

ABSTRAK

Gisella Arnis Grafiyana, 11410100, Pengaruh Persepsi Label Peringatan Bergambar pada Kemasan Rokok terhadap Minat Merokok Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2015.

Persepsi adalah sebuah proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indera, dimana seseorang menerima stimulus dari luar dengan penuh kesadaran dan berusaha untuk memahami serta menginterpretasi stimulus tersebut menjadi sebuah makna yang dapat dimengerti. Sedangkan minat merokok ialah suatu sikap terhadap rokok yang berlangsung secara terus menerus dengan perasaan positif bahwa merokok tersebut merupakan aktivitas yang berharga dan memotivasi untuk tetap cenderung kepada rokok. Ada tiga aspek yang membentuk minat merokok seseorang, yaitu: respon sikap terhadap rokok, perasaan terhadap rokok, dan motivasi yang cenderung kepada rokok. Label peringatan bergambar pada kemasan rokok merupakan bentuk desain komunikasi visual yang mencoba mempengaruhi kecenderungan dan sikap positifnya terhadap rokok serta menyadarkan konsumen rokok bahwa rokok dapat membahayakan kesehatan mereka. Gambar pada kemasan rokok itu akan terus mendorong perokok untuk terpapar peringatan tersebut selama mengkonsumsi rokok sehingga hal itu dapat membentuk persepsi baru terhadap rokok dan mengubah kecenderungan personal perokok terhadap rokok.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok terhadap minat merokok mahasiswa laki-laki perokok UIN Maliki Malang, 2) untuk mengetahui tingkat minat merokok pada mahasiswa laki-laki perokok UIN Maliki Malang.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan yaitu angket persepsi terbuka dan skala minat merokok yang disebarkan pada 206 subjek penelitian. Angket persepsi terbuka terdiri dari 5 aitem dan skala minat merokok terdiri dari 36 aitem. Analisa data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dan regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi diperoleh dengan presentase tinggi 26,2%, sedang 32%, dan rendah 41,7%. Sedangkan untuk minat merokok diperoleh dengan presentase tinggi 30,6%, sedang 65,5%, dan rendah 3,9%. Hasil korelasi variabel adalah $r = -,245$ dengan $p = 0,000$ dan analisis regresi adalah 6%. Artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima. Terdapat korelasi negatif antara persepsi label peringatan bergambar terhadap minat merokok mahasiswa laki-laki perokok UIN Maliki Malang. Semakin tinggi tingkat persepsi label peringatan bergambar maka semakin rendah tingkat minat merokok dan sebaliknya sebesar. Pengaruh persepsi label peringatan bergambar terhadap minat merokok sebesar 6% sedangkan 84% lainnya dipengaruhi faktor lain seperti teman, lingkungan, kecanduan, dan kesenangan.

Kata Kunci : *Persepsi, Label Peringatan Bergambar, Minat Merokok*