

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi tepatnya tahun 2014 masyarakat membutuhkan iklan untuk mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang digunakan sebagai bahan memilih untuk kebutuhannya. Oleh karena itu masyarakat lebih sering melihat produk yang menarik dan berkualitas untuk menjadi bahan pertimbangan supaya kebutuhan terpenuhi. Namun ada juga iklan yang menjual produk dan jarang beriklan karena mereka mendapatkan kepercayaan dari masyarakat karena produknya dibutuhkan oleh khalayak untuk kehidupan sehari-hari.

Rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan dapat mengakibatkan bahaya kesehatan bagi individu dan masyarakat. Berdasarkan PP No. 19 tahun 2003, diketahui bahwa rokok adalah hasil olahan tembakau dibungkus termasuk cerutu ataupun bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana tabacum*, *Nicotinana rustica* dan spesies lainnya atau sintetisnya yang mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan. Disamping itu Rokok adalah salah satu produk yang jarang sekali beriklan setiap saat di media elektronik karena rokok mempunyai jam tertentu untuk beriklan, namun rokok sangat menarik minat masyarakat untuk membeli produknya.

Bahkan jika mereka tidak mengonsumsi rokok mereka merasa kehidupannya menjadi tidak berwarna karena kebiasaan mereka mengonsumsi rokok dan tidak memikirkan kandungan berbahaya yang terdapat dalam rokok. Kandungan yang terdapat dalam rokok salah satunya adalah zat nikotin yang sangat berbahaya. Di dalam otak, nikotin menempel pada bagian tertentu dan menyebabkan otak melepaskan senyawa lain yang disebut dopamin.

Senyawa dopamin inilah yang memberikan efek menyenangkan, membuat pikiran lebih tenang dan memberikan rasa nyaman. Sehingga perokok menjadi kecanduan setelah menghisap rokok. Kecanduan rokok ini karena ketergantungan yang berlebihan pada rokok namun bagi perokok yang berat bisa dikatakan kecanduan tetapi bagi penikmat belum tentu kecanduan karena jika sudah tidak ada yang dinikmati lebih baik berhenti untuk merokok. Hampir setiap saat dapat dijumpai orang yang sedang merokok di sekitar kita. Berbagai alasan dan penyebab untuk merokok berbeda-beda mulai dari yang hanya iseng-iseng mencoba hingga sudah menjadi kecanduan karena rokok adalah sumber inspirasi. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 mengungkapkan jumlah perokok pada usia 10 tahun ke atas di Indonesia justru mengalami peningkatan dari 34,2 % di tahun 2007 menjadi 34,7% di tahun 2010, dan kini menjadi 36,3% di tahun 2013. Hasil ini cukup mengkhawatirkan mengingat pada masa tersebut pemerintah telah mengeluarkan label peringatan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok yang diperdagangkan.

Pemerintah kemudian mengambil langkah dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan. Pada pasal 24 (2), pemerintah mengkritik bagaimana istilah seperti *light*, *ultra light*, *mild*, *extra mild*, *low tar*, *slim*, *special*, *full flavor*, dan *premium* bersifat menyesatkan dan karenanya melarang penggunaan frasa-frasa tersebut.

PP 109 kemudian berargumen bahwa label yang menyertakan gambar akan lebih efektif dan mengutip bahwa terdapat sejumlah penelitian yang mendukungnya. Karenanya, pada pasal 14(1) diperintahkan agar label harus mengandung gambar dan tulisan dengan pengertian yang sama untuk mengedukasi dan menginformasikan kepada masyarakat tentang bahaya akibat penggunaan rokok secara lebih efektif. Label ini kemudian diimplementasikan dalam Peraturan Menteri Kesehatan No 28 tahun 2013 tentang Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena permasalahan merokok yang meningkat pada tiap tahunnya. Usaha pemerintah untuk mengatasi masalah ini dengan membuat visualisasi gambar peringatan merokok yang sebelumnya berupa pesan peringatan dilarang merokok pada kemasan rokok. Akan tetapi, peringatan tersebut tidak membuat jera para perokok, hingga akhirnya pemerintah kini mengeluarkan peraturan baru untuk menampilkan visualisasi gambar menyeramkan sebagai peringatan pada kemasan rokok.

Berdasarkan Kementerian Kesehatan RI tanggal 18 Juni 2014 pemerintah membuat peraturan yang dituangkan pada PP No 109/tahun 2014 dan peraturan Menteri Kesehatan/PERMENKES No.28 terhadap produk rokok wajib agar mencantumkan peringatan bahaya merokok bagi kesehatan dengan gambar menyeramkan. Salah satu produk yang sudah menaati peraturan tersebut adalah rokok Sampoerna Mild. Sampoerna Mild menampilkan gambar peringatan pada tiap kemasan produk rokok yang mereka produksi sehingga rokok Sampoerna Mild sudah mendukung regulasi yang dikeluarkan pemerintah agar menampilkan *visual* gambar menyeramkan pada tiap kemasan rokok.

Namun, masih banyak perokok yang mengabaikan visualisasi gambar peringatan tersebut dan tetap memilih untuk merokok padahal secara informasi mereka paham makna visualisasi tersebut. Faktor penyebab merokok salah satunya lingkungan dan pergaulan, lebih meluas lagi pada pelajar dan mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti memilih Mahasiswa Institut Kesenian Jakarta sebagai objek penelitian. Mahasiswa Institut Kesenian Jakarta yang seluruhnya berlatar belakang seni dan sebagian adalah perokok, mereka sadar akan *visual* pada kemasan namun mereka tidak mengindahkan peringatan tersebut. Mereka bahkan secara bebas merokok dilingkungan kampus.

Dari uraian di atas, peneliti berasumsi bahwa kemasan rokok yang mempunyai *visual* gambar peringatan belum mengurangi jumlah perokok. Untuk itulah peneliti melakukan penelitian guna mengetahui efektivitas visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu seberapa besar efektivitas visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini dirumuskan untuk mengukur efektivitas visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild kepada mahasiswa Institut Kesenian Jakarta berdasarkan jenis kelamin dan usia.

I.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan teori periklanan khususnya yang berhubungan dengan produk dan kemasan.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Institut Kesenian Jakarta untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya merokok terhadap perokok (Mahasiswa/i), serta penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai evaluasi kinerja pada Institut Kesenian Jakarta.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bagian :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, seperti Komunikasi *Visual*, Periklanan, Efektivitas, Kemasan, Kerangka Berfikir dan Operasional Konsep.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta waktu dan tempat Penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil perusahaan dan hasil penelitian yang sudah diteliti dan dibahas secara deskriptif mengenai efektivitas visualisasi gambar pada kemasan dan karakteristik responden dengan distribusi frekuensi, rata-rata skor, rentang skala penilaian, dan tabulasi silang.

BAB V PENUTUP

Bab ini diuraikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, peneliti juga memberikan saran agar dapat memperoleh manfaat dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN