

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah perokok aktif terbanyak di dunia (Sofia & Paramitha, 2014). Berita tersebut berdasarkan dari data studi yang bertajuk *Smoking Prevalence and Cigarette Consumption in 187 Countries, 1980-2012* yang menyebutkan bahwa jumlah perokok pria sebesar 57 persen, sedangkan wanita sebesar 3,6 persen. Indonesia beradapada peringkat kedua untuk perokok pria dan peringkat keenam untuk perokok wanita. Meskipun banyak dari masyarakat yang mengetahui bahaya merokok, namun ternyata hal ini tidak mengurangi jumlah perokok di Indonesia, bahkan meningkat setiap tahunnya.

Departemen Kesehatan Republik Indonesia menyebutkan, kebiasaan merokok pada masyarakat Indonesia dapat memberikan dampak yang negatif bagi kesehatan, baik bagi perokok aktif maupun bagi perokok pasif. Pemerintah tidak hanya diam dalam menghadapi fenomena seperti ini. Dalam hal ini pemerintah telah menerbitkan beberapa regulasi yang tertuang dalam Undang-Undang nomor 36 tahun 2009 tentang kesehatan (Fadjar, 2014).

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 109 tahun 2012, yang terdapat dalam Undang-Undang nomor 36 tahun 2009, menyatakan tentang *Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan*. Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa PP 109 tahun 2012 adalah salah satu cara pemerintah untuk menekan angka prevalensi perokok di Indonesia dan merubah kebiasaan merokok menjadi kebiasaan hidup sehat.

Lebih lanjut pada Juni 2014, pemerintah Indonesia menetapkan peraturan bagi para produsen rokok untuk menyertakan gambar yang cukup menyeramkan pada produk kemasannya. Selain dalam kemasan, setiap iklan yang diproduksi oleh produsen rokok juga menggunakan gambar menyeramkan tersebut. Gambar yang ditampilkan dalam kemasan dan iklan

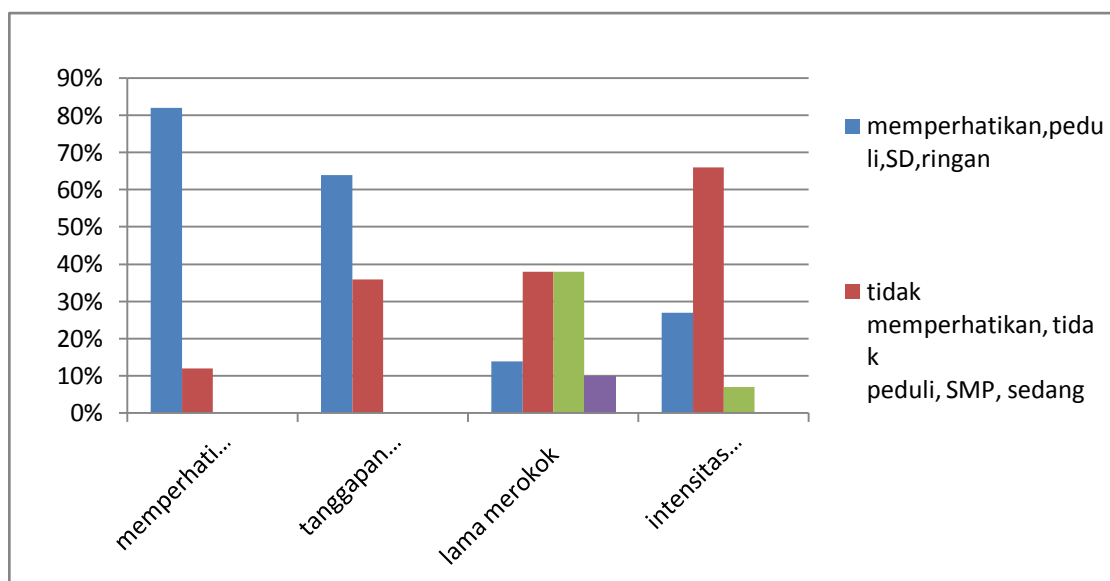
rokok tersebut mengilustrasikan bahaya dari merokok diantaranya gambar kanker mulut, gambar perokok dengan asap yang berbentuk tengkorak, gambar kanker paru-paru, gambar kanker tenggorokan, dan gambar orang yang sedang merokok dengan anak balita didekatnya.

Gambar menyeramkan yang terdapat pada setiap kemasan rokok merupakan sebuah pesan persuasif untuk memperingatkan konsumen akan bahaya rokok dengan istilah *Fear Appeal*. Menurut Perloff (dalam Gore dan Campanella, 2005), *Fear Appeal* merupakan pesan persuasif yang dirancang untuk menakut-nakuti orang dengan menggambarkan hal-hal mengerikan yang akan terjadi apabila mereka tidak melakukan apa yang disarankan oleh pesan tersebut. *Fear Appeal* ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran dari pembaca pesan mengenai resiko dari merokok.

Sebuah model *The Extended Parallel Process Model* (EPPM) yang dikembangkan oleh Witte (1992) menjelaskan kapan dan bagaimana *Fear Appeal* dapat berpengaruh ataupun tidak. Model ini menawarkan dua macam pendekatan untuk menjelaskan bagaimana individu merespon dan memproses suatu ancaman. Prinsip utama model ini menyatakan bahwa ketika individu berhadapan dengan pesan yang menakutkan, terdapat dua penilaian kognitif yang akan terjadi terhadap pesan tersebut. Pertama adalah penilaian terhadap ancaman dan yang kedua, adalah keyakinan terhadap pesan yang telah direkomendasikan (Witte, Meyer, & Martell, 2001, p.24). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gore dan Campanella (2005), menyebutkan bahwa *fear appeal* dalam bentuk informasi yang diberikan oleh praktisi kesehatan kepada masyarakat mengenai resiko meningitis, meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya meningitis dan pentingnya vaksinasi.

Berkaitan dengan kebijakan pemerintah mengenai *fear appeal*. Peneliti melakukan survey dan wawancara kepada mahasiswa UPI Bandung, mengenai kebijakan pemerintah tentang gambar menyeramkan yang terdapat pada bungkus rokok (*fear appeal*).

Grafik 1.1

Grafik Hasil Survey *Fear Appeal* pada Perokok Mahasiswa UPI Bandung

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada 45 mahasiswa, sebanyak 18% mahasiswa tidak memperhatikan gambar seram yang terdapat pada bungkus rokok dan 82% menyatakan bahwa mereka memperhatikan gambar seram yang terdapat pada bungkus rokok.

Adapun mengenai tanggapan subjek terhadap gambar seram tersebut menyatakan bahwa 36% merasa biasa saja dan tidak peduli, sedangkan 64% memberikan tanggapan bahwa, gambar seram yang terdapat pada bungkus rokok merupakan hal yang mengerikan dan gambar kanker tersebut merupakan hal yang baik untuk di publikasikan.

Jika dilihat dari lama mereka mengkonsumsi rokok, 14% menyatakan bahwa mereka memulai merokok sejak SD, 38% menyatakan bahwa mereka mengkonsumsi rokok sejak SMP, 38% menyatakan mereka merokok sejak SMA, dan 10% menyatakan bahwa mereka mulai mengkonsumsi rokok sejak menjadi mahasiswa.

Berdasarkan klasifikasi perokok menurut Smet (1994), dari hasil survey dapat di temukan sebanyak 27% menyatakan bahwa mereka termasuk dalam perokok ringan dengan mengkonsumsi rokok 1 sampai 4 batang rokok per-hari. Sebanyak 66% termasuk kedalam perokok sedang, dengan mengkonsumsi 5 sampai 14 batang rokok per-hari. 7% sisanya

termasuk kedalam perokok berat, yaitu dengan mengkonsumsi rokok lebih dari 15 batang per-hari.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan terhadap konsumen rokok mengenai fenomena *fear appeal* yang terdapat pada kemasan rokok, secara umum subjek menyatakan bahwa gambar tersebut tidak terlalu mempengaruhi terhadap intensitas merokok subjek. Fenomena *fear appeal* yang terdapat pada bungkus rokok hanya memberikan kesan seram dan menjijikkan pada awalnya saja, namun pada akhirnya subjek mengabaikan peringatan tersebut dengan cara menyobek, mengganti bungkus rokok, menutupinya dengan stiker dan lain-lain. Ketika ditanya mengenai apakah seorang perokok aktif dapat berhenti mengkonsumsi merokok, subjek menyatakan bahwa kemungkinan seorang perokok dapat berhenti. Adapun motif berhenti merokok tersebut bukan karena fenomena *fear appeal* yang terdapat pada bungkus rokok, melainkan karena keinginan sendiri, karena telah merasakan penyakit tertentu, karena prinsip seseorang tersebut dan lain-lain. Disamping itu subjek mengatakan proses berhenti merokok tidak dapat secara langsung berhenti, melainkan secara bertahap mengurangi intensitasnya.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang berupa penyebaran kuesioner dan wawancara kepada subjek sebagai konsumen rokok, dapat dikatakan bahwa subjek cenderung mengabaikan dan menolak peringatan yang berupa gambar menyeramkan (*fear appeal*) tersebut. Selain itu, karena dalam teori EPPM yang membahas mengenai *fear appeal* dan membagi *fear appeal* dalam dua pendekatan, yaitu ancaman yang tinggi dan keyakinan yang tinggi, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen dengan membandingkan perlakuan antara kelompok *high efficacy/no threat* dan *high threat/no efficacy*. Berdasarkan paparan mengenai fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai dampak *fear appeal* terhadap persepsi perilaku beresiko pada konsumen rokok mahasiswa UPI Bandung.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Fear appeal* dengan *treatmentHigh Efficacy* dapat mengubah persepsi pada perokok mahasiswa UPI Bandung sehingga mengikuti pesan yang dianjurkan?
2. Apakah *Fear Appeal* dengan *treatmentHigh Threat* dapat mengubah persepsi pada perokok mahasiswa UPI Bandung sehingga menolak pesan yang dianjurkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Fear Appeal* dengan *treatmentHigh Efficacy* terhadap persepsi perokok mahasiswa UPI Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Fear Appeal* dengan *treatmentHigh Threat* terhadap persepsi perokok mahasiswa UPI Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan lebih lanjut dalam bidang psikologi, terutama bagi psikologi industri dan organisasi dalam kajian konsumen dan teknik persuasif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini, dapat dijadikan sebagai acuan bagi pemerintah untuk dapat menekan angka prevalensi perokok di indonesia, serta memberikan pengetahuan kepada konsumen agar terhindar dari dampak gangguan kesehatan yang diakibatkan oleh rokok, dengan cara mengikuti segala anjuran-anjuran yang telah di buat dan disampaikan dalam bentuk *fear appeal*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk melengkapi keseluruhan pembahasan penelitian ini, penulis membaginya dalam beberapa bab, sebagai berikut:

1. Bab I akan membahas pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.
2. Bab II akan membahas landasan teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu teori persepsi, *fear appeal* dan Peraturan Pemerintah nomor 109 tahun 2012, kerangka berpikir, penelitian sebelumnya, dan hipotesis.
3. Bab III akan menguraikan secara singkat metode penelitian yang berisi lokasi dan partisipan penelitian, metode penelitian, desain eksperimen, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, pengembangan instrumen penelitian, tahapan eksperimen, pelaksanaan eksperimen, dan metode analisis data penelitian.
4. Bab IV mengemukakan hasil penelitian yang meliputi tahap analisis data serta pembahasannya.
5. Bab V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan diakhiri dengan saran yang dikemukakan dari hasil maupun pelaksanaan penelitian ini.