

PERSEPSI LAKI - LAKI DEWASA TERHADAP FOTO KANKER PADA KEMASAN ROKOK DI WILAYAH KERJA PT. SINAR TERANG BALIKPAPAN KOTA SAMARINDA

Prima Avian Tama¹, Johantan Alfando²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Laki - Laki Dewasa Terhadap Foto Kanker Pada Kemasan Rokok di Wilayah Kerja PT. Sinar Terang Balikpapan Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis dari Miles dan Huberman dengan siklus mulai pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi awal yang dikemukakan dari setiap laki - laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok di wilayah kerja PT. STB ini memiliki persepsi yang hampir sama. Pada tahap stimulus, tidak begitu menghiraukan foto tersebut, karena foto tersebut seperti dibuat-buat untuk menakuti para perokok. Pada tahap registrasi, semua informan paham bahwa pesan tersebut untuk mengingatkan para perokok agar mengurangi intensitas merokok mereka. Pada tahap interpretasi, semua informan menunjukkan ketegasannya pada foto kanker pada kemasan rokok sebagai bentuk informasi dan edukasi tentang bahaya merokok. Hasil temuan persepsi informan memunculkan persepsi positif dan negatif. Saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan yaitu, memperbesar lagi pesan menjadi 50% atau 70% agar para perokok melihat dengan jelas pesan tersebut. Selain pencantuman pada kemasan di toko-toko atau mini market juga harus mencantumkan pesan peringatan tersebut, bahwa ini bukan hanya sekedar pesan peringatan biasa.

Kata Kunci: *Persepsi, Laki - Laki Dewasa, Foto Kanker, Kemasan Rokok.*

Pendahuluan

Seiring perkembangannya di berbagai negara mengharuskan pemasangan pesan peringatan yang memperlihatkan dampak negatif dari kebiasaan merokok pada kemasan rokok sebagai upaya untuk mengurangi konsumsi rokok dan meningkatkan kesadaran akan bahaya dari merokok. Di Indonesia sendiri pemasangan pesan peringatan mulai 24 juni 2014 meliputi pesan berupa tulisan,

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: primaaviantama1604@gmail.com

² Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

kemudian mengubah menjadi gambar, dan juga menambahkan layanan berhenti merokok. Hal ini berdasarkan Direktorat Jendela Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan Kementerian Kesehatan, Prof. Tjandra Yoga Aditama mengatakan semua kemasan rokok di Indonesia wajib di isi lima gambar peringatan bahaya merokok mulai 24 juni 2014. Semua perusahaan rokok di Indonesia sudah sepakat untuk memasang lima gambar bahaya merokok seiring dengan sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Perilaku Perokok Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Produk Tembakau Bagi Kesehatan yang sudah disosialisasikan selama 1,5 tahun terakhir (antaranews). Namun penting untuk memahami sejauh mana gambar-gambar ini mempengaruhi persepsi dan pengetahuan laki-laki dewasa terkait kebiasaan merokok.

Di Indonesia, kebiasaan merokok sudah menjadi masalah kesahatan utama. Menurut studi di tahun 2015 jumlah perokok aktif di Indonesia semakin meningkat, *World Health Organization* (WHO) mencatat jumlah perokok aktif di Indonesia sebanyak 72.723.300 perokok dan jumlah tersebut diprediksi semakin meningkat pada tahun 2025 menjadi 96.776.800 perokok. Hasil *Global Adult Tobacco Survey* (GATS) Dalam temuannya, selama 10 tahun terakhir terjadi peningkatan signifikan pada jumlah perokok dewasa sebanyak 8,8 juta orang, yaitu dari 60,3 juta di tahun 2011 menjadi 69,1 juta perokok di tahun 2021 (Kemenkes RI, 2022).

Laki-laki memiliki peran yang signifikan dalam konsumsi rokok di Indonesia. Data SUSENAS (2019) menunjukkan bahwa 97,7% laki - laki dan 2,3% perempuan merokok setiap hari. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa laki-laki adalah perokok aktif terbanyak setiap harinya, dengan demikian pentingnya Memahami persepsi laki - laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok akan membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk merokok, faktor-faktor pendorong atau penghambat dalam upaya berhenti merokok, dan strategi yang dapat digunakan untuk mengurangi perilaku merokok di kalangan laki-laki dewasa.

Buruh merupakan salah satu jenis pekerjaan dengan jumlah perokok terbanyak, buruh umumnya merupakan kelompok pekerja yang memiliki tantangan kesehatan dan risiko pekerjaan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, tentang persepsi mereka terhadap foto kanker pada kemasan rokok sebagai salah satu kelompok pekerja yang mungkin terpapar risiko kesehatan dan memiliki kebutuhan khusus dalam hal kesehatan kerja. Data riset kesehatan dasar KALTIM (2018) menunjukkan bahwa proporsinya adalah 54,00% pada buruh. Jika dilihat dari usia, presentase tertinggi perokok berat berada di usia 25 hingga 44 tahun (<https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/laporan-hasil-survei/>).

Tujuan setiap kemasan rokok memiliki gambar bahaya merokok yaitu untuk lebih memvisualisasikan sekaligus menyebarkan informasi yang benar

melalui edukasi dan pengetahuan kepada masyarakat tentang bahaya dari perilaku merokok. Melalui gambar yang mudah dilihat, relevan, dan mudah diingat diharapkan mampu menggambarkan aspek yang perlu diketahui oleh setiap orang sehingga masyarakat lebih memikirkan risiko atau bahaya yang akan dialami jika tetap membeli dan mengonsumsi rokok.

Foto kanker akan memberikan representasi grafis dari komplikasi penyakit yang terkait dengan merokok. Foto kanker yang tertera pada kemasan rokok sebagai bagian dari pesan yang disampaikan atau dikomunikasikan melalui tulisan dan gambar. Untuk menyampaikan maksud dan tujuannya, foto kanker pada kemasan rokok merupakan salah satu bentuk komunikasi visual. Dalam hal ini, masyarakat diharapkan sadar akan bahaya merokok dan pencantuman foto kanker dapat memberikan efek jera bagi para perokok aktif.

Pekerja yang mempunyai kebiasaan merokok lebih mungkin mengalami gangguan paru-paru dibandingkan pekerja yang tidak memiliki kebiasaan merokok. Menurut Gultom efek paparan debu juga akan diperburuk dengan kebiasaan merokok dan dapat menyebabkan penyakit atau gangguan pada paru-paru (dalam Alya, 2021). Hal ini dikarenakan asap rokok menghilangkan rambut silia di saluran pernapasan, yang berfungsi sebagai filter udara yang bernapas. Dengan demikian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang persepsi terkait foto kanker pada kemasan rokok di kalangan buruh yang berada dalam konteks lingkungan kerja yang sama.

Kerangka Dasar Teori

Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses penerjemahan dari stimulus yang diterima oleh individu serta akan membentuk suatu tanggapan ataupun sebuah konklusi. Persepsi artinya pengalaman perihal suatu insiden, objek, atau korelas yang bisa diperoleh dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan (Rakhmat, 2018). Persepsi memiliki peran yang sangat krusial pada tercapainya atau keberhasilan komunikasi. Hal ini berarti bahwa, kecermatan pada mempersepsikan stimulus indrawi dapat mengantarkan keberhasilan komunikasi. kebalikannya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, mengakibatkan kegagalan komunikasi.

Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah proses pertukaran pesan visual antara komunikator dan komunikan melalui penciptaan umpan balik tertentu. Menurut Martin Lester, komunikasi visual adalah segala bentuk pesan yang merangsang indera penglihatan bagi siapa saja yang melihatnya (Sukirno, 2020). Komunikasi visual melibatkan mekanisme kerja indra visual, yang menangkap kesan objek visual dan mengirimkannya ke otak untuk menciptakan interpretasi makna tertentu. Dalam komunikasi visual, proses pertukaran pesan melibatkan simbol,

huruf, warna, foto, gambar, grafik, dan elemen visual lainnya melalui varian media yang memiliki interpretasi makna tertentu (Pundra, 2021: 3).

Media Komunikasi Visual

Media komunikasi visual adalah seperangkat alat yang digunakan untuk mendukung kelancaran komunikasi. Dengan demikian, media visual dapat diartikan sebagai alat, media saluran atau media komunikasi yang berfokus pada tulisan atau gambar yang ditangkap oleh indera penglihatan.

Orang Dewasa

Istilah *adult* berasal dari kata kerja latin yang berarti tumbuh. Oleh karena itu, orang dewasa adalah orang yang berada pada akhir fase perkembangannya, yang siap berpartisipasi dalam kehidupan sosial dengan orang dewasa lainnya. Menurut Hurlock, dewasa adalah seseorang yang telah dewasa dan siap menerima posisinya dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya (Alifia Fernanda 2019).

Kemasan

Kemasan adalah kemasan/wadah produk yang sangat erat hubungannya dengan label dan merek, karena baik label maupun merek tercetak pada kemasan. Kemasan adalah bidang desain komunikasi visual, yang karena aktivitasnya langsung ke konsumen, memiliki banyak persyaratan khusus, termasuk persyaratan teknis, kreatif, komunikasi, dan pemasaran, yang harus diterjemahkan ke dalam bahasa visual (Apriyanti 2018).

Kemasan rokok memainkan peran penting dalam cara seseorang memandang produk. Rancangan kemasan, termasuk penggunaan citra kanker, dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bahaya merokok dan dampak negatifnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana gambar kanker pada kemasan rokok mempengaruhi persepsi orang dewasa terhadap rokok dan faktor-faktor yang mempengaruhi reaksi mereka terhadap kemasan tersebut.

Rokok

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sebatang rokok adalah sebuah silinder kertas berukuran panjang 70-120 mm (bervariasi menurut negara) berdiameter 10 mm yang berisi daun tembakau cincang. Rokok dihisap dari satu ujung dan dibiarkan menyala agar asapnya dapat dihirup melalui mulut dari ujung yang lain (Sodik, 2018).

Rokok adalah produk tembakau yang dimaksudkan untuk dihisap dan dihisap dan/atau dihirup, termasuk rokok rangka, rokok putih, cerutu atau produk lainnya yang terbuat dari nikotin dan *nicotina rustica* dan spesies lainnya atau bentuk sintetikanya, yang asapnya mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan (PP No. 109 tahun 2012).

Dampak Merokok Bagi Kesehatan

Sesuai dengan foto yang ada pada kemasan rokok yang akan dibahas dan dijelaskan penulis. Ada tiga penyakit yang disebabkan karena mengkonsumsi rokok sebagai berikut:

1. Kanker Mulut

Salah satu penyakit akibat rokok adalah kanker mulut. Kanker mulut, juga dikenal sebagai karsinoma sel skuamosa, adalah bentuk kanker mematikan yang dapat membunuh banyak orang. Jenis kanker ini menyumbang lebih dari 90% dari jenis kanker mulut ini. Menurut penelitian, 80% pasien kanker sel skuamosa merokok. Karena risiko kematian akibat penyakit ini, ada baiknya perokok berhati-hati jika mengalami luka memar di rongga mulut, terutama di bagian pengecap.

2. Kanker Tenggorokan

Kanker tenggorokan ditandai dengan pertumbuhan abnormal jaringan di laring, laring atau bagian tenggorokan lainnya. Peminum dan perokok bisa bertaruh pada kanker tenggorokan. Gejala yang paling umum dari kanker tenggorokan adalah menggigil, keringat malam, demam, penurunan berat badan, kelelahan dan ketidakmampuan untuk makan.

3. Kanker Paru-paru

Merokok diketahui menyebabkan sekitar 90% kasus kanker paru-paru. Ini karena menghirup asap tembakau masuk ke paru-paru. Racun dalam rokok dapat menyebabkan pertumbuhan sel abnormal di paru-paru. Kanker paru-paru diperkirakan menyerang 1 dari 10 perokok sedang dan 1 dari 5 perokok berat. Selain itu, orang dengan riwayat keluarga kanker paru-paru memiliki risiko yang sedikit lebih tinggi untuk mengembangkannya.

Perilaku Merokok dan Perokok

Menurut Ogawa (Sodik, 2018), perilaku merokok dulu disebut kebiasaan atau adiksi, tetapi sekarang merokok disebut adiksi tembakau atau tembakau adiksi. Ketergantungan tembakau sendiri dapat didefinisikan sebagai penggunaan tembakau terus menerus, biasanya lebih dari setengah bungkus rokok per hari, sehubungan dengan stres tambahan yang disebabkan oleh kebutuhan untuk merokok berulang kali.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perokok adalah orang yang menyukai atau menyenangi rokok. jika mereka merokok, mereka sering disebut perokok aktif, dan mereka yang hanya menghirup asap tembakau dari perokok lain adalah perokok pasif.

Perilaku merokok dapat diklasifikasikan berdasarkan banyaknya batang rokok yang dihisap (Sodik, 2018), yaitu :

- a) Perokok berat yang menghisap 15 batang rokok dalam sehari.
- b) Perokok sedang yang menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari.
- c) Perokok ringan yang menghisap 1-4 batang rokok dalam sehari.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perokok adalah orang yang menyukai atau menyenangi rokok. Jika mereka merokok, mereka sering disebut perokok aktif, dan mereka yang hanya menghirup asap tembakau dari perokok lain adalah perokok pasif.

Foto Kanker Pada Kemasan Rokok

Menurut penelitian, mayoritas perokok tidak menyadari bahaya sebenarnya yang ditimbulkan oleh racun tembakau. Di masa lalu, publikasi terbatas pada teks, sehingga tidak efektif dalam menyadarkan perokok dan pecandu. Diharapkan kampanye informasi akan lebih berhasil dengan gambar dan foto, yang tidak membutuhkan banyak tenaga seperti membaca teks. Tujuan dianggap lebih efektif dicapai melalui pesan visual, terutama di negara-negara dengan tingkat melek huruf yang rendah dan tingkat merokok tertinggi. Oleh karena itu, masuk akal jika orang miskin dan kurang berpendidikan akan mendapat manfaat terbesar dari kampanye pesan gambar. Agar pesan visual ini memiliki dampak yang bertahan lama dan mudah diingat, itu harus diubah secara teratur. Karena masyarakat mengabaikan seruan pemerintah, itu adalah langkah yang sulit. Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk mengurangi jumlah perokok agar tidak meningkat secara signifikan. Cara terbaik untuk mencapai tujuan ini adalah kampanye pesan bergambar pada kemasan rokok ini.

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional dalam penelitian ini yang berjudul persepsi laki-laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok adalah proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi panca indra tentang dampak yang diakibatkan ketika mengkonsumsi rokok yang diaplikasikan dalam bentuk visual pada kemasan rokok. Definisi konsepsional yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini adalah persepsi yang secara sederhana didefinisikan sebagai proses penerjemah terhadap stimulus yang diterima oleh panca indera dan menghasilkan suatu tanggapan atau kesimpulan. Laki-laki dewasa yang secara sederhana didefinisikan sebagai masa yang mulai menyadari perbedaan pendapat dan berbagai perspektif yang dipegang orang lain. Foto kanker pada kemasan rokok secara sederhana didefinisikan sebagai penyampaian pesan secara visual dengan menggunakan elemen-elemen dari komunikasi visual yaitu tata letak, warna, ilustrasi dan tipografi. Dalam konteks rokok, kemasan merujuk pada bungkus yang digunakan untuk memasarkan dan menjual produk rokok kepada konsumen. Kemasan rokok sering kali dilengkapi dengan pesan-pesan peringatan bahaya merokok yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi persepsi penerima terhadap bahaya merokok. Rokok merujuk kepada produk tembakau yang dikonsumsi melalui pembakaran dan menghasilkan asap yang dihirup oleh perokok. Rokok mengandung zat-zat berbahaya dan nikotin yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan serius, termasuk penyakit jantung, kanker, dan gangguan pernapasan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian penulis adalah penelitian kualitatif deskriptif, atau penelitian yang bertujuan untuk mengetahui realitas yang dialami subjek secara keseluruhan dan menggunakan cara mendeskripsikan istilah dan bentuk linguistik dalam konteks alamiah tertentu dan keunggulan metode ilmiah yang berbeda (Moleong, 2016: 6).

Fokus Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana orang dewasa melihat gambar kanker pada kemasan rokok. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, fokus penelitian ini adalah proses pembentukan persepsi menurut Miftah Tohah (dalam Angelina, 2021) adalah sebagai berikut :

1. Stimulus atau rangsangan yakni pada foto kanker pada kemasan rokok.
2. Registrasi yakni proses penerimaan informasi yang diterima oleh reseptor (alat indera).
3. Interpretasi yakni proses pemberian arti atau makna terhadap stimulus yang menunjukkan dampak negatif merokok pada kemasan rokok.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini bersumber dari data primer dan data sekunder yang diuraikan sebagai berikut :

1. Data primer atau data dasar adalah data yang diperoleh langsung dari observasi lapangan setelah wawancara langsung dengan para narasumber di lokasi penelitian. Yaitu kepada tenaga kerja buruh di wilayah PT. Sinar Terang Balikpapan kota Samarinda.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi, antara lain dokumen atau file, laporan, buku-buku ilmiah dan artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yakni menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data. Pemilihan informan ini didasarkan atas subyek yang dianggap sesuai dengan kriteria informan yang nantinya akan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian terkait permasalahan yang diangkat.

penelitian menentukan informan dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Sugiyono (2016:85) menyatakan bahwa Teknik Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dilakukan berdasarkan pada kelayakan informan dalam menjawab permasalahan dalam penelitian mulai dari kriteria-kriteria yang dibuat agar mampu menjawab permasalahan penelitian secara tuntas.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah orang-orang yang dipilih karena dianggap sesuai terhadap kebutuhan informasi bagi peneliti. Kriteria - kriteria informan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Perokok berat yang ada di wilayah kerja PT. Sinar Terang Balikpapan kota Samarinda.
2. Laki-laki usia 20-40 tahun. Masa dewasa awal, dimana seseorang menjadi sadar akan sudut pandang dan pendapat orang lain yang berbeda.
3. Merokok minimal 1 bungkus rokok per hari.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Penelitian Dokumen

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data deskriptif kualitatif dari Matthew. B. Milles dan A. Michael Huberman yang dikutip oleh Sugiono dalam bukunya Metode Penelitian Manajemen (2014:404) yang meliputi empat komponen, yaitu :

1. Pengumpulan data, yaitu data mentah yang dikumpulkan dalam penelitian.
2. Representasi data, yaitu kumpulan data terstruktur yang memungkinkan ditariknya kesimpulan tentang implementasi data tersebut.
3. Reduksi data adalah proses pemilihan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang dihasilkan dari catatan tertulis di lapangan.
4. Membuat kesimpulan adalah proses mencari arti dari sesuatu, menemukan keteraturan, pola, penjelasan tentang kemungkinan pengaturan, sebab akibat dan hubungan penelitian. Kesimpulan juga diverifikasi selama penyelidikan.

Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Lokasi Penelitian

PT. Sinar Terang Balikpapan yang berlokasi di Jalan Teuku Umar Blok. BD No.08 kompleks pergudangan Ir. Sutami tahap 3 Samarinda Kalimantan Timur ini didirikan pada tahun 2012 merupakan anak perusahaan dari PT. STMB Group yang bergerak di bidang Distribusi *Consumer Goods* yang memiliki beberapa cabang di Kaltim & Kaltara. Informan dalam penelitian ini adalah buruh di PT. Sinar Terang Balikpapan. Secara keseluruhan jumlah karyawan laki laki di PT. Sinar Terang Balikpapan adalah sebanyak 33 orang dengan usia mulai dari 21 - 40 tahun dan mayoritas karyawan merupakan perokok. Berdasarkan observasi awal yang di lakukan tepatnya di PT. Sinar Terang Balikpapan menemukan terdapat 5

orang perokok berat yang menghisap 15 batang rokok dalam sehari, 24 orang perokok sedang yang menghisap 5-14 batang rokok dalam sehari dan 4 orang yang bukan perokok.

Hasil wawancara dengan informan mengenai Persepsi Orang Dewasa Terhadap Foto Kanker pada Kemasan Rokok di Wilayah Kerja PT. Sinar Terang Balikpapan Kota Samarinda. dapat disimpulkan bahwa tanggapan yang hampir sama terhadap foto kanker pada kemasan rokok hanya sebatas pesan peringatan bahaya merokok tidak lebih. Para informan juga mengatakan mereka tidak begitu menghiraukan gambar tersebut, karena menurut informan gambat tersebut hanya dibuat-buat untuk menakuti para perokok agar berhenti merokok.

Berdasarkan interpretasi yang dikemukakan karyawan PT. Sinar Terang Balikpapan bahwa pesan peringatan yang ada pada kemasan rokok merupakan pemberitahuan kepada semua orang jika mengkonsumsi rokok akan berdampak buruk bagi tubuh. Selain isi dari pesan peringatan bahaya merokok informan juga memberi tanggapan positif terkait layanan berhenti merokok pada kemasan rokok.

Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti membuat wawancara terstruktur dengan beberapa pertanyaan mengenai foto kanker pada kemasan rokok kemudian diberikan kepada informan sebanyak 5 karyawan PT. STB yang merupakan perokok berat untuk dijawab. Untuk mengetahui persepsi laki-laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok di wilayah kerja PT. STB, peneliti membuat beberapa tahapan pada proses persepsi dengan beberapa pertanyaan. Pertanyaan yang dibuat oleh peneliti berdasarkan pada tahapan proses terjadinya persepsi menurut Miftah Tohah, tahapan persepsi tersebut meliputi tahapan stimulus, tahapan registrasi dan tahap interpretasi.

1. Tahapan Stimulus

Temuan pada tahap stimulus bahwa persepsi laki-laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok peneliti memberikan sebuah pertanyaan berupa rangsangan kepada informan, semua informan menjawab bahwa mereka semua sudah mengetahui gambar peringatan bahaya merokok yang terdapat pada kemasan rokok, bahkan peringatan bahaya tersebut sangat terlihat jelas.

Dalam teori penilaian sosial menurut Muzafer Sherif upaya memperkirakan bagaimana seseorang menilai suatu pesan dan bagaimana penilaian yang dibuat tersebut dapat memengaruhi sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya. Proses yang sama juga berlaku dalam menilai pesan komunikasi. Hal ini disebutnya dengan persepsi sosial dalam kehidupan sosial, acuan atau referensi tersimpan didalam kepala berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Pada tahap ini Informan juga mengatakan bahwa adanya bentuk foto-foto penyakit pada kemasan rokok tidak membuat mereka takut, karena

mereka beranggapan bahwa foto-foto tersebut hanya mengada-ngada dan dibuat-buat tidak sesuai dengan efek merokok yang mereka rasakan. Hal ini sejalan dengan Teori penilaian sosial disusun berdasarkan penelitian Muzafer Sherif yang berupaya memperkirakan bagaimana seseorang menilai suatu pesan dan bagaimana penilaian yang dibuat tersebut dapat memengaruhi system kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya (Morissan, 2018). Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa informan tidak begitu takut dengan foto kanker yang ada pada kemasan rokok. Informan menyatakan bahwa gambar tersebut dibuat-buat tidak sesuai dengan apa yang mereka rasakan, berdasarkan pengalamannya merokok informan hanya merasa batuk-batuk saja sehingga foto tersebut tidak membuat mereka berhenti merokok.

Komunikasi visual memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dengan cepat. Foto kanker pada kemasan rokok seringkali dirancang dengan menggunakan elemen visual yang menarik, seperti gambar yang mengerikan atau mengganggu. Karena itu, memahami bagaimana laki - laki dewasa merespons komunikasi visual ini, termasuk bagaimana mereka mempersepsikan dan menginterpretasikan gambar tersebut, Foto kanker bertujuan untuk menciptakan efek visual yang kuat dan memicu respons emosional pada individu yang melihatnya. Biasanya dalam persepsi ini akan terjadi penerimaan atau penolakan beberapa informasi yang membuat persepsi seseorang itu berbeda-beda menurut cara pandang atau pemahaman yang dimiliki individu itu sendiri. Jika informasi atau pesan yang disampaikan itu menarik bagi mereka yang melihat dan mendengar serta merasakan maka informasi itu akan diterima dengan baik pula yang membuat hasil persepsi menjadi positif dan jika informasi atau pesan yang disampaikan itu tidak menarik maka persepsi yang timbul akan menjadi persepsi yang negatif atau suatu penilaian yang dimaknai buruk terhadap subjek ataupun objek yang telah dipersepsikan tersebut.

Persepsi karyawan terhadap foto kanker pada kemasan rokok yaitu mereka memahami adanya gambar tersebut bahwa merokok tidak baik untuk kesehatan namun mereka tidak menanggapi jika foto kanker pada kemasan rokok sebagai sebuah pesan yang serius. Dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun 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 objek yang dipersepsikan.

2. Tahapan Registrasi

Pada tahap ini semua informan menyatakan bahwa pesan yang ada pada kemasan rokok itu mudah dimengerti dan mudah diterima maksud dan tujuannya yaitu senantiasa mengingatkan kepada para perokok agar

mengurangi intensitas merokok mereka.

Adapun temuan dari pendapat informan pada tahapan registrasi antara lain:

- 1) Diketahui bahwa terdapat pendapat positif foto kanker pada kemasan rokok ini memiliki unsur edukasi bahwa kebiasaan merokok bisa merusak tubuh.
- 2) Bahwa pesan yang disampaikan menggunakan media visual lebih mudah diterima.

Berdasarkan proses komunikasi visual ketepatan umpan balik menjadi ukuran keberhasilan bagi perancang objek visual. Kondisi tersebut dapat tercipta jika objek visual mampu membawakan pesan yang relevan kepada komunikan. Persepsi terjadi disebabkan adanya objek yang menjadi sasaran sehingga menimbulkan stimulus dan stimulus tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Jika unsur stimulus yang berbeda - beda akan menimbulkan persepsi yang beragam pula bagi khalayak.

3. Tahapan Interpretasi

Hasil temuan dalam tahapan interpretasi ini informan mengungkapkan persepsinya terhadap foto kanker pada kemasan rokok. Diketahui bahwa pesan yang ada pada kemasan rokok itu memberitahukan kepada semua orang jika mengkonsumsi rokok akan berdampak buruk seperti yang tercantum pada kemasan rokok dan diketahui juga bahwa informan menunjukkan ketegasannya pada foto kanker pada kemasan rokok sebagai bentuk informasi dan edukasi tentang bahaya merokok.

Persepsi informan yang menyatakan persepsi positif terhadap foto kanker pada kemasan rokok ini karena didasari oleh faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu, faktor struktural jika mempersepsi sesuatu maka mempersepsikan sebagai suatu keseluruhan tidak melihat bagian-bagiannya lalu menghimpunnya. Maksudnya, jika ingin memahami suatu peristiwa, maka tidak dapat meneliti fakta secara terpisah, tetapi harus memandangnya dalam hubungan secara keseluruhan.

4. Persepsi Positif dan Negatif

Hasil temuan persepsi informan melalui proses terbentuknya persepsi yaitu stimulus, registrasi dan interpretasi telah memunculkan persepsi positif dan negatif.

a. Persepsi Positif

Adapun persepsi positifnya adalah informan mengetahui dan memahami isi pesan dari dampak negatif perilaku merokok yang disampaikan secara visual pada kemasan rokok.

b. Persepsi Negatif

Sedangkan sisi negatifnya walaupun mereka sudah memahami pesan yang terdapat pada peringatan bahaya merokok, alasan mereka tetap saja

merokok adalah karena merokok sudah menjadi kebiasaan dan kebutuhan bagi mereka, jadi sulit untuk berhenti merokok.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan peneliti pada bab sebelumnya mengenai persepsi laki - laki dewasa terhadap foto kanker pada kemasan rokok di wilayah kerja PT. Sinar Terang Balikpapan kota Samarinda tidak jauh berbeda atas hasil yang didapat dari informan yang telah diwawancarai.

1. Berdasarkan proses terbentuknya persepsi stimulus dimana informan yang karyawan PT. Sinar Terang Balikpapan sebagian besar mengatakan sudah mengetahui adanya foto kanker pada kemasan rokok ini sebagai sebuah pesan peringatan dari dampak negatif merokok. Perokok memahami bahwa sebenarnya foto tersebut menjelaskan rokok yang mereka konsumsi sebenarnya tidak baik bagi Kesehatan namun adanya foto tersebut tidak membuat informan untuk berhenti merokok karena mereka menganggap informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan pengalaman yang mereka dapatkan.
2. Proses terbentuknya persepsi registrasi sebagai proses penerimaan informasi terhadap foto kanker pada kemasan rokok. Pada tahap registrasi ini, informan menanggapi pesan yang ada pada kemasan rokok dipahami dengan jelas dan mengatakan bahwa karena dengan gambar jadi lebih mudah dipahami.
3. Terbentuknya persepsi interpretasi dimana informan dapat menilai bahwa foto kanker pada kemasan rokok merupakan pemberitahuan kepada semua orang jika mengkonsumsi rokok akan berdampak buruk bagi tubuh. Selain isi dari pesan peringatan bahaya merokok, informan juga memberi tanggapan positif terkait layanan berhenti merokok pada kemasan rokok.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, bagi pemerintah khususnya Dinas Kesehatan dan Kementerian Kesehatan untuk memperbesar lagi pesan gambar merokok sebabkan kanker mulut, kanker tenggorokan dan kanker paru menjadi 50% atau 70% dari kemasan rokok agar para perokok melihat dengan jelas pesan tersebut. Selain pencantuman pada kemasan di toko-toko atau mini market yang menjual rokok harus mencantumkan pesan peringatan tersebut agar para perokok atau yang ingin mencoba merokok sadar bahwa ini bukan hanya sekedar pesan peringatan biasa. Indikator-indikator dalam pembuatan label peringatan merokok tersebut diharapkan dapat terwujud dan membuat perokok sadar.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, M.E. 2018. *“Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan”*. Sosio E-kons : Vol. 10, No. 1 : 20-27. Jakarta.
- Hurlock, E. B. 2012. *Psikologi Perkembangan, Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.

- Bangkok: Southeast Asia Tobacco Control Alliance.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2018. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Prenadamedia Group:Jakarta
- Rakmat, J. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sodik, M.A. 2018. *Merokok dan Bahayanya*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI.
- Sukirno, Z.L. 2020. “*Etika Komunikasi Visual Influeancer Dalam Promosi Pariwisata*”. JOTC, Vol. 4, No.2 : 127-138. Jember.

Dokumen – dokumen :

- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 *Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau*.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2017 *Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau*.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 *Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan*.

Sumber dari Internet :

- BKPK, Humas. 2022. “*Perokok Di Indonesia meningkat dalam sepuluh tahun terakhir*”. <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/perokok-dewasa-di-indonesia-meningkat-dalam-sepuluh-tahun-terakhir/>.
- BKPK. 2020. “*Laporan Provinsi Kalimantan Timur Riskesdas 2018*” <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/laporan-hasil-survei/>.