merokok tidak bagus

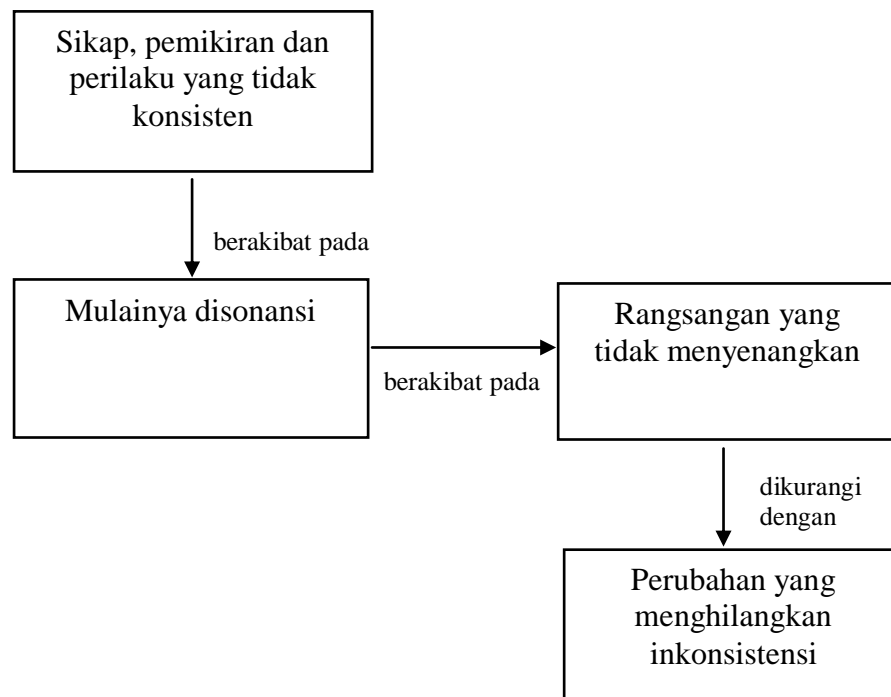
---

<sup>50</sup> Loc.cit



untuk kesehatan karena dapat menimbulkan berbagai penyakit, maka jika Anda merokok merupakan tindakan inkonsisten.

**Gambar 2.2 Proses Disonansi Kognitif**



Teori ini berpendapat bahwa disonansi akan terjadi karena secara psikologis tidak nyaman, maka akan memotivasi seseorang untuk berusaha mengurangi disonansi dan mencapai harmoni/keselarasan dan selain upaya itu semua, akan secara aktif menolak situasi-situasi dan informasi yang sekiranya akan meningkatkan disonansi.

Festinger menyebutkan dua situasi umum yang menyebabkan munculnya disonansi, yaitu ketika terjadi peristiwa atau informasi baru dan ketika sebuah opini atau keputusan harus dibuat, dimana kognisi dari tindakan yang dilakukan

berbeda dengan opini atau pengetahuan yang mengarahkan ke tindakan lain.

Terdapat empat sumber penyebab munculnya disonansi, yaitu:<sup>51</sup>

- a. Inkonsistensi Logika, yaitu disonansi yang terjadi karena ketidaksesuaian elemen kognitif dengan hal-hal logis yang ada.
- b. Nilai-nilai Budaya, yaitu bahwa kognisi yang dimiliki seseorang di suatu budaya kemungkinan akan berbeda dengan budaya lainnya. Perbedaan budaya yang menyebabkan terjadinya disonansi kognitif.
- c. Pendapat Umum, yaitu disonansi mungkin muncul karena sebuah pendapat berbeda dengan pendapat umum.
- d. Pengalaman Masa Lalu, yaitu disonansi akan muncul bila sebuah kognisi tidak konsisten dengan pengalaman masa lalunya.

### **2.6.1 Asumsi Teori Disonansi Kognitif**

Terdapat empat asumsi dasar teori disonansi kognitif, yaitu:<sup>52</sup>

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap dan perilakunya.

Penjelasan: menekankan sebuah model mengenai sifat dasar manusia yang mementingkan adanya stabilitas dan konsistensi. Teori ini menyatakan bahwa orang tidak akan menikmati inkonsistensi dalam pikiran dan keyakinan mereka. Sebaliknya, mereka akan mencari konsistensi.

2. Disonansi diciptakan oleh inskonsistensi psikologis.

---

<sup>51</sup> Sarwono, S.W. 2006. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hlm 116

<sup>52</sup> Morrisson. M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia. Hlm 138

Penjelasan: teori ini merujuk pada fakta bahwa kognisi-kognisi harus tidak konsisten secara psikologis untuk memunculkan disonansi kognitif.

3. Disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan-tindakan dengan dampak yang dapat diukur.

Penjelasan: menyatakan bahwa ketika orang mengalami inkonsistensi psikologis disonansi tercipta menimbulkan perasaan tidak suka jadi orang tidak senang berada dalam keadaan disonansi, hal itu merupakan suatu keadaan yang tidak nyaman, sehingga ia akan melakukan tindakan untuk keluar dari ketidaknyamanan tersebut.

4. Disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi.

Penjelasan: teori ini beranggapan bahwa rangsangan disonansi yang diberikan akan memotivasi seseorang untuk keluar dari inkonsistensi tersebut dan mengembalikannya pada konsistensi.

### 2.6.2 Tingkat Disonansi

Tiga faktor yang dapat mempengaruhi tingkat disonansi yang dirasakan seseorang:<sup>53</sup>

1. Tingkat kepentingan (*importance*), seberapa signifikan suatu masalah berpengaruh terhadap tingkat disonansi yang dirasakan.

---

<sup>53</sup> Ibid hlm 142

2. Rasio disonansi (*dissonance ratio*), faktor dalam menentukan tingkat disonansi merupakan jumlah kognisi konsonan berbanding dengan yang disonan.
3. Rasionalitas (*rationale*) yang digunakan individu untuk menjustifikasi inkonsistensi. Faktor ini merujuk pada alasan yang dikemukakan untuk menjelaskan mengapa sebuah inkonsistensi muncul. Makin banyak alasan yang dimiliki seseorang untuk mengatasi kesenjangan yang ada, maka semakin sedikit disonansi yang seseorang rasakan.

### 2.6.3 Disonansi Kognitif dan Persepsi

Secara spesifik, Teori Disonansi Kognitif berkaitan dengan proses pemilihan terpaaan (*selective exposure*), pemilihan perhatian (*selective attention*), pemilihan interpretasi (*selective interpretation*), dan pemilihan retensi (*selective retention*) karena teori ini memprediksi bahwa orang akan menghindari informasi yang meningkatkan disonansi. Proses perseptual ini merupakan dasar dari penghindaran ini.<sup>54</sup>

1. Terpaaan selektif (*selective exposure*) mencari informasi yang konsonan untuk mengurangi disonansi. Teori memprediksikan bahwa orang akan menghindari informasi yang meningkatkan disonansi dan mencari informasi yang konsisten dengan sikap dan perilaku mereka
2. Perhatian selektif (*selective attention*), memberikan perhatian pada informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada

---

<sup>54</sup> Ibid 143

saat ini. Orang memperhatikan informasi dalam lingkungannya yang sesuai dengan sikap dan keyakinannya sementara menghiraukan informasi yang tidak konsisten.

3. Interpretasi selektif (*selective interpretation*), menginterpretasikan informasi yang ambigu sehingga menjadi konsisten. Dengan menggunakan interpretasi selektif, kebanyakan orang menginterpretasikan sikap teman dekatnya lebih sesuai dengan sikap mereka sendiri daripada yang sebenarnya terjadi.
4. Retensi selektif (*selective retention*), merujuk pada mengingat dan mempelajari informasi yang konsisten. Orang cenderung mengingat hal-hal yang sesuai sikap, keyakinan dan perilaku mereka dan melupakan hal-hal yang tidak sejalan dengan mereka.

#### **2.6.4 Cara Mengatasi Disonansi Kognitif**

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi disonansi kognitif menurut Festinger yaitu:<sup>55</sup>

1. Mengubah Satu atau Lebih Elemen Kognitif yang Ada.

Ketika disonansi terjadi pada elemen tingkah laku (tindakan) dan/atau elemen sikap, disonansi dapat dihilangkan dengan cara mengubah elemen kognisi tersebut agar konsonan dengan elemen lingkungan. Sebagai contoh adalah orang yang merokok dan dia tahu bahwa rokok dapat menyebabkan kanker paru-paru, maka Anda akan berupaya mengatasi

---

<sup>55</sup> Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. Hlm 99

masalah ini dengan berhenti merokok, atau Anda mulai percaya bahwa merokok tidak terlalu berpengaruh bagi kesehatan karena Anda tidak pernah sakit setelah merokok.

2. Menambahkan elemen baru dalam hubungan yang inkosisten itu.

Cara lain mengatasi disonansi adalah dengan menambahkan elemen baru dalam hubungan inkosisten yang terjadi, misalnya Anda mulai membeli dan mengonsumsi obat-obatan pencegah penyakit kanker dan/atau produk kesehatan lain seperti multivitamin dan sebagainya setelah Anda merokok.

3. Mempertimbangkan kembali bahwa disonansi yang terjadi bukanlah sesuatu yang penting. Misalnya, Anda menilai apa yang Anda lakukan (merokok) tidaklah sepenting kondisi pikiran sebagai faktor utama dalam menunjang kesehatan.

4. Mencari informasi yang mendukung tindakan.

Salah satu cara mengatasi disonansi adalah dengan mencari informasi yang mendukung tindakan Anda. Misalnya, Anda akan mencari artikel atau literatur yang menjelaskan manfaat atau keuntungan merokok.

5. Mendistorsi atau menyalahartikan informasi yang terlibat.

Anda mulai mengurai disonansi yang terjadi dengan mendistorsi atau menyalahartikan informasi yang terlibat. Hal ini dapat terjadi jika Anda berpandangan bahwa walaupun merokok buruk bagi kesehatan namun merokok dapat membuat perasaan Anda menjadi lebih tenang dan lain-lain.

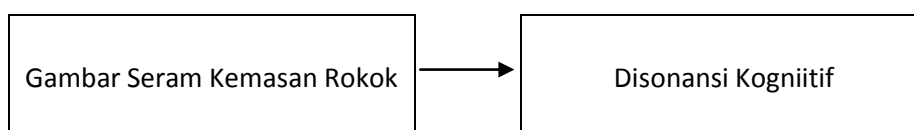
## 2.7 Kerangka Pemikiran

Berbagai cara telah dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi jumlah perokok yang setiap hari semakin meningkat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menghadirkan gambar seram pada kemasan rokok. Gambar seram pada kemasan rokok bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya para perokok akan bahaya nyata akibat merokok agar mereka berhenti merokok.

Para perokok sebenarnya mengetahui bahwa merokok buruk bagi kesehatan dan dapat menyebabkan timbulnya berbagai penyakit, namun mereka tetap saja merokok. Hal tersebut menunjukkan perilaku yang tidak konsisten antara elemen kognitif (tahu bahaya nyata akibat merokok dari gambar seram) dengan elemen sikap (tetap mengonsumsi rokok) pada perokok tersebut. Hal ini dapat menyebabkan perasaan tidak nyaman bagi perokok. Dalam kajian ilmu psikologi biasa disebut dengan disonansi kognitif.

Disonansi yang dialami oleh para perokok ini yang akan mempengaruhi sikap, pemikiran dan perilaku merokok. Para perokok yang mengalami disonansi akan melakukan berbagai cara untuk mengatasi disonansi yang dirasakannya demi mencapai konsonansi.

**Gambar 2.3**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



## 2.8 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini akan menguji tentang pengaruh variabel Independen (X) yaitu Gambar Seram Pada Kemasan Rokok terhadap variable Dependen (Y) yaitu Disonansi Kognitif Perokok

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh gambar seram pada kemasan rokok (X) terhadap disonansi kognitif perokok (Y)

$H_1$  : Terdapat pengaruh gambar seram pada kemasan rokok (X) terhadap disonansi kognitif perokok (Y)

## 2.9 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 2.1 Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Gambar Seram Kemasan Rokok (Variabel X)	Tata Letak	- Kemudahan untuk dilihat - Kemudahan untuk diingat	Interval
	Warna	- Menarik perhatian - Menimbulkan suatu perasaan tertentu	
	Ilustrasi	- Menjelaskan tentang sesuatu - Mudah dipahami	
Disonansi Kognitif Perokok (Variabel Y)	Sikap	- Menunjukkan kepercayaan - Menunjukkan perasaan	Interval
	Pemikiran	- Kemampuan rasional	
	Perilaku	- Reaksi terhadap rangsangan	



## 2.11 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	ITEM	Peneliti A (Achmad Sifa Z.A)	Peneliti B (Calvin)	Peneliti C (Shella Octaviana)
1	Judul	Dinamika Disonansi Kognitif Pada Perokok Penderita Asma	Pengaruh Pesan Peringatan Kesehatan Terhadap Kesadaran Perokok (Studi Korelasional Pengaruh Pesan Peringatan Kesehatan Pada Bungkus Rokok Terhadap Kesadaran Perokok di Kelurahan Sei Rengas II Kecamatan Medan Area Kota Medan)	Pengaruh Gambar Seram Kemasan Rokok Terhadap Disonansi Kognitif Perokok di Kota Serang
2	Tahun	2014	2014	2016
3	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui dan memahami dinamika disonansi kognitif yang terjadi pada perokok penderita asma dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pesan peringatan kesehatan yang terdapat pada bungkus rokok terhadap kesadaran perokok di Kelurahan Sei Rengas II Kecamatan Medan Area Kota Medan	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh gambar seram pada kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang.
4	Metode Penelitian	Kualitatif Studi Kasus	Korelasional	Survey
5	Teori Penelitian	Teori Disonansi Kognitif	Teori Disonansi Kognitif	Teori Disonansi Kognitif
6	Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan adanya disonansi kognitif yang terjadi pada perokok penderita asma dengan tingkat yang berbeda.	Hasil penelitian didapati hasil Ho: "Tidak ada pengaruh pesan peringatan kesehatan pada bungkus rokok terhadap kesadaran perokok di Kelurahan Sei	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh gambar seram terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang

			Rengas II Kecamatan Medan Area Kota Medan.”	
7	Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan teori disonansi kognitif</li> <li>- Meneliti tentang disonansi kognitif perokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan teori disonansi kognitif</li> <li>- Meneliti tentang pesan peringatan kesehatan</li> <li>- Menggunakan metode kuantitatif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan teori disonansi kognitif</li> <li>- Menggunakan metode kuantitatif</li> <li>- Meneliti tentang disonansi kognitif perokok</li> </ul>
8	Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak meneliti pesan peringatan kesehatan (gambar rokok)</li> <li>- Menggunakan metode kualitatif</li> <li>- Hanya meneliti perokok yang terkena penyakit asma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak meneliti disonansi kognitif perokok</li> <li>- Objek penelitian adalah kesadaran perokok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak menggunakan pendekatan kualitatif</li> <li>- Tidak meneliti perokok yang terkena asma</li> <li>- Objek penelitian adalah disonansi kognitif perokok</li> </ul>

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian**

Untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan diperlukan metode yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan. I Made Wiratha mengatakan pengertian metode sebagai berikut:

*“Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami obyek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan permasalahan”*.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini pendekatan dan metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Kuesioner sendiri adalah lembaran yang berisi pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan penelitian survey, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti.<sup>54</sup>

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji satu variable X dan satu variable Y, dimana X Sebagai variable independen dan Y adalah variabel dependen. Adapun variable-variabel tersebut adalah:

---

<sup>53</sup> Wiratha, I made. 2006. *Pedoman Penelitian Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi Offset, hlm 77.

<sup>54</sup> Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm 49

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Gambar Seram Kemasan Rokok
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Disonansi Kognitif Perokok

### **3.2.1 Definisi Konsep**

1. Gambar Seram Pada Kemasan Rokok (X)

Gambar seram pada kemasan rokok adalah gambar penyakit-penyakit akibat merokok yang digambarkan dengan langsung dan dijadikan sampul depan pada kemasan rokok.

2. Disonansi Kognitif Perokok (Y)

Disonansi kognitif adalah perasaan ketidaknyamanan yang dialami oleh para perokok ketika mereka melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, yaitu mereka merokok padahal sudah mengetahui bahaya merokok.

### **3.2.2 Definisi Operasional**

1. Gambar seram kemasan rokok, yaitu gambar yang terdapat pada bungkus rokok
2. Tata Letak, yaitu penempatan gambar seram pada kemasan rokok.
3. Warna, yaitu warna yang digunakan untuk gambar seram pada kemasan rokok.

4. Ilustrasi, yaitu gambar yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu
5. Disonansi kognitif perokok, yaitu perasaan tidak nyaman yang dialami perokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok tetapi mereka tetap merokok.
6. Sikap, yaitu reaksi evaluatif yang disukai atau tidak disukai terhadap sesuatu atau seseorang, menunjukkan kepercayaan, perasaan, atau kecenderungan perilaku seseorang. Sikap terhadap gambar seram setelah melihatnya.
7. Pemikiran, yaitu persoalan yang menyangkut kemampuan untuk mengembangkan kemampuan rasional (akal). Pemikiran tentang gambar seram.
8. Perilaku, yaitu tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku setelah melihat gambar seram.

### **3.3 Instrumen Penelitian**

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian

adalah suatu alat ukur yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data.<sup>55</sup>

Instrumen penelitian sendiri merupakan sebuah alat ukur untuk mengukur data di lapangan. Alat ukur adalah alat bantu yang menentukan bagaimana dan apa yang harus dilakukan dalam mengumpulkan data. Dengan demikian, alat ukur ini sangat penting untuk mencari data dengan cara membatasi kebenaran dan ketepatan hingga data yang terkumpul adalah sesuai dengan ketetapan dari data di lapangan, sehingga data yang terkumpul adalah sesuai dengan masalah dengan tidak meluas.<sup>56</sup>

### **3.3.1 Jenis Data**

Data dalam penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>57</sup> Data primer merupakan data yang peneliti dapatkan melalui angket/ kuesioner, wawancara dan observasi yang penulis dapatkan di lapangan. Dalam hal ini adalah perokok aktif di kota Serang yang menjadi objek penelitian.

#### **2. Data Sekunder**

---

<sup>55</sup> Ibid 102

<sup>56</sup> Kriyantono, Rachmat. 2008. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm 94

<sup>57</sup> Ibid 122

Data sekunder merupakan data yang peneliti dapatkan secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya.<sup>58</sup> Dapat diperoleh dari bahan-bahan ilmiah selama kuliah, buku, kamus, ensiklopedia, internet, majalah dan koran. Data sekunder yang digunakan penulis didapatkan dari buku-buku yang terdapat di perpustakaan FISIP Untirta, perpustakaan pusat untirta, perpustakaan UI, perpustakaan daerah cilegon, perpustakaan daerah serang maupun membeli buku dari toko, internet dan penelitian terdahulu yang berkaitan untuk mendukung penelitian.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu kuesioner dan dokumentasi. Untuk kuesioner akan dilakukan pada sampel terpilih, sedangkan dokumentasi didapatkan dari bahan-bahan yang dapat dijadikan sebagai acuan atau informasi tambahan penelitian.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner yaitu alat pengumpul data yang berbentuk sejumlah pertanyaan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden.<sup>59</sup>

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner ini bisa diisi saat periset datang sehingga

---

<sup>58</sup> Ruslan, Rosadi. 2005. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hlm 13

<sup>59</sup> Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press. Hlm 117

pengisiannya didampingi periset. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilihnya. Kuesioner yang penulis susun terdiri atas pertanyaan menggunakan skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>60</sup> Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan bobot nilai sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

Pilihan	Skor
SS (Sangat Setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

- a. 4 = Sangat Setuju
- b. 3 = Setuju
- c. 2 = Tidak Setuju
- d. 1 = Sangat Tidak Setuju

Pada skala Likert umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 pilihan jawaban. Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari

---

<sup>60</sup> Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, hlm 132



responden bila disediakan jawaban di tengah yang akan menghilangkan banyaknya data dalam riset sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang.<sup>61</sup>

Untuk penilaian hasil kuesioner digunakan rumus rentang skala<sup>62</sup>:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

Skala penilaian nilai rata-rata untuk jawaban hasil kuesioner adalah:

1,00 - 1,75	= sangat tidak baik / sangat rendah
1,76 - 2,50	= tidak baik / rendah
2,51 - 3,25	= baik / tinggi
3,26 - 4,00	= sangat baik / sangat tinggi

## 2. Dokumentasi

Dokumentas yaitu berupa pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi merupakan data sekunder yang bersifat tercetak dan bertujuan untuk mendapatkan teori-teori

<sup>61</sup> Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei Edisi Revisi*. Jakarta: LP3ES. Hlm 132

<sup>62</sup> Riduwan, MBA. 2006. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta. Hal. 132

maupun data-data tambahan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>63</sup> Sedangkan menurut Nasution dan Usman populasi adalah semua unit yang menjadi objek penelitian.<sup>64</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah perokok aktif di Kota Serang, yaitu berjumlah 189.330 orang.<sup>65</sup>

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Populasi**

No	Kecamatan	Jumlah Perokok
1	Curug	14.900
2	Walantaka	25.617
3	Cipocok Jaya	29.138
4	Serang	66.016
5	Taktakan	25.763
6	Kasemen	27.896
	Total	189.330

<sup>63</sup> Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 80

<sup>64</sup> Kriyantono, Rachmat. 2008. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm 123

<sup>65</sup> Dinkes Kota Serang

### 3.4.2 Sampel Penelitian

Sugiyono mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>66</sup> Sedangkan menurut Arukinto sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.<sup>67</sup> Cara pengambilan sampel atau teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda-beda karakternya dan bersifat heterogen, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut cukup representatif untuk mewakili populasi.

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan jumlah sampel berdasarkan perhitungan rumus Yamane dengan presisi kesalahan sebesar 10% . adapun perhitungan rumus Yamane Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana:

n = Besarnya ukuran sampel

N = Besarnya populasi

d = Presisi (*Sampling Error*) 10%

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>66</sup> Sugiyono, Op.Cit hlm 73

<sup>67</sup> Arukinto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, hlm 34

$$n = \frac{189.330}{189.330 (10\%)^2 + 1}$$

$$n = 99,94$$

$$n = 100 \text{ responden (dibulatkan)}$$

Dari perhitungan tersebut, maka jumlah penarikan populasi yang dijadikan responden (sampel) penelitian ini yakni berjumlah 100 orang perokok aktif di kota Serang.

1. Sampel kecamatan curug

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Curug}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n \\ &= \frac{14.900}{189.330} \times 100 \\ &= 7.86 \end{aligned}$$

2. Sampel kecamatan walantaka

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Walantaka}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n \\ &= \frac{25.617}{189.330} \times 100 \\ &= 13.53 \end{aligned}$$

3. Sampel kecamatan cipocok jaya

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Cipocok Jaya}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{29.138}{189.330} \times 100 \\
 &= 15.39
 \end{aligned}$$

4. Sampel kecamatan serang

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Serang}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n \\
 &= \frac{66.016}{189.330} \times 100 \\
 &= 34.86
 \end{aligned}$$

5. Sampel kecamatan taktakan

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Taktakan}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n \\
 &= \frac{25.763}{189.330} \times 100 \\
 &= 13.6
 \end{aligned}$$

6. Sampel kecamatan kasemen

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \frac{\text{Jumlah populasi perokok di Kec.Kasemen}}{\text{Jumlah populasi perokok di kota Serang}} \times n \\
 &= \frac{27.896}{189.330} \times 100 \\
 &= 14.3
 \end{aligned}$$

**Tabel 3.3**  
**Sampel Penelitian**

No	Kecamatan	Hasil	Pembulatan
1	Curug	7.86	8
2	Walantaka	13.53	14
3	Cipocok Jaya	15.39	15
4	Serang	34.86	35
5	Taktakan	13.6	14
6	Kasemen	14.3	14
Total			100

Pada penelitian ini, penulis mengambil keputusan untuk menggunakan teknik *accidental sampling* atau sampel acak sederhana, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu<sup>68</sup>

### 3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

#### 3.5.1 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Editing

*Editing* merupakan kegiatan pemeriksaan untuk pengecekan dari isi instrumen atau kuesioner yang telah diserahkan oleh pengumpul data. Kegiatan yang dilakukan yaitu, a) memeriksa kelengkapan semua pertanyaan apakah sudah terisi; b) memeriksa apakah jawaban atau

---

<sup>68</sup> Sugiyono, Op.Cit Hlm 118

tulisan masing-masing jawaban sudah jelas atau terbaca; c) memeriksa apakah jawaban relevan dengan pertanyaannya.<sup>69</sup> Dalam penelitian ini proses *editing* dilakukan oleh peneliti sendiri dengan mengecek lembar kuesioner yang diisi oleh responden.

## 2. *Coding*

*Coding* merupakan klasifikasi jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori.<sup>70</sup> Peneliti memberi kode tertentu pada setiap jawaban kuesioner dari responden yaitu:

- a. Jawaban Kuesioner diberi kode STS untuk jawaban Sangat Tidak Setuju dengan skor 1
- b. Jawaban Kuesioner diberi kode TS untuk jawaban Tidak Setuju dengan skor 2
- c. Jawaban Kuesioner diberi kode S untuk jawaban Setuju dengan skor 3
- d. Jawaban Kuesioner diberi kode SS untuk jawaban Sangat Setuju dengan skor 4

Pemberian kode pada jawaban kuesioner bertujuan untuk memudahkan peneliti untuk menganalisis data.

## 3. Tabulasi

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Dan maksud dari tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Proses memasukkan data

---

<sup>69</sup> Setiadi. 2007. *Konsep dan Penulisan Riset Keperawatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 187

<sup>70</sup> Loc.Cit

dari masing-masing responden ke dalam program atau *software* yang ada di komputer ataupun memasukkan data secara manual.<sup>71</sup> Penulis menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) yang ada di komputer untuk melakukan pengolahan data. Data yang dimasukkan dalam program SPSS berupa data karakteristik responden yang telah di-*coding* sebelumnya dan data hasil penilaian yang terdapat dalam hasil pengisian kuesioner.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

1. Menentukan presentase maksimal

$$\frac{\text{Skor maksimal}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\frac{4}{4} \times 100\% = 100\%$$

2. Menentukan presentase minimal

$$\frac{\text{Skor minimal}}{\text{Skor minimal}} \times 100\%$$

$$\frac{1}{4} \times 100\% = 25\%$$

---

<sup>71</sup> Ibid. Hlm 188



3. Menentukan interval kelas presentase, diperoleh dari pembagian kriteria terhadap rentang presentase ( $100\% - 25\% = 75\%$ ), maka didapat  $75\% : 4 = 18.75\%$

Untuk mengetahui kriteria tersebut, selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif presentase diperoleh Sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

**Kriteria Analisis Deskriptif Presentase**

No	Rentang Presentase	Kriteria
1	81% - 100%	Sangat Kuat
2	61% - 80%	Kuat
3	41% - 60%	Cukup Kuat
4	21% - 40%	Tidak Kuat
5	1% - 20%	Sangat Tidak Kuat

### 3.5.3 Analisis Data

Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji normalitas data, uji korelasi, uji t dan uji regresi linier sederhana.

#### a. Uji Normalitas Data

Menurut Nugroho (2005) normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian mempunyai distribusi normal atau mendekati normal, data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah

data yang memiliki distribusi normal.<sup>72</sup> Uji normalitas dapat diketahui dengan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (KS). Data residual berdistribusi normal jika probabilitas signifikansinya diatas 5%, selain itu juga dapat dikethau dengan melihat data histogram dan grafik plot.

Data dikatakan normal jika bentuk kurva pada histogram memiliki kemiringan yang cenderung imbang, baik pada sisi kiri maupun kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna. Hasil test normalitas dengan *normal probability plot* dari *residual value* menunjukkan bahwa nilai sebaran data terletak di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Korelasi

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan uji product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono 2008:183

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

---

<sup>72</sup> Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi. Hlm 20

- $\Sigma X$  : jumlah skor dalam sebaran x
- $\Sigma Y$  : jumlah skor dalam sebaran y
- $\Sigma X_i Y$  : jumlah hasil kali skor x dan y yang berpasangan
- $\Sigma X_i^2$  : jumlah skor dikuadratkan dalam sebaran x
- $\Sigma Y_i^2$  : jumlah skor dikuadratkan dalam sebaran y
- n : jumlah sampel

Hasil korelasi kemudian ditafsirkan berdasarkan kriteria skala korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Skala Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

**c. Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel yang berpasangan dengan pengambilan keputusan:

1. Menentukan t hitung
2. Menentukan t tabel pada taraf signifikansi 5%
3. Pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:
  - apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

- apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak<sup>73</sup>

(Sugiyono , 2007: 185)

Penelitian menggunakan program SPSS *for windows* versi 20 untuk menghitung uji hipotesis.

#### d. Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini untuk pengujian keseluruhan hipotesis menggunakan model analisis Regresi Sederhana. Model regresi sederhana ini dipilih untuk menganalisis hubungan antara satu variabel independent (Gambar Seram) dengan variabel dependent (Disonansi Kognitif). Model persamaan regresi untuk pengujian hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : nilai prediksi variabel dependent

a : konstanta; nilai Y jika  $X = 0$

b : koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

X : variabel independent

Setelah nilai r diketahui maka selanjutnya dapat diketahui nilai *R square*, dimana *R square* merupakan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar gambar seram kemasan rokok mempengaruhi disonansi kognitif perokok. Maka dihitung

---

<sup>73</sup> Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 80

koefisien detrmisasi (Kd) dengan asumsi faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*ceteris paribus*). Rumus koefisien determinasi (Kd) yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinasi

r : Koefisien korelasi

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guilford yang dikutip oleh Supranto adalah sebagai berikut :<sup>74</sup>

**Tabel 3.6**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi**

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>
> 4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 81%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
> 80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber : Supranto (2001:227)

<sup>74</sup> Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Hlm 227

### 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesalahan suatu instrument penelitian. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>75</sup>

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat penulis simpulkan bahwa uji validitas berguna untuk mengetahui apakah suatu indikator yang berupa pertanyaan berada pada variabel yang tepat. Dalam penelitian ini, butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika Nilai  $r$  hitung yang merupakan nilai dari *corrected item total correction* > dari  $r$  table.  $r$  table dapat diperoleh melalui  $df$  (degree of freedom) =  $n - 2$

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas data adalah keterandalan indikator. Maksud dari keterandalan tersebut yaitu ketika indikator atau pengukuran yang digunakan reliabel atau realibilitasnya tinggi, berarti indikator ini apabila diulang kembali penelitiannya akan memberi hasil akhir yang sama. Adapun uji reliabilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *cronbach alpha* kuesioner penelitian lebih dari atau sama dengan 0,6. Dengan membandingkan  $r$  hitung dengan tingkat signifikansi 5%.

---

<sup>75</sup> Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, Hlm 106

Rumus Cronbach's Alpha:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

Untuk mencari varians, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana;

$n$  = jumlah sampel

$X$  = nilai skor yang dipilih

Untuk mengetahui tiap instrumen pernyataan reliabel atau tidak, maka nilai koefisien reabilitas (*Alpha*) tersebut dibandingkan dengan 0,6. dimana jika nilai Alpha sama dengan atau lebih besar dari 0,6 maka, instrumen tersebut dinyatakan reliabel, begitu pula sebaliknya.

### 3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Hasil Uji Validitas

Hasil yang disyaratkan adalah  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (uji 2 sisi) sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan adalah valid. Uji validitas dengan ketentuan sebagai berikut:  $\alpha = 5\%$ .  $r_{\text{tabel}}$  dapat diperoleh melalui  $df$  (degree of freedom) =  $n - 2$

$$\begin{aligned} r_{\text{tabel}} &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Tabel product moment ( $r_{\text{tabel}}$ ) 98 = 0.197

Dengan demikian, setiap butir pertanyaan dalam setiap variabel penelitian dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0.197

**Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gambar Seram**

No Item Pernyataan	$R_{\text{hitung}}$	$R_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	0.430	0.197	Valid
2	0.356	0.197	Valid
3	0.456	0.197	Valid
4	0.370	0.197	Valid
5	0.629	0.197	Valid
6	0.528	0.197	Valid
7	0.400	0.197	Valid
8	0.443	0.197	Valid



**Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Disonansi Kognitif**

No Item Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
9	0.307	0.197	Valid
10	0.330	0.197	Valid
11	0.450	0.197	Valid
12	0.385	0.197	Valid
13	0.457	0.197	Valid
14	0.294	0.197	Valid
15	0.461	0.197	Valid
16	0.464	0.197	Valid

### 3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas (*Reliability Test*) dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Peneliti akan melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach's alpha* dari masing-masing instrument dalam satu variabel. Instrumen yang digunakan dalam variabel tersebut dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *cronbach's alpha* lebih dari atau sama dengan 0,6.

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gambar Seram**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	8

(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Objek Penelitian

##### 4.1.1 Kemasan Rokok

Rokok merupakan produk konsumsi yang menjadi salah satu bagian gaya hidup masyarakat. Bisa dipastikan para pecandu rokok lebih mementingkan isinya daripada kemasannya. Jadi, tiap kali membeli rokok merek tertentu, setelah semua isi habis terisap, bungkusnya pun segera dibuang.

Kemasan dalam (*Inner Box*) disebut juga dengan istilah karton kardus, secara umum dapat pula diartikan sebagai kotak yang terbuat dari bahan kertas dan berisi keterangan mengenai suatu produk yang ditawarkan.<sup>76</sup> Berkaitan dengan hal tersebut di atas, kemasan yang merupakan karya desain grafis, dibuat dalam berbagai macam bentuk dan tampilan yang dimaksudkan untuk memenuhi fungsi sebagai penunjang kegiatan dalam penyampaian informasi, sehingga beberapa komponen seperti teks dan gambar memiliki peran penting terhadap fungsi dan tampilannya. Dalam hal ini, tipografi merupakan hal yang sangat penting dalam karya desain grafis dan memiliki

---

<sup>76</sup> Rupa, J.S. 2011. *Analisis Semiotik Citra Estetis Desain Kemasan Rokok Djarum Black (Produksi PT. Djarum Kudus Kab. Semarang)*. Skripsi. Hlm 26 [lib.unnes.ac.id/9070/1/8539.pdf](http://lib.unnes.ac.id/9070/1/8539.pdf) diunduh pada 17 Mei 2016 pukul 12.40 WIB

peran sebagai komponen utama penyampaian pesan secara verbal yang ditampilkan secara menarik. Adapun gambar berperan sebagai penunjang pemahaman orang terhadap pesan yang disampaikan melalui tulisan, dan tentu saja gambar sangat berperan dalam meningkatkan daya tarik visual suatu karya desain grafis.<sup>77</sup>

Dari uraian tersebut dapat dipahami bahwa kemasan adalah suatu benda yang digunakan untuk tempat atau wadah yang dikemas dan dapat memberikan perlindungan bagi produk di dalamnya sesuai dengan tujuannya.

Berikut ini adalah berbagai kemasan rokok.



**Gambar 4.1 Kemasan Rokok**

Kemasan rokok umumnya memiliki dua sisi gambar. Sisi depan memperlihatkan logo dan *brand* rokok, serta gambar seram.

<sup>77</sup> Loc. Cit Rupa



**Gambar 4.2 Bagian Depan Kemasan Rokok**

Sisi belakang memperlihatkan deskripsi rokok, *brand* rokok dan gambar seram, terkadang ada juga produsen yang mencantumkan logo serta slogan pada sisi belakang kemasan.



**Gambar 4.3 Bagian Belakang Kemasan Rokok**



**Gambar 4.4 Bagian Belakang Kemasan Rokok dengan Logo dan Slogan Rokok**

Pada sisi bagian samping kanan kemasan memperlihatkan tulisan larangan “dilarang menjual/ memberi pada anak usia di bawah 18 tahun dan perempuan hamil”, tulisan jenis rokok (SKM/SKT/SPM), dan *barcode* kemasan rokok.



**Gambar 4.5 Bagian Samping Kanan Kemasan Rokok**

Pada sisi bagian samping kiri memperlihatkan tulisan zat yang terkandung dalam rokok tersebut yaitu kadar tar dan nikotin, selain itu

memperlihatkan tulisan jumlah rokok yang terdapat dalam kemasan, terkadang juga dicantumkan nama *brand* rokok pada sisi ini.



**Gambar 4.6 Bagian Samping Kiri Kemasan Rokok**



**Gambar 4.7 Bagian Samping Kiri Kemasan Rokok dengan Nama Brand Rokok**

Pada bagian sisi atas memperlihatkan *brand* dan/ atau logo rokok.



**Gambar 4.6 Bagian Atas Kemasan Rokok**

Pada sisi bagian bawah memperlihatkan logo atau *brand* rokok, perusahaan yang membuat rokok, tempat diproduksinya rokok tersebut dan kode produksi.



**Gambar 4.7 Bagian Bawah Kemasan Rokok**



Warna yang digunakan pada kemasan rokok biasanya mencolok dengan dasar warna putih, kemudian dengan warna-warna tegas seperti merah, biru, hijau, kuning, dan hitam. Logo pada sisi depan kemasan digambarkan dengan ukuran yang besar dan nama *brand* rokok ditulis dengan huruf yang besar sehingga mudah terlihat ketika dipajang di rak. Gambar seram terletak pada bagian atas kemasan rokok dan meliputi 40% *cover* kemasan disertai dengan tulisan “PERINGATAN” dan tulisan tema gambar tersebut seperti berikut ini:



**Gambar 4.8 Gambar Kanker Paru-paru Pada Kemasan Rokok**

Terlihat bahwa gambar tersebut memperlihatkan paru-paru manusia yang menghitam dan rusak karena zat-zat adiktif yang terkandung di dalam rokok sehingga dapat menyebabkan penyakit kanker paru-paru. Di atas gambar tersebut terdapat tulisan ‘PERINGATAN’ dan di bawah gambar terdapat tulisan ‘MEROKOK SEBABKAN KANKER PARU-PARU DAN

BRONKITIS KRONIS’, tulisan berwarna putih dengan latar belakang warna hitam.



**Gambar 4.9 Gambar Kanker Mulut Pada Kemasan Rokok**

Terlihat bahwa gambar tersebut memperlihatkan kanker mulut yang bisa dialami oleh manusia ketika terus menerus menghisap zat-zat adiktif dalam rokok. Di atas gambar tersebut terdapat tulisan ‘PERINGATAN’ dan di bawah gambar terdapat tulisan ‘MEROKOK SEBABKAN KANKER MULUT’, tulisan berwarna putih dengan latar belakang warna hitam.



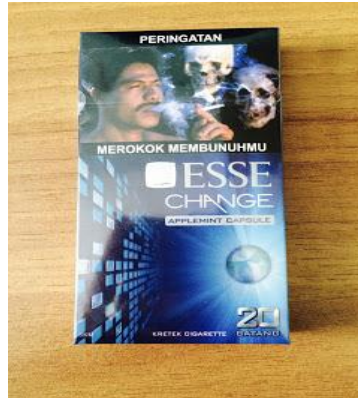
**Gambar 4.10 Gambar Kanker Tenggorokan Pada Kemasan Rokok**

Terlihat bahwa gambar tersebut memperlihatkan seseorang yang menderita kanker tenggorokan yang bisa dialami oleh manusia ketika menghisap zat-zat adiktif dalam rokok secara terus menerus. Terdapat lubang pada leher perokok dan benjolan kanker yang terlihat jelas. Di atas gambar tersebut terdapat tulisan ‘PERINGATAN’ dan di bawah gambar terdapat tulisan ‘MEROKOK SEBABKAN KANKER TENGGOROKAN’, tulisan berwarna putih dengan latar belakang warna hitam.



**Gambar 4.11 Gambar Orang Merokok dengan Anak di Dekatnya  
Pada Kemasan Rokok**

Terlihat bahwa gambar tersebut memperlihatkan seorang pria yang tengah menggendong bayi sambil menikmati sebatang rokok di tangannya dan menghembuskan asapnya ke udara. Di atas gambar tersebut terdapat tulisan ‘PERINGATAN’ dan di bawah gambar terdapat tulisan ‘MEROKOK DEKAT ANAK BERBAHAYA BAGI MEREKA’, tulisan berwarna putih dengan latar belakang warna hitam.



**Gambar 4.12 Gambar Orang Merokok dengan Asap yang Membentuk Tengkorak Pada Kemasan Rokok**

Terlihat bahwa gambar tersebut memperlihatkan seorang pria dewasa yang tengah menikmati sebatang rokok dan menghembuskan asap yang membentuk tengkorak. Di atas gambar tersebut terdapat tulisan ‘PERINGATAN’ dan di bawah gambar terdapat tulisan ‘MEROKOK MEMBUNUHMU’, tulisan berwarna putih dengan latar belakang warna hitam.

#### **4.1.2 Perokok Aktif**

Perokok aktif adalah orang yang merokok dan langsung menghisap rokok serta dapat menimbulkan bahaya bagi kesehatan diri sendiri (perokok) maupun lingkungan yang ada di sekitar. Perokok aktif secara teratur menghisap rokok 1 batang atau lebih dalam setiap harinya. Ada beberapa kriteria perokok aktif dari yang ringan sampai yang berat, yaitu :

1. Perokok ringan, adalah perokok yang menghisap rokok kurang dari 10 batang per hari
2. Perokok sedang, adalah perokok yang menghisap rokok sebanyak 11-20 batang per hari
3. Perokok berat, adalah perokok yang menghisap rokok lebih dari 20 batang per hari

Perokok aktif di Kota Serang berjumlah 189.330 orang. Mayoritas perokok aktif merupakan kalangan dewasa. Namun tak dipungkiri saat ini pun banyak anak-anak di bawah umur yang telah merokok. Berita di koran Banten Raya menyatakan bahwa Dinas Kesehatan kota Serang telah melakukan survei yang menghasilkan angka 30 persen dari jumlah perokok aktif di kota Serang merupakan kalangan pelajar.<sup>78</sup>

**Tabel 4.1 Jumlah Perokok di Kota Serang**

No	Kecamatan	Jumlah Perokok
1	Curug	14.900
2	Walantaka	25.617
3	Cipocok Jaya	29.138
4	Serang	66.016
5	Taktakan	25.763
6	Kasemen	27.896
	Total	189.330

<sup>78</sup> 2015. *30 Persen Perokok Pelajar*. <http://bantenraya.com/utama/12714-rokok-nomor-2-pendidikan-nomor-7diakses> pada 27 Mei 2016 pukul 11.15 WIB

## 4.2 Deskripsi Data

### 4.2.1 Distribusi Frekuensi Identitas Responden

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	92	92.0	92.0	92.0
Valid Perempuan	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan Tabel 4.2, sampel responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan 92 orang responden (92%) berjenis kelamin laki-laki dan 8 orang (8%) berjenis kelamin perempuan.

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30	51	51.0	51.0	51.0
31-40	33	33.0	33.0	84.0
Valid 41-50	14	14.0	14.0	98.0
>50	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan Tabel 4.3, sampel responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan 51 orang (51%) berusia 20-30 tahun, 33 orang (33%) berusia 31-

40 tahun, 14 orang (14%) berusia 41-50 tahun, dan 2 orang (2%) berusia lebih dari 50 tahun.

Pendidikan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	71	50.0	50.0	50.0
D3	5	13.0	13.0	63.0
Valid S1	23	35.0	35.0	98.0
S2	1	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan**

Berdasarkan Tabel 4.4, sampel responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan 71 orang (71%) berpendidikan SMA, 5 orang (5%) berpendidikan D3, 23 orang (23%) berpendidikan S1, dan 1 orang (1%) berpendidikan S2.

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PEGAWAI SWASTA	15	15.0	15.0	15.0
WIRASWASTA	12	26.0	26.0	41.0
Valid BURUH	26	12.0	12.0	53.0
LAIN-LAIN	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan Tabel 4.5, sampel responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan 15 orang (15%) pegawai swasta, 12 orang (12%) wiraswasta, 26 orang (26%) buruh, dan 47 orang (47%) memiliki pekerjaan lain. (6 orang supir, 7 orang pedagang, 20 mahasiswa, 7 orang tukang ojek, 4 orang tukang parkir dan 3 orang *freelance*)

Konsumsi Rokok Per Hari				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-10	29	29.0	29.0
	11-20	41	41.0	70.0
	>20	30	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Konsumsi Rokok Per Hari**

Berdasarkan Tabel 4.6, sampel responden sebanyak 100 orang, dapat disimpulkan 29 orang atau 29% mengkonsumsi 1-10 batang rokok per hari, 41 orang atau 41% mengkonsumsi 11-20 batang rokok per hari, dan 30 orang atau 30% mengkonsumsi lebih dari 20 batang rokok per hari. Hal ini menunjukkan bahwa tipe perokok di kota Serang lebih banyak tipe perokok sedang, yaitu orang yang mengkonsumsi rokok 11-20 batang rokok per hari.



### 4.3 Deskripsi Hasil Penelitian

#### 4.3.2 Deskripsi Variabel Gambar Seram (X)

Variabel Gambar Seram (X) terdiri dari 3 indikator dengan total 12 pernyataan dengan rincian sebagai berikut: indikator **tata letak** memiliki jumlah 3 pernyataan, indikator **warna** 3 pernyataan, indikator **ilustrasi** 2 pernyataan. Hasil distribusi jawaban responden dalam tabel sebagai berikut:

Pernyataan	J a w a b a n				Total
	1	2	3	4	
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
P1	0	24	56	20	100
P2	20	36	34	10	100
P3	8	38	44	10	100
P4	8	24	54	14	100
P5	6	52	30	12	100
P6	8	48	42	2	100
P7	2	12	50	36	100
P8	2	16	40	42	100

**Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Gambar Seram**

#### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Tata Letak Gambar Seram 1**

Indikator berdasarkan tata letak 1 memiliki distribusi pernyataan “Tata letak gambar seram bagian depan kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Tata letak gambar seram bagian depan kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	24	24.0	24.0	24.0
Valid Setuju	56	56.0	56.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 1**

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa 56 orang (56%) menjawab setuju dan 20 orang (20%) menjawab sangat setuju bahwa tata letak gambar seram bagian depan kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen, dan 24 orang (24%) menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Tata letak berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca, jelas, dan menarik.<sup>79</sup> Oleh karena itu, tata letak gambar seram diletakkan di tempat yang mudah dilihat oleh konsumen sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan. Tata letak gambar seram diletakkan pada bagian atas kemasan meliputi 40% cover depan dan belakang. Hal ini membuat gambar seram bagian depan mudah dilihat oleh para perokok.

<sup>79</sup> Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi. Hlm 95

## Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Tata Letak Gambar Seram 2

Indikator berdasarkan tata letak 2 memiliki distribusi pernyataan “Tata letak gambar seram bagian belakang kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Tata letak gambar seram bagian belakang kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	20	20.0	20.0	20.0
Tidak Setuju	36	36.0	36.0	56.0
Valid Setuju	34	34.0	34.0	90.0
Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 2**

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa 36 orang (36%) menjawab tidak setuju dan 20 orang (20%) menjawab sangat tidak setuju bahwa gambar seram bagian belakang mudah dilihat, 34 orang (34%) menjawab setuju dan 10 orang (10%) menjawab sangat setuju. Tata letak berkaitan dengan pengaturan huruf dan visual pada permukaan dua dimensi agar seluruh informasi dapat dibaca, jelas, dan menarik.<sup>80</sup> Tata letak gambar seram diletakkan pada bagian atas kemasan meliputi 40% cover depan dan belakang. Hal ini juga membuat gambar seram bagian belakang kemasan mudah untuk

<sup>80</sup> Loc Cit Suyanto

dilihat. Namun, Kementerian Kesehatan menegaskan bahwa peringatan kesehatan bergambar dapat tertutupi sebagian oleh pita cukai pada salah satu sisi (sisi belakang).<sup>81</sup> Hal ini membuat tata letak gambar seram bagian belakang kemasan rokok tidak mudah untuk dilihat oleh perokok karena tertutup oleh pita cukai.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Tata Letak Gambar Seram 3**

Indikator berdasarkan tata letak 3 memiliki distribusi pernyataan “Tata letak gambar seram mudah diingat oleh konsumen rokok”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Tata letak gambar seram mudah diingat oleh konsumen rokok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Tidak Setuju	38	38.0	38.0	46.0
Valid Setuju	44	44.0	44.0	90.0
Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 3**

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa 44 orang (44%) menjawab setuju dan 10 orang (10%) menjawab sangat setuju bahwa tata letak gambar seram mudah diingat oleh konsumen rokok, 38 orang (38%) menjawab tidak

<sup>81</sup> Dony. 2015. *Gambar Seram Ditutup Pita Cukai, Gaprindo: YLKI Salah Kaprah*.  
<http://www.harianterbit.com/hantereekonomi/read/2015/05/05/27366/21/21/Gambar-Seram-Ditutup-Pita-Cukai-Gaprindo-YLKI-Salah-Kaprah> diakses pada 17 Mei 2016 pukul 14.40 WIB

setuju dan 8 orang (8%) menjawab sangat tidak setuju. Tata letak bertujuan agar seluruh informasi dapat dibaca atau dilihat dengan jelas, dan dapat diingat.<sup>82</sup> Hal ini berarti bahwa tata letak gambar seram harus ditempatkan pada posisi yang akan mudah dilihat oleh konsumen sehingga dapat mudah diingat oleh konsumen tersebut. Tata letak gambar seram diletakkan pada bagian atas kemasan, ini membuat gambar seram dapat mudah diingat oleh konsumen. Hal ini terbukti oleh jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Warna Gambar Seram 1**

Indikator berdasarkan warna 1 memiliki distribusi pernyataan “Warna gambar seram kemasan rokok menarik perhatian konsumen”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Warna gambar seram kemasan rokok menarik perhatian konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
Tidak Setuju	24	24.0	24.0	32.0
Valid Setuju	54	54.0	54.0	86.0
Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 4**

<sup>82</sup> Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi. Hlm 110

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa 54 orang (54%) menjawab setuju dan 14 orang (14%) menjawab sangat setuju bahwa warna gambar seram menarik perhatian konsumen, 24 orang (24%) menjawab tidak setuju dan 8 orang (8%) menjawab sangat tidak setuju. Untuk menarik perhatian khalayak sasaran diperlukan bantuan antara lain berupa ukuran, penggunaan warna, tata letak dan jenis-jenis huruf yang ditampilkan.<sup>83</sup> Penggunaan warna-warna pada gambar seram dapat menarik perhatian para perokok. Karena warna merupakan salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah untuk menarik perhatian orang yang melihatnya.<sup>84</sup> Hal tersebut dibuktikan dengan jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju terhadap pernyataan nomor 4.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Warna Gambar Seram 2**

Indikator berdasarkan warna 2 memiliki distribusi pernyataan “Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen khawatir”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

---

<sup>83</sup> Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 132

<sup>84</sup> Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 70

**Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen merasa khawatir**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	52	52.0	52.0	58.0
Valid Setuju	30	30.0	30.0	88.0
Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 5**

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa 52 orang (52%) menjawab tidak setuju dan 6 orang atau 6% menjawab sangat tidak setuju bahwa warna gambar kemasan rokok membuat konsumen merasa khawatir, 30 orang atau 30% menjawab setuju dan 12 orang atau 12% menjawab sangat setuju.

Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis.<sup>85</sup>

Dalam hal ini warna pada kemasan rokok tidak membuat para perokok merasa khawatir, ini menunjukkan bahwa warna-warna yang digunakan pada kemasan rokok belum dapat memberikan respon dari para perokok secara psikologis.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Warna Gambar Seram 3**

Indikator berdasarkan warna 3 memiliki distribusi pernyataan “Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen menyesal”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

<sup>85</sup> Op. Cit Kusrianto Hlm 120

<b>Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen menyesal</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0
	Tidak Setuju	48	48.0	56.0
Valid	Setuju	42	42.0	98.0
	Sangat Setuju	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 6**

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa 48 orang (48%) menjawab tidak setuju dan 8 orang (8%) menjawab sangat tidak setuju warna gambar kemasan rokok membuat konsumen merasa menyesal, 42 orang (42%) menjawab setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat setuju.

Sama seperti pernyataan nomor 5 bahwa masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis.<sup>86</sup> Dalam hal ini warna pada kemasan rokok tidak membuat para perokok merasa menyesal, ini menunjukkan bahwa warna-warna yang digunakan pada kemasan rokok belum dapat memberikan respon dari para perokok secara psikologis.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Ilustrasi Gambar Seram 1**

Indikator berdasarkan ilustrasi 1 memiliki distribusi pernyataan “Penyajian ilustrasi gambar seram menunjukkan bahaya akibat merokok”.

---

<sup>86</sup> Loc. Cit Kusrianto



Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini

**Penyajian ilustrasi gambar seram menunjukkan bahaya akibat merokok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	12	12.0	12.0	14.0
Valid Setuju	50	50.0	50.0	64.0
Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 7**

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa 50 orang (50%) menjawab setuju dan 36 orang (36%) menjawab sangat setuju bahwa penyajian ilustrasi gambar seram menunjukkan bahaya akibat merokok, 12 orang (12%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

Menurut definisinya, ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik.<sup>87</sup> Dari definisi tersebut, gambar seram bertujuan untuk menjelaskan teks peringatan bahaya merokok yang selama ini terdapat pada kemasan rokok. Gambar seram menggambarkan bahaya nyata akibat merokok.

---

<sup>87</sup> Ibid Kusrianto. Hlm 128

## **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Ilustrasi Gambar Seram 2**

Indikator berdasarkan ilustrasi 2 memiliki distribusi pernyataan “Penyajian ilustrasi gambar seram kemasan rokok mudah untuk dipahami”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Penyajian ilustrasi gambar seram kemasan rokok mudah untuk dipahami**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	16	16.0	16.0	18.0
Valid Setuju	40	40.0	40.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 8**

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa 42 orang (42%) menjawab sangat setuju dan 40 orang (40%) menjawab setuju bahwa penyajian ilustrasi gambar seram kemasan rokok mudah untuk dipahami. Kriteria ilustrasi yang berhasil dalam suatu media antara lain: komunikatif, informatif dan mudah dipahami.<sup>88</sup> Para perokok yang melihat gambar seram pada kemasan rokok dapat langsung mengerti bahwa gambar tersebut merupakan gambaran

---

<sup>88</sup> Ibid Kusrianto Hlm 130

dampak akibat merokok. Hal ini menunjukkan bahwa gambar seram kemasan rokok mudah untuk dipahami oleh para perokok.

#### 4.3.2 Deskripsi Variabel Disonansi Kognitif (Y)

Variabel Disonansi Kognitif (Y) terdiri dari 3 indikator dengan total 13 pernyataan dengan rincian sebagai berikut: indikator **sikap** memiliki jumlah 4 pernyataan, indikator **pemikiran** 2 pernyataan, indikator **perilaku** 6 pernyataan. Hasil distribusi jawaban responden dalam tabel sebagai berikut:

Pernyataan	J a w a b a n				Total
	1	2	3	4	
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
P9	2	20	52	26	100
P10	6	16	60	18	100
P11	2	17	47	34	100
P12	9	16	43	32	100
P13	34	63	3	0	100
P14	52	48	0	0	100
P15	12	44	34	10	100
P16	11	51	34	4	100

**Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Variabel Disonansi Kognitif**

#### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Sikap 1**

Indikator berdasarkan sikap 1 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen percaya gambar seram sebagai gambaran dampak akibat

merokok". Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

<b>Konsumen percaya gambar seram sebagai gambaran nyata dampak akibat merokok</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0
	Tidak Setuju	20	20.0	22.0
Valid	Setuju	52	52.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 9**

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa 52 orang (52%) menjawab setuju dan 26 orang (26%) menjawab sangat setuju bahwa konsumen percaya gambar seram sebagai gambaran nyata dampak akibat merokok, 20 orang (20%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

Kepercayaan konsumen dapat diciptakan dengan kejujuran produsen dalam menyampaikan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan pada suatu produk tertentu, demikian juga dengan penyampaian efek samping atas penggunaan produk yang bersangkutan.<sup>89</sup> Gambar seram merupakan gambaran tentang efek mengkonsumsi rokok secara terus menerus. Sesuai dengan yang dikatakan Ketua Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI), Adang Bachtiar, mengatakan bahwa gambar-gambar yang dipasang harus berdasarkan penelitian dan fakta tentang bahaya yang ditimbulkan

<sup>89</sup> Ferrinadewi E. 2005. *Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*, *Modus*, Vol. 17, No. 1

rokok.<sup>90</sup> Hal tersebut dapat mendasari jawaban responden yang mayoritas percaya akan gambar seram sebagai gambaran nyata dampak akibat merokok.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Sikap 2**

Indikator berdasarkan sikap 2 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen merasa takut akan mengidap penyakit seperti yang ada di gambar seram”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi

**Konsumen merasa takut akan mengidap penyakit seperti yang ada di gambar seram**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
Tidak Setuju	16	16.0	16.0	22.0
Valid Setuju	60	60.0	60.0	82.0
Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

frekuensi di bawah ini:

**Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 10**

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa sebanyak 60 orang (60%) menjawab setuju dan 18 orang (18%) menjawab sangat setuju bahwa konsumen merasa takut akan mengidap penyakit seperti yang ada di gambar

<sup>90</sup> Perlu Gambar Seram di Bungkus Rokok. <http://www.tcsc-indonesia.org/perlu-gambar-seram-di-bungkus-rokok/> diakses pada 18 Mei 2016 pukul 21.40WIB

seram, 16 orang (16%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat tidak setuju.

Pengiklan menggunakan daya tarik rasa takut dengan mengidentifikasi dua hal. Pertama, mengidentifikasi konsekuensi negatif jika tidak menggunakan produk. Kedua, mengidentifikasi konsekuensi negatif terhadap perilaku yang tidak aman (misalnya minum, merokok, dan menelpon saat menyetir).<sup>91</sup> Gambar seram menggunakan daya tarik rasa takut agar para perokok takut sehingga diharapkan mereka berhenti merokok. Gambar-gambar yang dicantumkan pada kemasan dapat membuat para perokok takut akan mengidap penyakit seperti yang ada di gambar seram. Hal ini ditunjukkan pada jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Pemikiran 1**

Indikator berdasarkan pemikiran 1 memiliki distribusi pernyataan “Merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

---

<sup>91</sup> Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi. Hlm 127

**Merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	17	17.0	17.0	19.0
Valid Setuju	47	47.0	47.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 11**

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa sebanyak 47 orang (47%) menjawab setuju dan 34 orang (34%) menjawab sangat setuju bahwa merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram, 17 orang (17%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju. Seseorang yang mengalami disonansi akan melakukan berbagai cara untuk menghilangkan disonansinya tersebut, salah satu caranya yaitu dengan mengubah elemen kognisi yang ada.<sup>92</sup> Para perokok yang mengalami disonansi akan mulai berpandangan bahwa merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram, mereka mulai percaya bahwa merokok tidak terlalu berpengaruh bagi kesehatan karena mereka tidak pernah sakit setelah merokok.

<sup>92</sup> Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. Hlm 99

## Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Pemikiran 2

Indikator berdasarkan pemikiran 2 memiliki distribusi pernyataan “Gambar seram hanya mengada-ada, dibuat untuk menakut-nakuti konsumen saja”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Gambar seram hanya mengada-ada dan dibuat untuk menakut-nakuti konsumen saja**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Tidak Setuju	16	16.0	16.0	25.0
Valid Setuju	43	43.0	43.0	68.0
Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 12**

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa sebanyak 43 orang (43%) menjawab setuju dan 32 orang (32%) menjawab sangat setuju bahwa gambar seram hanya mengada-ada dan dibuat untuk menakut-nakuti konsumen saja, 16 orang (16%) menjawab tidak setuju dan 9 orang (9%) menjawab sangat tidak setuju.

Salah satu cara untuk mengatasi disonansi yaitu dengan mengubah elemen kognisi yang ada.<sup>93</sup> Hal ini dapat terjadi jika para perokok yang mengalami disonansi berpandangan bahwa gambar seram hanya mengada-

<sup>93</sup> Loc.Cit Morissan



ada, dibuat untuk menakut-nakuti saja. Tujuan pemerintah menghadirkan gambar seram ini adalah untuk menakuti para perokok aktif dan calon perokok muda untuk menghentikan kebiasaannya tersebut.<sup>94</sup> Hal ini dapat mendasari jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Perilaku 1**

Indikator berdasarkan perilaku 1 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen memutuskan untuk mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Konsumen memutuskan untuk mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	34	34.0	34.0	34.0
Tidak Setuju	63	63.0	63.0	97.0
Setuju	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 13**

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa sebanyak 63 orang (63%) menjawab tidak setuju dan 34 orang (34%) menjawab sangat tidak setuju

<sup>94</sup> Dahrul Fathiyah. 2014. *Ragam Cara Pemerintah Menekan Ekspansi*. <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141008144316-78-5760/ragam-cara-pemerintah-menekan-ekspansi/> diakses 18 Mei 2016 12.00 WIB

bahwa konsumen memutuskan untuk mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar seram, 3 orang (3%) menjawab setuju.

Nikotin menyebabkan kecanduan. Secara ilmiah, efek candu dari nikotin pada rokok menjadi stimulus dalam otak perokok yang mendorongnya untuk mengambil rokok lagi, lagi dan lagi.<sup>95</sup> Perokok yang kecanduan rokok akan terus mengkonsumsi rokok sehingga ia tidak dapat mengurangi jumlah rokok yang dikonsumsi.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Perilaku 2**

Indikator berdasarkan perilaku 2 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen memutuskan untuk berhenti merokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Konsumen memutuskan untuk berhenti merokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	52	52.0	52.0	52.0
Valid Tidak Setuju	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 14**

<sup>95</sup> Surodjo, Basuki & Sifra Susi Langi. 2013. *Stop Smoking For Good*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hlm 2

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa sebanyak 52 orang (52%) menjawab sangat tidak setuju dan 48 orang (48%) tidak setuju, dengan kata lain 100 orang (100%) atau semua responden tidak setuju bahwa konsumen memutuskan untuk berhenti merokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok.

Selain kandungan nikotin yang menyebabkan perokok mejadi sulit berhenti merokok, ada beberapa alasan atau penyebab orang sulit untuk berhenti merokok, yaitu emosi (kecewa, frustrasi, dalam hal ini merokok dianggap sebagai pelarian paling tepat untuk menenangkan dirinya), kenikmatan (untuk lebih menikmati sesuatu atau bahkan untuk meghargai diri Anda sendiri), tekanan sosial (merasa menjadi bagian dari orang banyak), kebiasaan (merasa terbiasa melakukan sesuatu ketika merokok).<sup>96</sup> Faktor-faktor inilah yang dapat membuat seseorang sulit memutuskan untuk berhenti merokok walaupun mereka sudah mengetahui bahayanya melalui gambar seram.

### **Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Perilaku 3**

Indikator berdasarkan perilaku 3 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen mencari info kebenaran tentang penyakit yang ada pada kemasan

---

<sup>96</sup> Sumartono, Wasis. 2008. *Stop Merokok Sebab Anda Bisa*. Jakarta: CV Sagung Seto. Hlm 10

rokok". Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Konsumen mencari info kebenaran tentang penyakit yang ada pada kemasan rokok**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
Tidak Setuju	44	44.0	44.0	56.0
Valid Setuju	34	34.0	34.0	90.0
Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 15**

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa sebanyak 44 orang (44%) menjawab tidak setuju dan 12 orang (12%) menjawab sangat tidak setuju, bahwa konsumen mencari info kebenaran tentang penyakit yang ada pada kemasan rokok, 34 orang (34%) menjawab setuju dan 10 orang (10%) menjawab sangat setuju. Dalam disonansi kognitif, seseorang mencari informasi atau pandangan yang dapat mendukung keputusan yang dibuat.<sup>97</sup> Dalam hal ini para perokok yang memutuskan untuk tetap merokok, mereka akan menolak untuk mencari informasi yang dapat mengubah keputusan mereka. Mereka memutuskan untuk tetap merokok, maka mereka hanya akan menerima informasi yang dapat mendukung keputusannya tersebut.

<sup>97</sup> Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group. Hlm 120

### Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Berdasarkan Indikator Perilaku 4

Indikator berdasarkan perilaku 4 memiliki distribusi pernyataan “Konsumen memutuskan untuk cek kesehatan setelah melihat gambar seram”. Maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di bawah ini:

**Konsumen memutuskan untuk cek kesehatan setelah melihat gambar seram**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Tidak Setuju	51	51.0	51.0	62.0
Valid Setuju	34	34.0	34.0	96.0
Sangat Setuju	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan 16**

Berdasarkan tabel 4.28 diketahui bahwa sebanyak 51 orang (51%) menjawab tidak setuju dan 11 orang (11%) menjawab sangat tidak setuju, bahwa konsumen memutuskan untuk cek kesehatan setelah melihat gambar seram, 34 orang (34%) menjawab setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat setuju.

Terlahir sebagai lelaki, menurut Dr. Henderson, merupakan salah satu faktor yang mempersulit para dokter menanggulangi/ menumbuhkan kepedulian terhadap kesehatan tubuh si pasien.<sup>98</sup> Para perokok mayoritasnya

<sup>98</sup> Waluyo, Srikandi & Budhi Marhaendra Putra. 2013. *Cek Kesehatan Anda: Pria Usia 50 Tahun*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Hlm 2

adalah laki-laki<sup>99</sup>. Para perokok yang mayoritasnya adalah laki-laki, mereka kurang mepedulikan kesehatan mereka. Mereka tidak mengecek kesehatan mereka sendiri walaupun telah mengetahui bahaya akibat merokok. Hal tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Dinas Kesehatan kota Serang yang menunjukkan bahwa masyarakat kota Serang lebih mementingkan rokok daripada kesehatan.<sup>100</sup>

#### 4.4 Analisis Deskriptif

Setelah mendeskripsikan masing-masing butir pernyataan di setiap variabel, maka peneliti mengukur berapa besar presentase dari keseluruhan variabel, hasilnya yaitu sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif variabel (X), yaitu:

$$\begin{aligned} \% &= \frac{n}{N} \times 100\% \\ \% &= \frac{2188}{3200} \times 100\% \\ &= 68.37\% \end{aligned}$$

---

<sup>99</sup> 2012. *KEMENKES Luncurkan Hasil Survei Tembakau*.

<http://www.depkes.go.id/article/view/2048/kemenkes-luncurkan-hasil-survei-tembakau.html> diakses 20 Februari 2016 pukul 14.00 WIB

<sup>100</sup> 2015. *30 Persen Perokok Pelajar*. <http://bantenraya.com/utama/12714-rokok-nomor-2-pendidikan-nomor-7> diakses 20 Mei 2016 pukul 21.00WIB

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa variabel X menghasilkan presentase sebesar 68.37%, nilai tersebut masuk dalam kriteria **Baik** berdasarkan pada tabel 3.4 tentang kriteria analisis deskriptif presentase.

2. Analisis deskriptif variabel (Y), yaitu:

$$\begin{aligned} \% &= \frac{n}{N} \times 100\% \\ \% &= \frac{1993}{3200} \times 100\% \\ &= 62.28\% \end{aligned}$$

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa variabel Y menghasilkan presentase sebesar 62.28%, nilai tersebut masuk dalam kriteria **Kuat** berdasarkan pada tabel 3.4 tentang kriteria analisis deskriptif presentase.

## 4.5 Analisis Data

### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal, dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median. Uji normalitas data dapat diuji dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (KS). Data residual berdistribusi normal jika probabilitas signifikansinya di atas

tingkat kepercayaan 5%. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 20 *for windows*, diperoleh hasil pada tabel di bawah ini:

		Gambar Seram	Disonansi Kognitif
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	21.8800	19.9300
	Std. Deviation	3.70988	2.81861
Most Extreme Differences	Absolute	.161	.130
	Positive	.161	.080
	Negative	-.106	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.614	1.299
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011	.068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

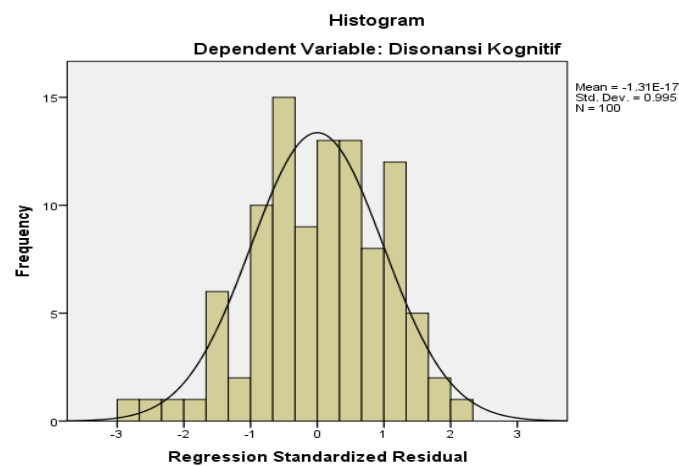
**Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas Data**

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan besarnya nilai probabilitas signifikansinya 0.11 dan 0.68, karena  $p = 0.11 > 0.05$ , dan  $p = 0.68 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Penggunaan grafik distribusi merupakan cara yang paling mudah dan sederhana. Cara ini dilakukan karena bentuk data yang terdistribusi secara normal akan mengikuti pola distribusi normal dimana bentuk grafiknya mengikuti bentuk lonceng, dan pada grafik *scatterplot* dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dengan ketentuan sebagai berikut : (1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan



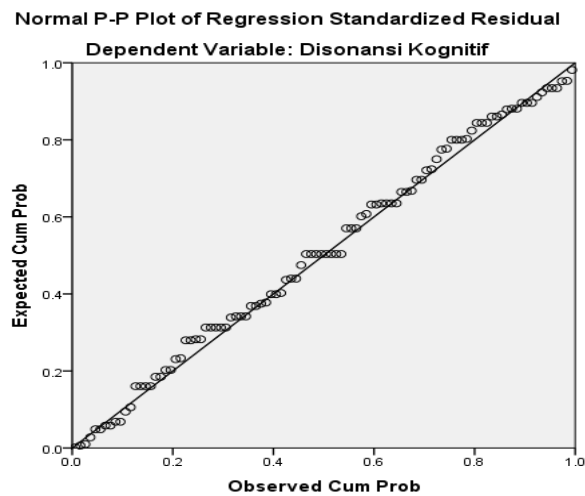
mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.; (2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

**Gambar 4.2 : Grafik Histogram Normalitas Data**

Berdasarkan Gambar 4.7 bentuk kurva meyerupai lonceng sehingga data dikatakan normal.



(Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20)

#### **Gambar 4.3 : Grafik Scatterplot Normalitas Data**

Dari Gambar 4.7 terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Menurut Nugroho (2005), hasil test normalitas dengan *normal probability plot* dari residual value menunjukkan bahwa nilai sebaran data terletak di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.<sup>101</sup> Ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

---

<sup>101</sup> Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi. Hlm 20

## 2. Hasil Uji Korelasi

		Correlations	
		Gambar Seram	Disonansi Kognitif
Gambar Seram	Pearson Correlation	1	.531**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Disonansi Kognitif	Pearson Correlation	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.26 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel**

Korelasi antar variabel ditafsirkan dengan menggunakan kriteria:

1.  $0 - 0.25$  : Korelasi sangat lemah
2.  $> 0.25 - 0.5$  : Korelasi cukup
3.  $> 0.5 - 0.75$  : Korelasi kuat
4.  $> 0.75 - 1$  : Korelasi sangat kuat

Berdasarkan tabel 4.30 korelasi antara variabel “gambar seram” dengan “disonansi kognitif” menunjukkan angka sebesar 0.531 dengan angka signifikansi sebesar 0.000, maka korelasi memiliki keeratan kuat dan searah, dan hubungan kedua variabel signifikan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari masalah tersebut ialah: Hubungan antara gambar seram dan disonansi kognitif, signifikan dan searah. Dengan

kata lain, jika gambar seram semakin seram maka disonansi kognitif akan semakin besar pula.

### 3. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.096	1.443		7.692	.000
	Gambar Seram	.404	.065	.531	6.211	.000

a. Dependent Variable: Disonansi Kognitif  
(Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.27 Uji Hipotesis**

Berdasarkan tabel 4.31, nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 6.211 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari  $df = 100 - 2 = 98$  dengan signifikansi 5%, maka didapatkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.984. Jika dilihat nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6.211 > 1.984$ . Hasil tersebut menunjukkan hasil bahwa hipotesis yang diajukan diterima ( $H_1$  diterima), artinya ada pengaruh antara gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok.

#### 4. Regresi Linier Sederhana

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.275	2.39977

a. Predictors: (Constant), Gambar Seram

b. Dependent Variable: Disonansi Kognitif

(Sumber: Hasil pengolahan SPSS 20)

**Tabel 4.28 Hasil Uji regresi Linier Sederhana**

Berdasarkan tabel 4.32 nilai R sebesar 0.531, nilai ini menunjukkan korelasi atau hubungan antara gambar seram dan disonansi kognitif kuat. Angka R square disebut juga Koefisien Determinasi (KD). Besarnya angka Koefisien Determinasi dalam perhitungan di atas ialah sebesar 0.282 maka besarnya KD adalah 28.2% (Rumus untuk menghitung Koefisien Determinasi ialah  $r^2 \times 100\%$ ). Angka tersebut mempunyai arti bahwa sebesar 28.2% variabilitas disonansi kognitif yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel gambar seram. Dengan kata lain, besarnya pengaruh variabel gambar seram terhadap disonansi kognitif ialah 36.7%, sedangkan sisanya 71.8% ( $100\% - 28.2\% = 71.8\%$ ), dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.

#### 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, lalu mengkaji, dan menganalisis data yang didapat. Penulis mendapatkan hasil bahwa gambar seram kemasan rokok berpengaruh positif terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang.

Variabel gambar seram kemasan rokok diukur dengan tiga indikator, yaitu Tata Letak, Warna, dan Ilustrasi. Perhitungan menunjukkan bahwa gambar seram kemasan rokok menghasilkan nilai presentase sebesar 68.37%, hal ini menunjukkan bahwa gambar seram dinilai baik. Namun perlu dicatat bahwa responden menilai beberapa indikator dalam pernyataan kuesioner yang menunjukkan bahwa gambar seram masih belum sesuai dengan tujuan adanya gambar seram.

Hal-hal yang belum sesuai berdasarkan indikator tersebut adalah mengenai:

- a. Dalam indikator tata letak adalah mengenai tata letak gambar seram bagian belakang kemasan rokok yang tidak mudah dilihat oleh perokok karena tertutup oleh pita cukai.
- b. Dalam indikator warna adalah mengenai warna pada kemasan rokok tidak membuat para perokok merasa khawatir dan menyesal, ini menunjukkan bahwa warna-warna yang digunakan pada kemasan rokok belum dapat memberikan respon dari para perokok secara psikologis.

Pemilihan gambar yang tepat dapat menentukan tercapainya tujuan adanya gambar seram secara efektif dalam menekan jumlah perokok aktif. Karena gambar merupakan kekuatan paling utama yang dapat dilihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan suatu pesan yang memiliki arti, makna dan maksud tertentu.<sup>102</sup>

Gambar seram kemasan rokok dinilai belum efektif dalam mengurangi jumlah perokok aktif. Seharusnya pemerintah dalam memilih gambar seram lebih memperhatikan lagi dalam mengatur tata letak, pemilihan warna serta pemilihan ilustrasi gambar. Sehingga tujuan dari adanya gambar tersebut dapat tercapai. Dalam praktiknya, gambar seram tersebut sering diabaikan dan perokok memilih tetap merokok. Hal ini dapat menimbulkan perasaan ketidaknyamanan bagi para perokok karena terjadinya ketidakkonsistenan antara elemen kognitif yang mengetahui bahaya merokok dan elemen sikap yaitu tetap merokok. Hal ini disebut disonansi kognitif.

Variabel disonansi kognitif perokok (Y) diukur dengan tiga indikator dari Leon Festinger, yaitu sikap, pemikiran dan perilaku. Perhitungan menunjukkan bahwa disonansi kognitif perokok menghasilkan nilai presentase sebesar 55.60%, hal ini menunjukkan disonansi kognitif perokok di kota Serang tergolong cukup kuat.

Menurut Festinger, manusia membawa berbagai macam unsur (elemen) kognitif dalam dirinya seperti: elemen sikap, persepsi, pengetahuan

---

<sup>102</sup> Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi. Hlm 10

dan elemen tingkah laku (*behavior*). Masing-masing elemen akan memilih salah satu jenis hubungan dari tiga jenis hubungan yang mungkin ada dengan masing-masing elemen lainnya.<sup>103</sup> Para perokok di kota Serang mengalami hubungan yang tidak sesuai atau inkonsisten atau disonansi. Hal ini terbukti dari tidak sesuainya elemen kognisi, yaitu sikap para perokok yang percaya bahwa gambar seram merupakan gambaran dampak bahaya merokok, namun mereka tetap merokok dimana hal itu merupakan tindakan inkonsisten.

Penyebab munculnya disonansi yang dirasakan para perokok di kota Serang adalah adanya perbedaan pendapat, yaitu disonansi mungkin muncul karena sebuah pendapat berbeda dengan pendapat umum.<sup>104</sup> Pendapat umum mengatakan bahwa penyajian gambar seram menunjukkan dampak akibat merokok. Namun, para perokok memiliki pemikiran bahwa merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram. Terlihat adanya perbedaan pendapat para perokok dengan pendapat umum. Hal ini yang menjadi penyebab munculnya disonansi pada para perokok.

Tiga faktor yang mempengaruhi tingkat disonansi. Pertama, tingkat kepentingan. Para perokok aktif di kota Serang menganggap bahwa merokok sebagai suatu kebutuhan dan gambar seram tidak terlalu penting bagi diri mereka, maka jumlah disonansi lebih sedikit dibandingkan apabila mereka melihat bahwa merokok bukan sebagai kebutuhan dan informasi bahaya

---

<sup>103</sup> Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm 98

<sup>104</sup> Sarwono, S.W. 2006. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hlm 116



merokok pada gambar seram merupakan hal yang penting bagi mereka. Hal ini dapat dijelaskan dengan semakin penting mereka menganggap merokok sebagai suatu kebutuhan, maka semakin sedikit disonansi yang mereka rasakan ketika melihat gambar seram.

Kedua, jumlah disonansi dipengaruhi oleh rasio disonansi. Kognisi para perokok disonan dengan perilaku mereka. Mereka tahu kesehatan merupakan hal yang penting, tapi mereka juga tidak bisa berhenti merokok begitu saja ketika melihat gambar seram. Beberapa narasumber mengakui pernah sakit setelah merokok tetapi kemudian mereka sembuh. Mereka seharusnya berhenti merokok tetapi tidak berhenti karena setelah sembuh mereka merasa bahwa penyakitnya tidak mematikan dan berpikir biaya kesehatan mereka akan ditanggung oleh pemerintah melalui BPJS jadi mereka beranggapan bahwa merokok pun tidak apa-apa. Rasionalitas ini yang digunakan untuk menjustifikasi inkonsistensi bahwa merokok itu tidak masalah karena para perokok itu beranggapan penyakit yang mereka alami yang diakibatkan oleh merokok tidak sama dengan gambar seram.

Secara spesifik, Teori Disonansi Kognitif memprediksi bahwa orang akan menghindari informasi yang dapat meningkatkan disonansinya. Oleh karena itu, Teori Disonansi Kognitif berkaitan dengan proses pemilihan terpaan (*selective exposure*), pemilihan perhatian (*selective attention*),

pemilihan interpretasi (*selective interpretation*), dan pemilihan retensi (*selective retention*).<sup>105</sup>

Terpaan selektif (*selective exposure*) yang dilakukan para perokok adalah dengan tidak mencari informasi kebenaran tentang penyakit yang ada pada kemasan rokok. Para perokok berada pada level menengah ke bawah, umumnya mereka kurang peduli dengan sumber informasi dan mereka hanya melihat kondisi sekarang saja. Hal ini dilakukan untuk menghindari informasi yang dapat meningkatkan disonansi.

Perhatian selektif (*selective attention*), Para perokok jarang merasa bersalah dengan merokok sehingga mereka tidak melihat gambar seram yang ada pada kemasan rokok. Gambar seram tidak masuk dalam perhatian mereka, karena secara selektif mereka hanya melihat merek rokok bukan gambar seram. Jadi mereka menghiraukan gambar seram dan memberikan perhatian pada informasi yang mendukung tindakan merokoknya tersebut.

Interpretasi selektif (*selective interpretation*), para perokok menginterpretasikan gambar seram hanya suatu kebohongan dan mengada-ada, serta hanya untuk menakut-nakuti para perokok. Retensi selektif (*selective retention*), rokok memiliki zat kimia yang bernama nikotin. Nikotin secara langsung akan memicu otak untuk memerintahkan tubuh untuk membuat zat endorphen lebih banyak lagi. Zat endorphen adalah zat yang

---

<sup>105</sup> West, Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis & Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. Hlm 142

dapat membuat seseorang merasa senang dan rileks. Karena nikotin bekerja secara adiktif, artinya ketika efeknya sudah hilang, otak akan mencari lagi rasa nyaman tersebut. Maka, yang diingat hanya kesenangannya saja. Para perokok berpikir tentang merokok, maka mereka akan mengingat bahwa merokok merupakan hal yang menyenangkan, merokok dapat mengurangi bahkan menghilangkan stress.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel “Gambar Seram Kemasan Rokok” terhadap “Disonansi Kognitif Perokok” dan mengukur seberapa besar pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan data kuesioner yang didapat dari 100 responden melalui program SPSS 20, diketahui hasil nilai korelasi sebesar 0.531 dengan signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi memiliki keeratan kuat dan searah, dan hubungan kedua variabel signifikan. Artinya jika gambar seram semakin seram maka disonansi akan semakin besar pula.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t, yaitu pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dasar pengambilan keputusan dengan merujuk pada hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $6.211 > 1.984$ . Hasil tersebut menunjukkan hasil bahwa hipotesis yang

diajukan diterima ( $H_1$  diterima), artinya ada pengaruh antara gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok.

Setelah diketahui bahwa ada pengaruh gambar seram terhadap disonansi kognitif, selanjutnya dilakukan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar gambar seram mempengaruhi disonansi kognitif. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai R square atau Koefisien Determinasi (KD) sebesar 0.282 maka besarnya KD adalah 28.2% (Rumus untuk menghitung Koefisien Determinasi ialah  $r^2 \times 100\%$ ). Angka tersebut mempunyai arti bahwa sebesar 28.2% variabilitas disonansi kognitif yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel gambar seram. Dengan kata lain, besarnya pengaruh variabel gambar seram terhadap disonansi kognitif ialah 28.2%, sedangkan sisanya 71.8% ( $100\% - 28.2\% = 71.8\%$ ), dipengaruhi oleh faktor lain yang masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok di kota Serang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gambar seram kemasan rokok menghasilkan nilai presentase sebesar 68.37%, hal ini menunjukkan bahwa gambar seram dinilai baik. Namun gambar seram kemasan rokok dinilai belum efektif dalam mengurangi jumlah perokok aktif.
2. Perhitungan menunjukkan bahwa disonansi kognitif perokok menghasilkan nilai presentase sebesar 62.28%, hal ini menunjukkan disonansi kognitif perokok di kota Serang tergolong kuat.
3. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t, yaitu pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dasar pengambilan keputusan dengan merujuk pada hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $6.211 > 1.984$ . Hasil tersebut menunjukkan hasil bahwa hipotesis yang diajukan diterima ( $H_1$  diterima), artinya ada pengaruh

antara gambar seram kemasan rokok terhadap disonansi kognitif perokok.

4. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai R square atau Koefisien Determinasi (KD) sebesar 0.282 maka besarnya KD adalah 28.2% (Rumus untuk menghitung Koefisien Determinasi ialah  $r^2 \times 100\%$ ). Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel gambar seram terhadap disonansi kognitif ialah 28.2%, sedangkan sisanya 71.8% ( $100\% - 28.2\% = 71.8\%$ ), dipengaruhi oleh faktor lain yang masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian, seorang peneliti setidaknya dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi, atau lembaga serta pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah menghadirkan gambar seram bukan hanya sekedar untuk menakut-nakuti para perokok saja, namun untuk memberikan pengetahuan kepada para perokok tentang penyakit yang akan mereka dapatkan jika terus mengkonsumsi rokok. Maka dari itu, lebih baik

berhenti merokok mulai dari sekarang sebelum Anda mengidap penyakit seperti yang ada pada gambar seram.

2. Untuk mengurangi jumlah perokok seharusnya perubahan dilakukan bukan hanya pada bungkus rokok saja, tetapi juga pada harga rokok itu sendiri. Di Indonesia, harga satu bungkus rokok masih dapat dikatakan sangat terjangkau sehingga siapa saja dapat membeli rokok dan mengkonsumsinya.
3. Seharusnya pemerintah lebih memperhatikan dalam pemilihan gambar seram untuk kemasan rokok, serta lebih memperhatikan unsur yang terdapat dalam gambar seperti tata letak, warna dan ilustrasi.
4. Selama ini pemerintah melarang produsen rokok untuk mengiklankan kegiatan merokok di semua media baik cetak maupun elektronik, tujuannya adalah untuk menghindari perilaku meniru konsumen terutama anak-anak. Tetapi justru pemerintah malah menghadirkan 2 tema gambar seram dengan gambar seseorang yang sedang merokok, yaitu gambar seorang bapak merokok dekat anak dan seseorang yang merokok dengan latar belakang tengkorak. Hal ini bisa menimbulkan perilaku meniru untuk merokok bagi siapapun yang melihat terutama anak-anak. Sebaiknya pemerintah lebih memperhatikan dalam pemilihan gambar untuk tema gambar seram.

5. Selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian berikutnya dalam bidang ilmu komunikasi secara umum atau penelitian sejenis secara khusus.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, Sue. 1991. *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan*. Jakarta: Arcan
- Arukinto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Aula, L.E. 2010. *Stop Merokok! (Sekarang atau Tidak Sama Sekali)*. Yogyakarta: Gerailmu
- Bulaeng, A.R. 2002. *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Bustan, M.N. *Epidemiologi Penyakit Tidak Menular*. Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- .Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kamarjani, Suyitno. (1996). *Cara Memulai Usaha*. Yogyakarta: Tugu.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Millenium*. Alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Mandagi, Jeanne dan M. Wresniwiro. 1996. *Masalah Narkotika dan Zat Aditif*

*Lainnya Serta Penanggulangannya.* Jakarta: Pramuka Saka Bhayangkara

Morissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Prenadamedia Group

\_\_\_\_\_. 2010. *Teori Komunikasi Massa.* Bogor: PT. Ghalia Indonesia

\_\_\_\_\_. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta: Kencana Prenadamedia

Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial.* Yogyakarta: UGM Press

Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.* Jakarta: Rajawali Pers.

Riduwan, MBA. 2006. *Dasar-dasar Statistika.* Bandung: Alfabeta.

Ruslan, Rosadi. 2005. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Saniyastuti, Marfu'ah Sri. 1997. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bandar Lampung: Gunung Pesagi.

Sarwono, S.W. 2006. *Teori-teori Psikologi Sosial.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Setiadi. 2007. *Konsep dan Penulisan Riset Keperawatan.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei Edisi Revisi.* Jakarta: LP3ES

Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran.* Terjemahan Yohanes Lamarto, SE. Edisi I. Jakarta: Erlangga

- Subargus, Amin. 2011. *Promosi Kesehatan Melalui Pendidikan Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono, Wasis. 2008. *Stop Merokok Sebab Anda Bisa*. Jakarta: CV Sagung Seto
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Surodjo, Basuki & Sifra Susi Langi. 2013. *Stop Smoking For Good*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sutherland, Max & Alice K. Sylvester. 2005. *Advertising and the Mind of the Customer: Iklan yang Berhasil, yang Gagal, dan Penyebabnya*. Terjemahan Andras Haryono & Slamet. Jakarta: PPM
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: Andi
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Waluyo, Srikandi & Budhi Marhaendra Putra. 2013. *Cek Kesehatan Anda: Pria Usia 50 Tahun*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wetherall, C.F. 2006. *Stop: Baca Buku Ini dan Berhenti Merokok*. Alih Bahasa Masitoh S. Bandung: How- Press

Widjaja, H. A. W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Winardi. 2004. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Wirajaya, Daniel. 2001. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Binarupa Aksara

Wiratha, I made. 2006. *Pedoman Penelitian Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi Offset

Yulianto, Herman. 2015. *Mau Sehat? Hilangkan Sikap Burukmu!*. Yogyakarta: Saufa.

#### **Sumber Lain:**

Chotidjah, S. 2012. *Pengetahuan Tentang Rokok, Pusat Kendali Kesehatan Eksternal Dan Perilaku Merokok*. Jurnal Makara, sosial humaniora, Volume 16, No1, juli 2012: 49.

Ferrinadewi E. 2005. *Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*, Modus, Vol. 17, No. 1

Komasari. Dian & Avin F. Helmi. 2000. *Faktor-Faktor Penyebab Perilaku Merokok Pada Remaja*. Jurnal Psikologi, No 1: 37-47.

Nasution, I.K. 2007. *Perilaku Merokok Pada Remaja*. (Skripsi). Universitas Sumatera Utara.

Octafrida M, D. 2011. *Hubungan Merokok dengan katarak di Poliklinik Mata Rumah Sakit Umum Pusat Haji Adam Malik Medan*. (KTI). Universitas Sumatera Utara, Medan.

Rupa, J.S. 2011. *Analisis Semiotik Citra Estetis Desain Kemasan Rokok Djarum Black (Produksi PT. Djarum Kudus Kab. Semarang)*. Skripsi.

Depkes. 2014. *Peraturan Pencantuman Peringatan Kesehatan*.  
[www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf](http://www.promkes.depkes.go.id/dl/factsheet4conv.pdf)

Heryani, R. 2014. *Kumpulan Undang-undang dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Khusus Kesehatan*. Jakarta: CV. Trans Info Media

### **Rujukan Elektronik:**

Dahrul Fathiyah. 2014. *Ragam Cara Pemerintah Menekan Ekspansi*.  
<http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141008144316-78-5760/ragam-cara-pemerintah-menekan-ekspansi/>

Ditalia. *Rokok Gerbang Menuju Tumor Paru*.  
<http://blog.unsri.ac.id/download2/41272.pdf>

Dony. 2015. *Gambar Seram Ditutup Pita Cukai, Gaprindo: YLKI Salah Kaprah*.  
<http://www.harianterbit.com/hantereekonomi/read/2015/05/05/27366/21/21/Gambar-Seram-Ditutup-Pita-Cukai-Gaprindo-YLKI-Salah-Kaprah>

Maharani,Arni. *Rokok Sebabkan Kanker Rongga Mulut & Kematian*.  
<http://klikdokter.com/healthnewstoppers>

Mu'tadin, Zainun. 2002. *Remaja dan Rokok*. [www.e-psikologi.com/remaja/050602.html](http://www.e-psikologi.com/remaja/050602.html).

Rhismawati, Ni Luh. 2014. *Kemasan rokok wajib diisi gambar bahaya merokok*.  
<http://www.antaraneews.com/berita/419301/kemasan-rokok-wajib-diisi-gambar-bahaya-merokok>

Salma. *Kanker Paru: Kankernya Para Perokok*. <http://majalahkesehatan.com>

Siswono. 2004. *Lingkaran Kemiskinan Para Penghisap Rokok*.  
<http://www.kompas.com/kesehatan/news/0405/31/094609.html>

2012. *KEMENKES Luncurkan Hasil Survei Tembakau*.  
<http://www.depkes.go.id/article/view/2048/kemenkes-luncurkan-hasil-survei-tembakau.html>

2012. *Gejala dan penyebab penyakit kanker tenggorokan.* <http://sehat-secara-alami.blogspot.co.id>
2013. *PP Tembakau Menyelamatkan Kesehatan Masyarakat dan Perekonomian Negara.* <http://www.depkes.go.id/article/view/2326/pp-tembakau-menyelamatkan-kesehatan-masyarakat-dan-perekonomian-negara.html>
2014. *Peringatan Kesehatan Bergambar Pada Kemasan Rokok.* [http://www.tridayasinerji.com/news\\_phw.php](http://www.tridayasinerji.com/news_phw.php)
2014. *Peringatan Visual Efek Rokok Diwajibkan.* <http://health.kompas.com/read/2014/06/24/1712476/Peringatan.Visual.Efek.Rokok.Diwajibkan>
2015. *30 Persen Perokok Pelajar.* <http://bantenraya.com/utama/12714-rokok-nomor-2-pendidikan-nomor-7>
- Bahaya Rokok Bagi Kesehatan.* <http://rsud.rokanhulukab.go.id>
- Perlu Gambar Seram di Bungkus Rokok.* <http://www.tcsc-indonesia.org/perlu-gambar-seram-di-bungkus-rokok/>
- [www.bkkbn.go.id/arsip/Documents/Lingkungan%20Keluarga/Bahaya%20rokok.doc](http://www.bkkbn.go.id/arsip/Documents/Lingkungan%20Keluarga/Bahaya%20rokok.doc)

# LAMPIRAN

**Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian**

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH GAMBAR SERAM KEMASAN ROKOK TERHADAP DISONANSI**  
**KOGNITIF PEROKOK**  
**DI KOTA SERANG**

---

Kepada Yth:

Bapak / Ibu Responden

di-

t e m p a t

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, maka dengan segala kerendahan hati saya sangat menghargai tanggapan Bapak / Ibu terhadap beberapa pernyataan yang tersedia dalam kuesioner ini mengenai **“Pengaruh Gambar Seram Kemasan Rokok Terhadap Disonansi Kognitif Perokok di Kota Serang”**. Pengumpulan data ini semata-mata hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijamin kerahasiaannya.

Kesediaan dan kerja sama yang Bapak / Ibu berikan dalam bentuk informasi yang benar dan lengkap akan sangat mendukung keberhasilan penelitian ini. Selain itu jawaban yang Bapak / Ibu berikan juga akan merupakan masukan yang sangat berharga bagi saya.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan kesediaan Bapak / Ibu yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini.

Hormat Saya,

Shella Octaviana



## KUESIONER PENELITIAN

### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
2. Usia :  20-30th  31-40th  
 41-50th  >50th
3. Pendidikan Terakhir :  SMA  Diploma  S1  
 S2  S3
4. Pekerjaan :  Pegawai Negeri Sipil  
 Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  
 Buruh  
 Lain-lain .....
5. Konsumsi rokok dalam satu hari :  1-10 batang  
 11-20 batang  
 > 20 batang

### II. PETUNJUK PENGISIAN

- Mohon memberi tanda silang (X) atau tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
- Setelah mengisi kuesioner ini mohon Bapak/Ibu dapat memberikan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner ini pertama kali.
- Keterangan Alternatif Jawaban :
  - STS = Sangat Tidak Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - S = Setuju
  - SS = Sangat Setuju

A. GAMBAR SERAM (X)

Tata Letak

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Tata letak gambar seram bagian depan kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen				
2	Tata letak gambar seram bagian belakang kemasan rokok mudah dilihat oleh konsumen				
3	Tata letak gambar seram mudah diingat oleh konsumen rokok				

Warna

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
4	Warna gambar seram kemasan rokok menarik perhatian konsumen				
5	Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen merasa khawatir				
6	Warna gambar seram kemasan rokok membuat konsumen menyesal				

Ilustrasi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
7	Penyajian ilustrasi gambar seram menunjukkan bahaya akibat merokok				
8	Penyajian ilustrasi gambar seram kemasan rokok mudah untuk dipahami				

**B. DISONANSI KOGNITIF (Y)**

**Sikap**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>			
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
9	Konsumen percaya gambar seram sebagai gambaran nyata dampak akibat merokok				
10	Konsumen merasa takut akan mengidap penyakit seperti yang ada di gambar seram				

**Pemikiran**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>			
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
11	Merokok tidak menyebabkan penyakit seperti yang ada pada gambar seram				
12	Gambar seram hanya mengada-ada dan dibuat untuk menakut-nakuti konsumen saja				

**Perilaku**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>			
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
13	Konsumen memutuskan untuk mengurangi konsumsi rokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok				
14	Konsumen memutuskan untuk berhenti merokok setelah melihat gambar seram kemasan rokok				
15	Konsumen mencari info kebenaran tentang penyakit yang ada pada kemasan rokok				
16	Konsumen memutuskan untuk cek kesehatan setelah melihat gambar seram				

## HASIL KUESIONER

### Indikator Gambar Seram Kemasan Rokok

Resp	Jen Kel	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Skor
1	1	3	3	4	4	4	2	4	4	28
2	1	2	2	1	1	1	1	3	2	13
3	1	2	2	1	2	1	1	3	2	14
4	1	3	1	3	1	3	2	3	3	19
5	2	3	3	4	4	3	3	4	4	28
6	1	4	4	4	4	4	3	4	4	31
7	1	2	2	4	3	3	2	3	4	23
8	1	3	3	2	3	2	2	3	2	20
9	1	3	1	3	3	2	2	3	4	21
10	1	3	3	3	3	2	2	3	4	23
11	1	2	1	2	2	2	2	3	3	17
12	2	4	2	3	4	2	2	2	3	22
13	2	3	2	3	2	2	3	2	3	20
14	1	4	1	2	2	2	3	4	4	22
15	2	2	2	2	3	3	3	4	4	23
16	1	4	3	2	2	3	3	4	4	25
17	2	3	2	2	3	2	3	4	3	22
18	1	4	4	3	2	2	3	4	4	26
19	1	3	2	2	2	2	2	4	4	21
20	1	3	1	3	3	2	3	4	1	20
21	1	3	3	2	2	2	3	3	4	22
22	1	2	2	2	2	1	1	2	3	15
23	1	3	3	3	3	3	3	4	3	25
24	1	3	1	1	1	2	2	3	2	15
25	1	4	4	2	3	3	3	4	4	27
26	1	4	4	3	3	4	3	4	4	29
27	1	3	2	4	4	3	3	4	4	27
28	1	3	2	3	3	2	3	4	2	22
29	1	3	3	2	3	2	2	2	4	21
30	1	3	1	3	3	2	2	3	3	20
31	1	2	2	2	2	2	2	3	3	18
32	1	3	3	2	3	3	4	2	3	23

33	1	4	3	3	3	2	2	3	3	23
34	1	3	3	2	3	4	3	4	4	26
35	1	4	4	1	1	3	1	3	3	20
36	1	4	3	3	2	4	3	4	4	27
37	1	3	2	3	4	2	2	3	3	22
38	1	3	1	3	3	3	2	3	4	22
39	1	3	3	3	3	3	2	3	2	22
40	1	2	2	2	3	2	2	3	3	19
41	1	3	1	3	4	2	3	3	3	22
42	1	3	3	3	3	2	2	1	2	19
43	1	2	2	3	3	3	3	3	3	22
44	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
45	1	3	3	2	2	3	3	4	3	23
46	1	2	1	2	3	2	2	3	4	19
47	1	3	2	3	3	2	2	3	3	21
48	1	2	2	2	3	4	2	3	3	21
49	1	3	3	3	3	2	2	3	3	22
50	1	2	2	2	3	3	3	3	4	22
51	1	2	1	2	2	2	2	3	3	17
52	1	4	2	3	4	2	2	2	3	22
53	1	3	2	3	2	2	3	2	3	20
54	1	3	3	4	4	4	2	4	4	28
55	1	2	2	1	1	1	1	3	2	13
56	1	4	4	3	2	2	3	4	4	26
57	1	3	2	2	2	2	2	4	4	21
58	1	3	1	3	3	2	3	4	1	20
59	1	3	3	2	3	2	2	2	4	21
60	1	3	1	3	3	2	2	3	3	20
61	1	2	2	1	2	1	1	3	2	14
62	1	3	1	3	1	3	2	3	3	19
63	1	4	3	2	2	3	3	4	4	25
64	1	3	2	2	3	2	3	4	3	22
65	1	3	3	4	4	3	3	4	4	28
66	1	3	3	2	3	2	2	3	2	20
67	1	3	1	3	3	2	2	3	4	21
68	2	3	3	3	3	2	2	3	4	23

69	1	3	3	3	3	2	2	3	3	22
70	1	2	2	2	3	3	3	3	4	22
71	1	2	2	2	3	2	2	3	3	19
72	1	3	1	3	4	2	3	3	3	22
73	1	3	3	3	3	2	2	1	2	19
74	1	4	4	4	4	4	3	4	4	31
75	1	2	2	4	3	3	2	3	4	23
76	1	2	1	2	3	2	2	3	4	19
77	1	4	1	2	2	2	3	4	4	22
78	1	4	4	2	3	3	3	4	4	27
79	1	4	4	3	3	4	3	4	4	29
80	1	2	2	2	3	3	3	4	4	23
81	1	2	2	3	3	3	3	3	3	22
82	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
83	1	3	3	2	2	2	3	3	4	22
84	2	2	2	2	2	1	1	2	3	15
85	2	3	3	3	3	3	3	4	3	25
86	1	3	2	3	3	2	2	3	3	21
87	1	2	2	2	3	4	2	3	3	21
88	1	3	2	4	4	3	3	4	4	27
89	1	3	2	3	3	2	3	4	2	22
90	1	2	2	2	2	2	2	3	3	18
91	1	3	3	2	3	3	4	2	3	23
92	1	3	3	2	2	3	3	4	3	23
93	1	3	3	2	3	4	3	4	4	26
94	1	4	4	1	1	3	1	3	3	20
95	1	4	3	3	3	2	2	3	3	23
96	1	3	2	3	4	2	2	3	3	22
97	1	3	1	3	3	3	2	3	4	22
98	1	3	1	1	1	2	2	3	2	15
99	1	4	3	3	2	4	3	4	4	27
100	1	3	3	3	3	3	2	3	2	22

## HASIL KUESIONER

### Indikator Disonansi Kognitif Perokok

Resp	Jen Kel	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Skor
1	1	4	3	2	4	2	1	2	3	21
2	1	3	2	2	3	2	1	2	2	17
3	1	3	2	4	3	1	1	1	1	16
4	1	4	1	3	2	1	1	3	2	17
5	2	4	4	3	4	2	2	3	3	25
6	1	4	4	1	4	1	2	4	3	23
7	1	4	4	3	4	2	1	4	2	24
8	1	2	3	4	3	2	2	2	2	20
9	1	3	3	3	3	2	2	3	3	22
10	1	3	3	3	2	2	1	2	2	18
11	1	2	3	3	4	2	1	2	2	19
12	2	2	2	4	1	1	1	1	1	13
13	2	2	3	4	4	2	1	1	1	18
14	1	4	3	4	3	2	1	3	2	22
15	2	4	3	2	3	2	2	3	3	22
16	1	4	3	3	4	2	2	3	2	23
17	2	3	3	3	4	2	1	4	4	24
18	1	4	2	2	1	1	2	2	3	17
19	1	3	3	3	3	2	1	3	2	20
20	1	3	2	3	4	1	2	3	3	21
21	1	4	3	3	4	2	2	2	2	22
22	1	1	1	4	3	1	1	2	2	15
23	1	4	3	2	3	2	2	3	3	22
24	1	3	2	4	3	1	1	1	2	17
25	1	4	3	4	3	3	2	4	4	27
26	1	3	3	4	4	1	1	3	3	22
27	1	3	3	3	2	2	2	2	3	20
28	1	3	3	3	4	2	2	3	3	23
29	1	2	3	4	3	1	1	1	1	16
30	1	3	4	4	3	2	2	2	2	22
31	1	3	3	3	3	1	1	2	2	18
32	1	3	4	2	3	2	2	2	2	20

33	1	2	2	2	3	2	1	4	2	18
34	1	3	4	3	3	3	2	2	3	23
35	1	3	4	2	2	1	2	2	2	18
36	1	4	3	2	4	2	2	2	2	21
37	1	2	1	4	1	1	1	3	3	16
38	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
39	1	2	3	3	4	2	2	2	2	20
40	1	3	3	4	1	1	1	1	1	15
41	1	3	3	4	3	1	1	2	2	19
42	1	2	2	4	2	2	2	3	3	20
43	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
44	1	2	3	4	3	1	1	3	3	20
45	1	3	3	3	3	2	1	2	2	19
46	1	3	3	3	3	2	1	3	3	21
47	1	3	3	3	4	2	1	3	3	22
48	1	3	4	4	4	1	1	3	3	23
49	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
50	1	3	4	2	4	1	1	2	2	19
51	1	2	3	3	4	2	2	2	2	21
52	1	2	2	4	2	1	1	1	1	14
53	1	2	3	4	4	2	1	1	1	18
54	1	4	3	2	3	2	2	2	3	21
55	1	3	2	4	2	2	1	2	3	19
56	1	4	2	2	1	1	1	2	3	16
57	1	3	3	3	3	2	1	3	2	20
58	1	3	2	3	4	1	2	3	2	20
59	1	2	3	4	3	1	1	1	1	16
60	1	3	4	4	3	2	2	2	2	22
61	1	3	2	4	2	1	1	1	1	15
62	1	4	1	3	1	2	1	3	3	18
63	1	4	3	3	4	2	2	3	3	24
64	1	3	3	3	3	2	1	4	4	23
65	1	4	4	3	4	2	2	3	3	25
66	1	2	3	4	3	2	2	2	2	20
67	1	3	3	3	2	2	1	3	3	20
68	2	3	3	3	2	2	1	2	2	18



69	1	3	3	3	3	2	1	2	2	19
70	1	3	4	2	4	2	1	2	2	20
71	1	3	3	4	1	1	1	1	1	15
72	1	3	3	4	3	2	2	2	2	21
73	1	2	2	3	3	2	2	3	3	20
74	1	4	4	1	4	1	2	4	3	23
75	1	4	4	3	4	2	1	4	2	24
76	1	3	3	3	3	2	2	3	3	22
77	1	4	3	4	2	2	1	3	2	21
78	1	4	3	4	4	2	1	4	4	26
79	1	3	3	4	4	1	1	3	3	22
80	1	4	3	3	3	3	2	3	3	24
81	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
82	1	2	3	4	2	1	1	3	2	18
83	1	4	3	3	4	2	2	2	2	22
84	2	1	1	4	3	1	1	2	2	15
85	2	4	3	2	3	2	2	3	3	22
86	1	3	3	3	4	2	2	3	2	22
87	1	3	4	4	2	1	1	3	3	21
88	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
89	1	3	3	3	4	2	2	3	3	23
90	1	3	3	3	3	1	1	2	2	18
91	1	3	4	2	2	1	2	2	2	18
92	1	3	3	3	4	2	2	2	2	21
93	1	3	4	3	3	2	2	2	2	21
94	1	3	4	3	2	1	1	2	2	18
95	1	2	2	2	3	2	2	4	2	19
96	1	2	1	4	1	1	1	3	3	16
97	1	3	3	3	3	2	2	2	2	20
98	1	3	2	4	1	1	1	1	1	14
99	1	4	3	2	2	2	2	2	2	19
100	1	2	3	3	4	2	2	2	2	20

**NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT**

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

CATATAN BIMBINGAN

Pembimbing I D. Rd. Nia Rania M. Si.  
 Pembimbing II Uliviana Restu S.Sos.M. Kom

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.	20/3 '15	Ganti teori SDR (Perluas) - Rangkai gbr. seram - letak penelitian lebih diperinci - Revisi LBM	<i>[Signature]</i>
2.	23/11 '15	- Gantikan teori Duranni logistik, konsep gbr seram?	<i>[Signature]</i>
3.	01/12 '15	- Revisi Bab II, III	<i>[Signature]</i>
4	8/12 '15	Acc today outline	<i>[Signature]</i>
5	12/03 '16	Rev. Kuesioner	<i>[Signature]</i>
6	1/04 '16	Rev. bab IV	<i>[Signature]</i>
7	11/05/2016	- Penggambaran objek gbr seram	<i>[Signature]</i>
8	25/05/2016	- Penjelasan tabel bab lebih sedikit ACC bab V	<i>[Signature]</i>
9.	10/06/2016	- ACC Gubahan skripsi	<i>[Signature]</i>

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
1.	3/11/15	Revisi kerangka bertikir. teori. dan judul.	ef <sub>1</sub>
2.	11/11/15	revisi teori.	ef <sub>2</sub>
3.	18/11/15.	revisi cara menulis pada bab. II : teori, model dan kerangka bertikir.	ef.
4.	10/12/15	Acc outline.	ef <sub>1</sub>
5.	11/05 16	rev. bab <u>IV</u> . jangan lupa dibawa bab 1-2-3	ef <sub>1</sub>
6.	24/05 16	Rev. bab. <u>IV</u> Pembahasan.	ef <sub>1</sub>
7.	01/06 16	Pembahasan.	ef <sub>1</sub>
8.	30/08/16	Acc Sidang Skripsi.	ef <sub>1</sub>

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### **Data Pribadi:**

- Nama Lengkap : Shella Octaviana
- Tempat/ Tanggal Lahir : Serang/ 03 Oktober 1992
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Agama : Islam
- Kewarganegaraan : Indonesia
- Alamat : Jl. Kh. Syam'un Link. Ramanuju RT 03/RW 04 No. 46,  
Kel. Citangkil, Cilegon- Banten
- No. Telp : 081213966839
- Email : Shella\_octa@ymail.com

### **Pendidikan Formal:**

- SDN Kubang Sepat 1 Cilegon
- SMPN 3 Cilegon
- SMAN 1 Cilegon
- Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, Program Strata-1 (S1)

### **Pendidikan Non Formal:**

- 2008-2012 : Kursus Bahasa Inggris di LIA Cilegon
- 2007-2008 : Kursus Bahasa Inggris di English First (EF) Cilegon

### **Pengalaman Kerja:**

02-31 Oktober 2013 : Job training di Pelindo II (Pelabuhan Indonesia) Cabang Banten