

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Persepsi

##### 1. Definisi Persepsi

Dalam psikologi kognitif, kita mengacu pada dunia fisik (eksternal) sekaligus dunia mental (internal). Penghubung realitas eksternal dengan dunia mental berpusat di sistem sensorik. Sensasi (*sensation*) mengacu pada pendeteksian dini terhadap energi dari dunia fisik. Sedangkan persepsi melibatkan kognisi tingkat tinggi dalam penginterpretasian terhadap informasi sensorik. Pada dasarnya, sensasi mengacu pada pendeteksian dini terhadap stimuli; persepsi mengacu pada interpretasi hal-hal yang kita indera (Solso et. al., 2007: 75).

Menurut kamus lengkap psikologi, persepsi adalah: a) proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera, b) kesadaran dari proses-proses organis, c) *titchener*/ satu kelompok penginderaan dengan penambahan arti-arti yang berasal dari pengalaman di masa lalu, c) variabel yang menghalangi atau ikut campur tangan, berasal dari kemampuan organisasi untuk melakukan pembedaan diantara perangsang-perangsang, d) kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu (Chaplin, 2005).

Fieldman (1999) menyatakan "*Perception a constructive process by which we go beyond the stimuli that are presented to us and attempt to construct a meaningful situation.*" Persepsi menurut Fieldman merupakan sebuah proses konstruktif dimana kita menerima stimulus dan berusaha untuk memahami situasi yang bermakna. Sedangkan Morgan (1987) menyatakan "*Perception refers to the way the work, sound, feel, tastes, or smell. In other works, perception can be defined as whatever is experienced by a person*" yaitu persepsi mengacu pada cara kerja, suara, rasa, selera, atau bau. Dengan kata lain, persepsi dapat didefinisikan apa pun yang dialami oleh seseorang.

## **2. Teori-teori Perseptual**

Setiap harinya kita terus-menerus dihujani informasi tentang karakteristik fisik dunia kita, melalui kelima indera kita. Terdapat sedemikian banyak informasi sehingga kita memerlukan penyimpanan sensorik sementara dan penyaring sensorik yang rumit untuk membantu kita menentukan jenis dan jumlah informasi yang dikirimkan ke otak kita. Para psikolog tekah mengembangkan teori persepsi yang membantu memahami bagaimana proses sebuah sensasi diproses menjadi persepsi sebuah pola atau sebuah objek. Ada dua teori utama yang dipelajari tentang cara manusia memahami dunia. Sebuah teori, persepsi konstruktif (*constructive perception*), menyatakan bahwa manusia "mengkonstruksi" persepsi dengan secara aktif memilih stimuli dan menggabungkan sensasi dengan memori.

Teori lainnya, persepsi langsung (*direct perception*), menyatakan bahwa persepsi terbentuk dari perolehan informasi secara langsung dari lingkungan (Solso et. al., 2007: 120).

a. Persepsi Konstruktif

Teori persepsi konstruktif disusun berdasarkan anggapan bahwa selama persepsi, kita membentuk dan menguji hipotesis-hipotesis yang berhubungan dengan persepsi berdasarkan apa yang kita indera dan apa yang kita ketahui. Dengan demikian, persepsi adalah sebuah efek kombinasi dari informasi yang diterima sistem sensorik dan pengalaman dan pengetahuan yang kita pelajari tentang dunia, yang kita dapatkan dari pengalaman.

b. Persepsi Langsung

Teori persepsi langsung menyatakan bahwa informasi dalam stimuli adalah elemen penting dalam persepsi dan bahwa pembelajaran dan kognisi tidaklah penting dalam persepsi karena lingkungan telah mengandung cukup informasi yang dapat digunakan untuk interpretasi (Solso et. al., 2007: 122). James Gibson dan James Cutting menyatakan bahwa persepsi langsung mengasumsikan bahwa keanekaragaman lapisan-lapisan optik sama kayanya dengan keanekaragaman dalam dunia ini. Para psikolog yang berorientasi ekologis mendukung pernyataan ini menyatakan bahwa stimulus itu sendiri telah me-

memiliki informasi yang cukup untuk menghasilkan persepsi yang tepat dan tidak memerlukan adanya representasi internal.

Masing-masing teori tentang persepsi tersebut memiliki pendukungnya sendiri-sendiri, dalam jumlah besar dan dengan antusiasme yang tinggi. Di permukaan, kedua teori tersebut tampaknya menampilkan dalil-dalil yang saling bertentangan dan tidak mungkin diperdamaikan. Meski demikian, pada level analisis yang lain, kedua teori tersebut dapat dipandang saling melengkapi (komplementer) alih-alih saling bertentangan (kontradiktif). Pandangan konstruktif tentang persepsi tampaknya masuk akal karena saat kita memahami kata-kata tersebut karena kita memiliki pengetahuan semantik tentang makna kata-kata tersebut.

Kedua teori tersebut menjelaskan persepsi dengan baik, namun berfokus pada tahap-tahap proses yang berbeda. Pandangan persepsi langsung adalah penting bagi pemahaman kita terhadap persepsi karena dua alasan: teori tersebut menekankan pentingnya stimuli sensorik, mengindikasikan bahwa pemrosesan stimuli berlangsung secara sederhana dan langsung, dan bahwa kognisi dan persepsi adalah fenomena yang alamiah dan ekologis—suatu pandangan yang selaras dengan perspektif kognitif evolutioner. Meskipun persepsi langsung membantu kita memahami beberapa persepsi awal terhadap kesan-kesan sensorik, teori persepsi konstruktif berguna dalam pemahaman kita tentang bagaimana kesan-kesan sensorik dipahami oleh otak.

### 3. Jenis-jenis Persepsi

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya.
- b. Persepsi negatif. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang dipersepsi.

Dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif ataupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Dan munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi (Irwanto, 2002: 71).

### 4. Komponen-komponen Proses Pembentukan Persepsi

Menurut Sobur (2003) dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama yaitu:

- a. Seleksi, yaitu penyampaian oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Setelah diterima, rangsangan atau data diseleksi.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- c. Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima. Persepsi yang diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi yaitu bertindak sehubungan dengan apa yang telah diserap yang terdiri dari reaksi tersembunyi sebagai pendapat/ sikap dan reaksi terbuka sebagai tindakan yang nyata sehubungan dengan tindakan yang tersembunyi (pembentukan kesan).

## **5. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Shaleh (2009) menjelaskan persepsi lebih bersifat psikologis daripada merupakan proses penginderaan saja maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi:

- a. Perhatian yang selektif: dalam kehidupan manusia setiap saat akan menerima banyak sekali rangsangan dari lingkungannya, meskipun demi-

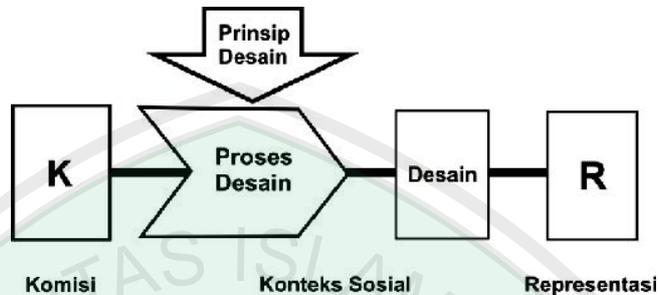
kian seseorang tidak harus menghadapi semua rangsangan yang diterimanya, untuk itu individu harus memusatkan perhatiannya pada rangsang tertentu saja.

- b. Ciri-ciri rangsang: rangsang yang bergerak di antara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian, demikian juga rangsang yang paling besar di antara yang kecil, yang latar belakangnya kontras dan intensitas rangsangnya paling kuat yang akan menarik perhatian.
- c. Nilai dan kebutuhan individu: setiap orang mempunyai pola dan cita rasa yang berbeda dalam mengamati sesuatu. Dalam suatu penelitian menunjukkan bahwa anak-anak dari golongan ekonomi rendah melihat uang koin lebih besar daripada anak-anak dari golongan ekonomi tinggi.
- d. Pengalaman dahulu: pengalaman terdahulu yang dimiliki individu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi sesuatu.

## **6. Prinsip Kognisi dalam Desain Pesan Visual**

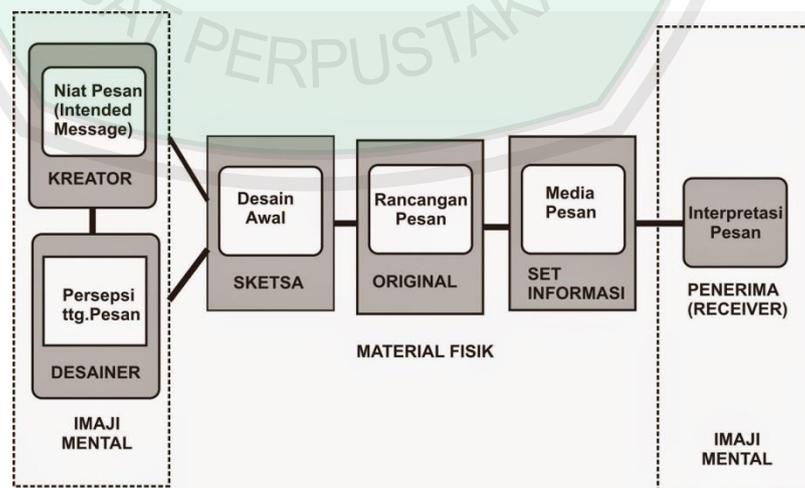
Seperti yang dijelaskan Pettersson, (2013) prinsip kognisi adalah suatu area yang memerlukan penelitian. Jika kita menggunakan bahasa yang rumit, baik dalam teks, gambar dan bentuk grafik akan mengganggu pemahaman dari setiap pesan yang dimaksudkan. Bahan-bahan informasi yang menyediakan informasi yang salah akan memberikan hasil negatif dan akan berakhir dengan kurang diterimanya pesan, menurutnya ada empat prinsip kognisi desain informasi berikut ini: a) memfasilitasi perhatian

(atensi), b) memfasilitasi persepsi, c) memfasilitasi pengolahan informasi, dan d) memfasilitasi memori (ingatan).



Gambar 2.1. Proses Desain Dipandu Oleh Prinsip-Prinsip Desain

Dalam desain pesan semua prinsip harus memberikan kontribusi pada desain dan pengembangan pesan yang efektif dan efisien, set informasi dan bahan pembelajaran. Komisi adalah kelompok orang yang ditunjuk untuk memproses desain, misalnya desainer, dan si pemberi tugas. Prinsip, Pedoman, Proses dan hasil Desain adalah dalam konteks sosial, R adalah Representasi (gambaran hasil desain).



Gambar 2.2. Pentingnya Psikologi Persepsi dalam Desain Informasi (Desain Komunikasi Visual)

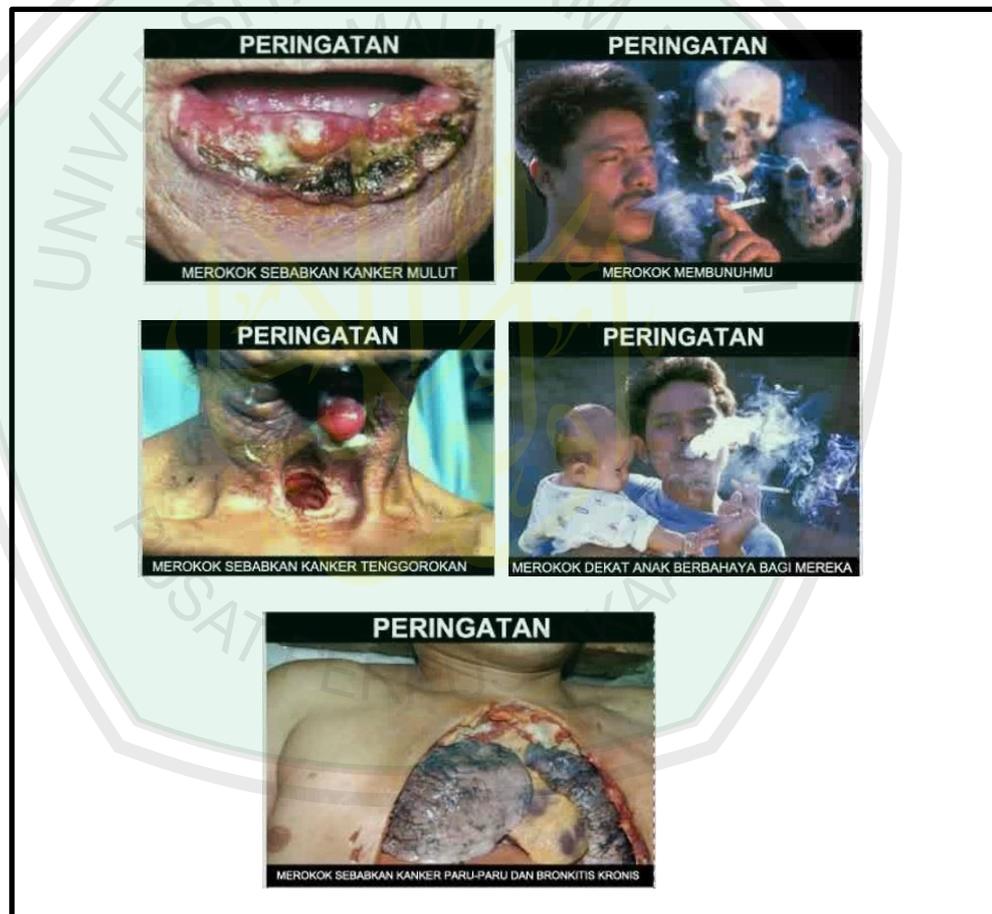
Gambar tersebut merupakan penggambaran tentang proses desain. Proses desain itu bukan hanya peristiwa fisik, peristiwa fisik hanya pada saat memproses desain menjadi media pesan. Selebihnya adalah peristiwa mental (persepsi). Kreator bukan hanya desainer, ide-ide tentang pesan itu umumnya berdasarkan persepsi desainer terhadap pesan yang akan dirancang (didesain). Hal ini berbeda dengan pendapat selama ini yang menganggap bahwa desainer dan seniman lah yang menjadi kreator utama. Kreator bisa jadi adalah subjek yang membutuhkan pesan dibuat (pemakai). Dalam membuat lukisan, pelukis yang menjadi kreator tunggal, sebab niat/tujuan (*intended*) pesan-pesan ekspresi semata berasal dari dirinya. Hal ini berbeda dengan desain komunikasi visual atau desain pesan. Seniman dan desainer, juga kreator terutama dalam proses material fisik. Imaji mental adalah gambaran/ bayangan tentang pesan yang akan di rancang) di suatu pihak (sumber pesan), dan imaji mental juga terjadi pada *receiver* (penerima pesan). Hal ini membuktikan bahwa peristiwa perancangan pesan (*message design*) didominasi oleh persepsi, psikologi persepsi, dan kognisi (Pettersson, 2013).

## 7. Label Peringatan Pada Kemasan Rokok

Label adalah setiap keterangan mengenai produk tembakau yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk tembakau, dimasukkan ke dalam, ditempatkan pada, atau merupakan bagian kemasan produk tembakau. Kemasan adalah bahan

yang digunakan untuk mewedahi atau membungkus produk tembakau baik yang bersentuhan langsung dengan produk tembakau maupun tidak (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2013: 3).

Berikut kelima gambar peringatan bergambar yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012.



Gambar 2.3. Label Gambar yang Wajib Disertakan pada Kemasan Rokok

Peringatan merupakan nasehat atau teguran untuk memperingatkan. Label peringatan bergambar pada kemasan merokok adalah keterangan mengenai produk rokok dan disertai nasehat tentang risiko/ bahaya

penyakit yang bisa diderita oleh seseorang akibat mengkonsumsi rokok dengan mengilustrasikannya pada pembungkus rokok dalam bentuk gambar.

a. Pentingnya Kemasan Label Gambar

Kemasan merupakan bagian penting dari strategi pemasaran secara keseluruhan barang-barang yang diperjualbelikan. Kemasan membantu membangun identitas merek di pasar yang kompetitif dan berfungsi sebagai bentuk promosi yang efektif baik dalam penjualan baik produk baru maupun yang sudah digunakan. (*Department of Tobacco Control, 2009*)

Kemasan sangatlah penting untuk produk seperti rokok, yang memiliki tingkat visibilitas sosial yang tinggi. Tidak seperti banyak produk konsumen lainnya, bungkus rokok akan ditampilkan setiap kali produk digunakan dan sering dibiarkan terlihat oleh orang banyak di depan umum saat menggunakan.

Seperti John Digianni (dalam *Department of Tobacco Control, 2009*), mantan desainer paket rokok mencatat:

*"Sebuah bungkus rokok itu unik karena konsumen membawa bungkus itu bersamanya sepanjang hari... Ini adalah bagian dari pakaian seorang perokok, dan ketika ia berjalan-jalan ke sebuah bar dan menyalakannya, ia membuat pernyataan tentang dirinya sendiri."*

Akibatnya, kemasan berfungsi sebagai produk lencana yang mengatakan sesuatu tentang pemiliknya, dan bentuk penting dari ik-

lan dalam dirinya sendiri. Produk lencana ini sangat penting di antara pasar remaja.

Memang tampilan bungkus rokok yang kreatif secara jelas di balik kemasannya telah terbukti menjadi bentuk pemasaran yang efektif, khususnya di kalangan anak muda. Selain itu, nilai pemasaran kemasan tembakau meningkat sebagai bentuk lain dari pemasaran yang dibatasi. Berikut ini kutipan dari seorang eksekutif Phillip Morris (dalam *Department of Tobacco Control*, 2009) menyoroti pentingnya paket di lingkungan periklanan yang semakin ketat:

*"... Mengingat konsekuensi dari larangan total pada iklan, kemasan harus dirancang untuk memberikan dampak visual produk serta citra merek ... Kemasan itu sendiri dapat dirancang sehingga mencapai dampak yang lebih visual dalam titik lingkungan penjualan dibandingkan pesaingnya. "*

b. Implementasi Label Peringatan Gambar di Indonesia

Di Indonesia sejak 24 Juni 2014 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 19 Tahun 2012 resmi diterapkan serentak di seluruh pelosok Indonesia, produsen rokok wajib mencantumkan label peringatan bergambar pada kemasan produknya. Pada pasal 14 ayat 1–3 disebutkan setiap orang yang memproduksi dan/ atau mengimpor produk tembakau ke wilayah Indonesia wajib mencantumkan peringatan kesehatan berupa gambar dan tulisan yang harus mempunyai satu makna dan tercetak menjadi satu dengan kemasan Produk Tembakau tersebut. Gambar yang harus dicantumkan pun telah diatur oleh peme-

rintah Indonesia sebagaimana yang dalam pasal 15 ayat 1 dijelaskan setiap satu varian Produk Tembakau wajib mencantumkan gambar dan tulisan peringatan kesehatan yang terdiri atas lima jenis berbeda, dengan porsi masing-masing 20% dari jumlah setiap varian Produk Tembacaunya. Tata cara pencantuman gambar dan tulisan pada kemasan rokok tersebut dijelaskan dalam pasal 17 ayat 4, yang harus memenuhi persyaratan berikut:

- a. dicantumkan pada bagian atas Kemasan sisi lebar bagian depan dan belakang masing-masing seluas 40% (empat puluh persen), diawali dengan kata “Peringatan” dengan menggunakan huruf berwarna putih dengan dasar hitam, harus dicetak dengan jelas dan mencolok, baik sebagian atau seluruhnya;
- b. gambar sebagaimana dimaksud pada huruf a harus dicetak berwarna; dan
- c. jenis huruf harus menggunakan huruf arial bold dan font 10 (sepuluh) atau proporsional dengan Kemasan, tulisan warna putih di atas latar belakang hitam.

Pada pasal 17 ayat 5 dipertegas dengan larangan bahwa gambar yang tercetak tidak boleh tertutup oleh apapun sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## 8. Kajian Islam tentang Persepsi

Persepsi adalah fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhilafahan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mukminun ayat 12-24, disebutkan proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan.

Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuannya terhadap alam luar (Najati, 2001: 135).

Alat indera yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang bisa disebut dengan panca indera. Panca indera merupakan suatu alat

yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan panca indera inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna.

Proses persepsi dilalui dengan proses penerimaan stimulus pada re-septor yaitu indera, yang tidak langsung berfungsi setelah dia lahir, tetapi akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya (Najati, 2001: 135). Di dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 dan As-Sajdah ayat 9, yaitu:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ  
السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur. (QS. An-Nahl [16]: 78)

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ  
قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur. (QS. As-Sajdah [32]: 9)

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengan-

dung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

Kemudian, ada beberapa ayat di bawah ini mewakili tentang panca indera yang berperan dalam proses persepsi, antara lain:

a. Penglihatan

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَرْجِي سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُ ثُمَّ يَجْعَلُهُ رُكَّامًا فَتَرَى  
الْوَدَّاقَ تَخْرُجُ مِنْ خِلَالِهِ وَيُنَزِّلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ بَرَدٍ  
فِيصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَصْرِفُهُ عَنِ مَنْ يَشَاءُ ۗ يَكَادُ سَنَا بَرْقِهِ  
يَذْهَبُ بِالْأَبْصَرِ ﴿٤٣﴾

Tidaklah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan, kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagian)nya, kemudian menjadikannya bertindih-tindih, Maka kelihatanlah olehmu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, Maka ditimpakan-Nya (butiran-butiran) es itu kepada siapa yang dikehendaki-Nya dan dipalingkan-Nya dari siapa yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu Hampir-hampir menghilangkan penglihatan. (QS. An-Nuur [24]: 43)

b. Pendengaran

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ  
وَأُولَٰئِكَ هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya (mereka yang mendengarkan ajaran-ajaran Al Quran dan ajaran-ajaran yang lain, tetapi yang diikutinya ialah ajaran-ajaran Al

Quran karena ia adalah yang paling baik). mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal. (QS. Az-Zumar [39]: 18)

c. Penciuman

وَالْحَبُّ ذُو الْعَصْفِ وَالرَّيْحَانُ

Dan biji-bijian yang berkulit dan bunga-bunga yang harum baunya.  
(QS. Ar-Rahman [55]: 12)

d. Perasaan

Perasaan merupakan gejala psikis dengan tiga sifat khas, yaitu:

- 1) Dihayati secara subyektif.
- 2) Pada umumnya berkaitan dengan gejala pengenalan.
- 3) Dialami oleh individu dengan rasa suka atau tidak suka (Kartono, 1996: 87).

Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal.

## B. Minat Merokok

### 1. Definisi Minat Merokok

Menurut kamus lengkap psikologi, minat (*interest*) adalah a) satu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, b) perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu, c) satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu (Chaplin, 2005: 255).

Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat mempengaruhi corak perbuatan yang akan diperlihatkan seseorang. Minat atau keinginan ini erat pula hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang. Kehendak atau kemauan ini juga erat hubungannya dengan kondisi fisik seseorang, misalnya dalam keadaan sakit, capai, lesu, atau mungkin sebaliknya, yakni sehat dan segar. Juga erat hubungannya dengan kondisi psikis, seperti senang, tidak senang, tegang, bergairah, dan seterusnya (Sobur, 2003: 246).

Deci dan Ryan (dalam Schiefele, 1991: 299) berpendapat bahwa minat memiliki peran penting yang memotivasi langsung seseorang melakukan kegiatan yang menarik perhatian mereka secara alami. Minat meru-

pakan dorongan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan yang nantinya dapat mendatangkan kepuasan, yang mana kepuasan itu akan mempengaruhi kadar minat seseorang.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan seseorang terhadap sesuatu/ objek yang mendorongnya melakukan sesuatu untuk mencapai objek yang menarik perhatiannya dengan perasaan senang.

## 2. Aspek-aspek Minat

Dewey (dalam Schiefele, 1991: 300) merumuskan tiga karakteristik dasar minat, yaitu: a) minat itu aktif mendorong, b) berdasarkan suatu objek nyata, dan c) memiliki makna personal yang tinggi.

Minat adalah sebuah aspek psikologis yang dipengaruhi oleh pengalaman afektif yang berasal dari minat itu sendiri. Aspek-aspek minat dijelaskan oleh Pintrich dan Schunk (1996: 304) sebagai berikut:

- a) Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), yaitu perasaan suka tidak suka, setuju tidak setuju dengan aktivitas, umumnya terhadap sikap positif atau menyukai aktivitas.
- b) Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas (*specific consciousness for or living the activity*), yaitu memutuskan untuk menyukai suatu aktivitas atau objek.

- c) Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu individu merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas yang diminatinya.
- d) Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal importance or significance of the activity to the individual*).
- e) Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (*intrinsic interest in the content of the activity*), yaitu emosi yang menyenangkan yang berpusat pada aktivitas itu sendiri.
- f) Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choice of or participation in the activity*) yaitu individu memilih atau berpartisipasi dalam aktivitas.

Aspek-aspek minat menimbulkan daya ketertarikan dibentuk oleh dua aspek yaitu kognitif dan afektif berupa sikap, kesadaran individual, perasaan senang, arah kepentingan individu, adanya ketertarikan yang muncul dari dalam diri, dan berpartisipasi terhadap apa yang diminati.

### 3. Kategorisasi Minat

Para peneliti yang mengkategorisasikan minat ke dalam dua konsep (Schiefele, 1991: 302) yaitu: minat individual dan minat situasional. Minat individual dipahami sebagai sesuatu yang relatif disukai dan bertahan lama untuk topik-topik tertentu atau kegiatan tertentu, sedangkan minat situasional adalah keadaan emosi yang dipengaruhi rangsangan situasional.

Fokus pembahasan ini adalah pada minat individual. Minat tersebut berguna dalam membedakan antara dua bentuk minat individual: minat sebagai karakteristik laten dan karakter yang diaktualisasikan.

a. Minat Sebagai Karakteristik Laten

Minat ini berorientasi jangka yang relatif lama dari individu terhadap objek atau aktivitas tertentu. Karakteristik ini mengidentifikasi dua komponen yang menarik: perasaan dan ketertarikan hati seseorang. Komponen perasaan merupakan asosiasi dari suatu objek atau kegiatan terkait objek tersebut dengan perasaan positif, terutama kenikmatan/ kesenangan dan keterlibatan (perasaan instrinsik terkait sebuah objek). Sedangkan komponen ketertarikan hati seseorang merupakan atribusi penting seseorang terhadap sebuah objek (ketertarikan instrinsik terhadap sebuah objek).

b. Minat Sebagai Karakteristik yang Diaktualisasikan

Minat ini digambarkan sebagai orientasi motivasi intrinsik konten tertentu. Pada dasarnya, ini berarti bahwa seseorang dalam keadaan tertarik pada topik tertentu yang membuatnya ingin melibatkan diri untuk mendalami topik tersebut demi kepentingan dirinya sendiri.

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Crow dan Crow (1984) menyatakan bahwa minat dapat merupakan sebab atau akibat dari suatu pengalaman. Oleh karena itu minat berhu-

bungan dengan dorongan, motif-motif dan respon-respon manusia. Selanjutnya Crow dan Crow menyatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Faktor dorongan atau keinginan dari dalam (*inner urges*), yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu akan menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan faktor-faktor biologis yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik yang mendasar.
- b. Faktor motif sosial (*social motive*), yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, harga diri, prestise dan sebagainya.
- c. Faktor emosional (*emotional motive*), yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan dan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman-pengalaman yang diperoleh individu.

## 5. Penyebab-penyebab Merokok

Dokter Daniel Horn, Direktur *National Clearing House for Smoking and Health* (dalam Naiggolan, 2009: 17) mengatakan bahwa secara umum seseorang dewasa menghisap rokok disebabkan salah satu fak-

tor berikut: a) untuk merangsang perasaan, terutama pagi hari, b) karena sudah kecanduan, c) untuk mengurangi perasaan-perasaan negatif, d) karena sudah menjadi kebiasaan, e) untuk kepuasan di mulut, dan f) untuk santai.

Berbeda dengan kaum remaja. Menurut penyelidikan Charles Gilbert Wernn dan Shirley Schwarzrock, remaja-remaja itu mulai merokok karena: a) ikut-ikutan dengan teman, b) untuk iseng, c) agar lebih tenang apalagi pada waktu pacaran, d) berani ambil resiko, e) karena bosan dan tidak ada yang sedang dilakukan, dan f) supaya kelihatan seperti orang dewasa (Naiggolan, 2009: 17).

Meskipun secara umum faktor-faktor penyebab merokok dapat dibagi dalam beberapa golongan sekalipun sesungguhnya faktor-faktor itu saling berkaitan satu sama lain. Berikut enam faktor penyebab merokok menurut Hutapea (2013: 123).

#### 1) Faktor Genetik

Studi menggunakan pasangan kembar membuktikan adanya pengaruh genetik, karena kembar identik, walaupun dibesarkan terpisah, akan memiliki pola kebiasaan merokok yang sama bila dibandingkan dengan kembar non-identik. Akan tetapi secara umum, faktor turunan ini kurang berarti bila dibandingkan dengan faktor lingkungan dalam menentukan perilaku merokok yang akan timbul.

## 2) Faktor Kepribadian (*Personality*)

Banyak peneliti mencoba menetapkan tipe kepribadian perokok. Tetapi studi statistik tak dapat memberi perbedaan yang cukup besar antara pribadi orang yang merokok dan yang tidak. Oleh karena itu, tes-tes kepribadian kurang bermanfaat dalam memprediksi apakah seseorang akan menjadi perokok. Lebih bermanfaat adalah pengamatan dan studi observasi di lapangan.

## 3) Faktor Sosial

Beberapa penelitian telah mengungkapkan adanya pola yang konsisten dalam beberapa faktor sosial penting. Faktor ini terutama menjadi dominan dalam mempengaruhi keputusan untuk memulai merokok dan hanya menjadi faktor sekunder dalam memelihara kelanjutan kebiasaan merokok. Kelas sosial, teladan dan izin orang tua serta kakak-kakak, jenis sekolah, dan usia meninggalkan sekolah semua menjadi faktor yang kuat, tetapi yang paling berpengaruh adalah jumlah teman-teman yang merokok. Di antara anak laki-laki yang menyatakan “tidak ada” temannya yang merokok, ternyata tidak ditemukan anak yang merokok, dibandingkan dengan jumlah 62 persen perokok di kalangan anak-anak yang menjawab “semua” pada jumlah teman yang merokok. Ilustrasi lain dari pengaruh sosial ini ditunjukkan oleh perubahan dalam pola merokok di kalangan wanita berusia di atas 40 tahun. Bukan saja jumlah mereka semakin banyak, tetapi mereka merokok lebih berat dan mulai merokok pada usia yang lebih muda.

Masa kini, terutama pada wanita muda, pola merokok mereka sudah menyerupai pada laki-laki. Perubahan ini sejalan dengan perubahan peran wanita dan sikap masyarakat terhadap wanita yang merokok (Hutapea, 2013: 125).

#### 4) Faktor Kejiwaan (Psikodinamik)

Dua teori yang paling masuk akal adalah bahwa merokok itu adalah suatu kegiatan kompensasi dari kehilangan kenikmatan oral yang dini atau adanya suatu rasa rendah diri yang tak nyata. Freud, yang kebetulan juga pecandu rokok berat, menyebut bahwa pada sebagian anak-anak terdapat “peningkatan pembangkit kenikmatan di daerah bibir” yang bila berkelanjutan dalam perkembangannya akan membuat seseorang mau merokok. Ahli lainnya berpendapat bahwa merokok adalah semacam pemuasan kebutuhan oral yang tidak dipenuhi semasa bayi. Teori ini ditunjang dengan pengamatan akan adanya hubungan antara perilaku merokok dengan kebiasaan menggigit kuku, mengunyah permen karet, dan kebiasaan makan-minum yang berlebihan. Kegiatan ini biasanya dilakukan sebagai pengganti merokok pada mereka yang sedang mencoba berhenti merokok. Suatu asosiasi telah ditemukan antara kemampuan berhenti merokok dengan usia mulai disapih. Mereka yang mudah berhenti merokok ternyata disapih pada usia sekitar 7–8 bulan, sedangkan yang sukar berhenti, dahulu disapih pada usia sekitar 4,7 bulan (Hutapea, 2013: 125).

#### 5) Faktor Sensorimotorik

Untuk sebagian perokok, kegiatan merokok itu sendirilah yang membentuk kebiasaan tersebut, bukan efek psikososial atau farmakologinya. Sosok sebungkus rokok, membukanya, mengambil dan memegang sebatang rokok, menyalakannya, mengisap (menyedot/ inhalasi), mengeluarkan sambil mengamati asap rokok, aroma, rasa dan juga bunyinya—semua berperan dalam terciptanya kebiasaan ini (Hutapea, 2013: 126).

#### 6) Faktor Farmakologis

Seorang yang mengisap sigaret memasukkan atau menyerap sekitar 0,05 hingga 0,15 mg nikotin pada setiap tarikan atau isapan atau sejumlah 1 hingga 2 mg per batang rokok. Perokok yang tidak menyedot juga tetap menyerap sedikit nikotin dari hidung dan mulutnya, terutama pengisap pipa dan cerutu. Semenjak masuknya tembakau ke Eropa di abad ke-16, pemakaian tembakau silih berganti, dikunyah, disedot dengan hidung (*snuffing*) dan diisap; yang pasti tidak ada kelompok populasi yang berhenti menggunakan tembakau tanpa menggantinya dengan cara lain. Beberapa studi menunjukkan bahwa nikotin memegang peranan penting dalam perilaku merokok. Misalnya, bila seorang perokok tidak akan dipuasi, bahkan mungkin mengalami sindroma penarikan (*withdrawal*) bila diberikan rokok bernikotin rendah (Hutapea, 2013: 126).

## 6. Motivasi Merokok

Selain faktor-faktor tersebut kini telah dikembangkan model-model psikologis dari perilaku merokok dengan menggunakan analisis statistik dengan data yang berasal dari kuisisioner motivasi merokok. Sebagai hasil dari studi ini kini terdapat kesepakatan tentang adanya tujuh jenis motivasi merokok (Hutapea, 2013: 131).

### a. Alat Pergaulan (Psikososial)

Merokok pada situasi sosial dan menggunakan nilai simbolis dari tindakan merokok ini untuk meningkatkan kehidupan bersosial.

### b. Kepuasan Saraf (Sensorimotor)

Merokok untuk kepuasan pada mulut, sensorik, dan manipulasi rokok itu sendiri.

### c. Sumber Kenikmatan (*indulgent*)

Merokok untuk memperoleh kenikmatan dan menambah kegembiraan dan kesenangan yang sudah ada. Inilah jenis yang paling umum. Dua atau tiga jam dapat berlalu tanpa keinginan untuk merokok, tetapi pada situasi bergembira dapat lebih sering.

### d. Penenang (Sedatif)

Merokok untuk menghilangkan perasaan tak enak, bukan untuk kenikmatan. Perasaan lega kadang-kadang juga timbul karena kegiatan sensorimotor seperti rasa tenang bila mengeluselus rokok sebelum disulut, tetapi umumnya rasa lega timbul sebagai efek sedatif dari nikotin yang bekerja.

e. Perangsang (Stimulasi)

Efek stimulan dari nikotin dipakai untuk “mengangkat” atau memacu semangat, membantu berpikir dan konsentrasi, mencegah kelelahan dan mempertahankan kinerja pada tugas yang menonton dan lama, serta meningkatkan kemampuan dalam situasi stres.

f. Memenuhi Kecanduan (Adiktif)

Merokok semata-mata untuk memenuhi tuntutan atau mencegah terjadinya sindroma penarikan, yang akan timbul apabila seorang perokok telah melewati 30–40 menit atau kurang tanpa rokok.

g. Keterbiasaan (Otomatis)

Ini terjadi pada sebagian perokok berat yang dengan tak disadari lagi secara otomatis akan mencari sebatang rokok. Ini baru disadari hanya jika tangannya sudah kosong, yakni tidak memegang rokok.

## 7. Kajian Islam tentang Merokok

Paru-paru adalah karunia Allah kepada manusia, yang tidak disadari oleh orang yang sehat. Orang yang tak belajar anatomi, ia tidak tahu bahwa yang menyebabkannya dapat bernapas adalah paru-paru. Dengan kata lain, paru-paru adalah alat pernapasan yang diperoleh manusia dari Allah secara gratis, yang telah ada di dalam tubuhnya sejak lahir. Demikian kata Prof. Dr. Zakiah Darajat (dalam Hutapea, 2013: 339). Selama pernapasan tak terganggu, orang awam tidak tahu bahwa ada alat pernapasan yang bekerja khusus melakukan pengaturan udara di dalam tubuh-

nya. Ketika paru-parunya terganggu melaksanakan fungsinya, manusia merasa sesak napas, bahkan merasakan sakit. Kadang-kadang orang yang sakit itu, perlu dibantu dengan pernapasan buatan dengan memasukkan oksigen yang dipompakan lewat hidung. Betapa berat dan sulitnya untuk bernapas dengan bantuan dari luar itu.

Salah satu diantara penyebab terganggunya kesehatan paru-paru tersebut adalah merokok. Asap rokok yang dihirup terlalu banyak dapat merusak paru-paru manusia. Orang yang sudah terlanjur banyak merokok, amat sulit baginya menghentikan menghisap rokok itu. Memang bagi orang-orang tertentu, seperti yang tertekan perasaan (frustasi), orang yang mengalami kebimbangan (konflik batin) atau cemas (*anxiety*) biasanya menyukai rokok.

Mahabijaksana Allah yang telah memakruhkan rokok. Ini berarti orang yang sengaja menghindari merokok, ia berpahala karena mengindahkan teguran Allah. Tapi kalau ia tidak mampu menahan diri, ia boleh merokok tapi tidak berpahala dan tidak berdosa. Namun bagi manusia yang bijaksana, yang mengetahui bahaya merokok bagi paru-parunya, tentu dia tidak akan membiasakan dirinya condong kepada rokok. Betapa besarnya nikmat paru-paru yang dianugerahkan Allah kepada manusia, yang menunjang kehidupannya, hanya saja manusia tidak tahu dan tidak sadar. Karena itu, berbahagialah manusia yang sadar dan mampu memelihara nikmat Allah yang diterimanya dengan syukur. Tentu orang yang menjaga kesehatan paru-parunya, misalnya dengan tidak merokok, akan terhindar

dari penyakit yang diakibatkan oleh rusaknya paru-paru, seperti batuk, sesak napas, dan sebagainya. Dalam firman Allah surat Ibrahim ayat 7:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي

لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih". (QS. Ibrahim [14]: 7)

Firman Allah Swt tersebut menegaskan bahwa orang yang pandai menjaga dan mensyukuri karunia yang telah diberikan kepadanya akan diberikan nikmat yang lebih. Sedangkan orang yang mengingkari nikmat yang telah diberikan kepadanya maka ia akan mendapatkan akibat yang pedih. Mengenai perbuatan ingkar tersebut bisa juga diartikan sebagai perilaku manusia yang menganiaya dirinya sendiri seperti dalam firman Allah surat Ali Imran ayat 135:

وَالَّذِينَ إِذَا فَعَلُوا فَحِشَةً أَوْ ظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ ذَكَرُوا اللَّهَ فَاسْتَغْفَرُوا

لِدُنُوبِهِمْ وَمَنْ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ إِلَّا اللَّهُ وَلَمْ يُصِرُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلُوا وَهُمْ

يَعْلَمُونَ ﴿١٣٥﴾

Dan (juga) orang-orang yang apabila mengerjakan perbuatan keji atau menganiaya diri sendiri, mereka ingat akan Allah, lalu memohon ampun terhadap dosa-dosa mereka dan siapa lagi yang dapat mengampuni dosa selain dari pada Allah? dan mereka tidak meneruskan perbuatan kejinya itu, sedang mereka Mengetahui. (QS. Ali Imran [3]: 135)

Perbuatan keji (faahisyah) yang dimaksud dalam ayat tersebut ialah dosa besar yang mana mudharatnya tidak hanya menimpa diri sendiri tetapi juga orang lain, seperti zina, riba. Menganiaya diri sendiri ialah melakukan dosa yang mana mudharatnya hanya menimpa diri sendiri baik yang besar atau kecil. Merokok tergolong tindakan menganiaya diri sendiri dan merugikan orang lain karena asap rokok itu tidak hanya akan merusak sistem pernafasan orang tersebut tetapi juga mengganggu kesehatan orang lain, sehingga sudah semestinya sebagai manusia berakal kita memikirkan terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu yang merugikan untuk diri kita dan orang lain.

### **C. Pengaruh Persepsi Label Peringatan Bergambar pada Kemasan Rokok terhadap Minat Merokok**

Merokok merupakan kebiasaan yang sudah menjadi bagian dari budaya Indonesia yang diturunkan temurun dari nenek moyang sehingga tidak mengherankan kalau tidak sulit untuk mempromosikan produk-produk rokok ini. Sebagai mana yang dijelaskan oleh Hutapea (2013: xv) Kebiasaan merokok yang sudah ada kira-kira tahun 600 SM kemudian kebiasaan itu menyebar ke berbagai pelosok dunia, ternyata di Indonesia kebiasaan itu mendapat sambutan yang baik sehingga cepat sekali menjadi bagian dari budaya se-

tempat, gaya hidup dan kultur merokok di Indonesia. Selain itu, merokok bukan hanya sebuah perilaku personal yang memuaskan dan menghilangkan penat tetapi juga mempermudah menjalin hubungan dengan orang lain. Hal serupa dinyatakan oleh salah satu subjek wawancara bahwa ia pertama kali merokok ketika sekolah menengah atas karena hal tersebut dapat membawa pertemanan dan ia tidak tahu kenapa rokok berbahaya (FR 1 dan FR 2). Dengan citra keren, gaul, dan sangar yang dibangun oleh produk rokok ini dalam promosinya membuat para remaja mudah tertarik untuk mencoba mencitrakan dirinya seperti itu dengan menjadi perokok. Subjek wawancara juga mengatakan bahwa awal-awal mencoba rokok hanya untuk keren-kerenan supaya terlihat sehingga dia justru merokok di tempat umum yang terlihat (RF 2). Beralasan dari ketertarikan itu, menjadikan perilaku merokok ini mudah menyebar di kalangan remaja dan membuat mereka menjadi kecanduan/ ketergantungan tanpa sadar akan bahaya yang ditimbulkan oleh perilaku merokok tersebut.

Bahaya kesehatan dan polusi yang ditimbulkan dari rokok sering dilupakan oleh orang banyak. Merokok menyebabkan seseorang cenderung memiliki resiko lebih tinggi untuk terkena kanker dan serangan jantung, khususnya orang yang mulai merokok sedari usia belia. Jika dibandingkan dengan orang-orang yang tidak merokok, timbulnya penyakit koroner lebih tinggi 50% bagi orang-orang yang merokok kira-kira satu bungkus setiap hari, dan 200% bagi orang-orang yang merokok lebih dari satu bungkus (Sarafino dalam Smet, 1994). Tidak hanya itu, merokok juga menambah risiko berbagai macam penyakit lain seperti kanker, metabolik-endokrin, gastrointestinal, re-

produksi dan kehamilan, kulit, asma, infeksi saluran pernapasan, tuberkulosis paru, dan lainnya. Dampak kesehatan dari perilaku merokok ini berbanding terbalik dengan kenyamanan psikologis yang didapatkan oleh orang tersebut. Sehingga beberapa pihak yang mulai peduli dengan permasalahan ini mulai membuat langkah untuk memperingatkan, mencegah, dan mengurangi kesenangan terhadap rokok ini. Upaya-upaya untuk mengingatkan tersebut dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan memberikan pesan secara visual melalui gambar, tulisan, dan video.

Gambar peringatan pada kemasan rokok merupakan salah satu upaya untuk mengingatkan perokok akan bahaya yang ditimbulkan dengan menggambarkan bahaya tersebut melalui gambar. Peringatan tersebut bersifat persuasif yang berusaha mempengaruhi nilai-nilai, sikap, kepercayaan, dan motivasi yang dimiliki para perokok terhadap rokok tersebut. Tujuan utama persuasi gambar pada kemasan rokok ini yaitu membuat konsumen mengubah kecenderungannya terhadap rokok (Liliweri, 2011: 148). Dengan melihat pesan bergambar tersebut akan menimbulkan persepsi yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang. Seorang pria yang yakin bahwa rokok bisa menyebabkan kanker paru-paru mungkin akan menolak untuk merokok (Severen dan Tankard, 2007: 177).

Jika seseorang menyukai rokok maka orang tersebut akan lebih sensitif dengan pesan tentang produk rokok (Liliweri, 2011: 148). Dengan pendekatan tersebut, gambar pada kemasan rokok mencoba untuk mempengaruhi

konsumen rokok lewat kognisi dan emosinya terhadap rokok. Dia akan benar-benar memikirkan pesan yang ada karena hal tersebut terkait apa yang ia sukai. Gambar pada kemasan rokok ini akan terus mendorong perokok untuk terpapar peringatan visual tersebut selama mengkonsumsi rokok sehingga hal itu akan membentuk persepsi baru terhadap rokok dan mengubah kecenderungan personal perokok terhadap rokok. Pesan bergambar ini memungkinkan pembuat pesan bertindak sebagai seorang persuader terhadap penerima pesan, di mana seorang persuader akan mengubah persepsi lamanya terhadap rokok dan mengurangi kecenderungan terhadap rokok sehingga perilakunya dapat berubah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembuat pesan (Liliweri, 2011: 137).

#### **A. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan yang harus dibuktikan kebenarannya. Berdasar pada tinjauan teori dan kerang pemikiran yang telah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ada pengaruh negatif persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok terhadap minat merokok mahasiswa UIN Maliki Malang. Semakin tinggi persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok maka semakin rendah minat merokok pada mahasiswa UIN Maliki Malang, dan sebaliknya, semakin rendah persepsi label peringatan bergambar pada kemasan rokok maka semakin tinggi minat merokok pada mahasiswa UIN Maliki Malang.