

**EFEKTIVITAS VISUALISASI GAMBAR PADA KEMASAN ROKOK  
SAMPOERNA MILD  
(Survei Pada Mahasiswa Institut Kesenian Jakarta)**

**Lita Anggraini**

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi 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 pada kemasan rokok. Berdasarkan KEMENKES RI 18/06/2014 pemerintah membuat peraturan pada PP No 109/tahun 2014 dan PERMENKES No.28 terhadap produk rokok wajib mencantumkan peringatan bahaya merokok bagi kesehatan dengan gambar menyeramkan. Tujuan Penelitian Mengukur efektivitas visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild berdasarkan jenis kelamin dan usia. Teori yang digunakan yaitu Komunikasi *Visual*, Periklanan dan Kemasan. Metodologi Penelitian Menggunakan pendekatan kuantitatif survei dengan analisis rata-rata skor, pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner dengan sampel Mahasiswa Institut Kesenian Jakarta yang berjumlah 95 orang. Hasil Penelitian efektivitas visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild memiliki rata-rata skor (2,75). Tabulasi silang pada responden laki-laki rata-rata skor tertinggi (2,957) dan responden perempuan (3,171) untuk dimensi *workability*. Usia di bawah 20 tahun (3,071) dan usia antara 21-30 tahun (3,049) untuk dimensi *visibility*. Kesimpulan visualisasi gambar pada kemasan rokok Sampoerna Mild berdasarkan dimensi *visibility*, *information* dan *workability* efektif sedangkan dimensi *emotional appeal* tidak efektif diukur. Saran Sampoerna Mild agar menampilkan Gambar yang tidak harus menyeramkan namun pesan untuk bahaya dan berhenti merokok sampai pada benak konsumen dan efektif.

**Kata Kunci :** Efektivitas, Visualisasi, Gambar dan Kemasan.

**THE EFFECTIVENESS OF VISUALITATION IMAGE ON  
CIGARETTE PACKS SAMPOERNA MILD  
(Survey in Student Intitute of Kesenian Jakarta)**

**Lita Anggraini**

**Abstract**

This research is supported on the phenomenon of the problem of smoking that increase in every year. Government efforts to overcome this problem by making pictures warning visualization smoking formerly of a warning message on cigarette packaging. Based on KEMENKES 18/6/2014 the government make the regulations on government regulation No.109/2014 and PERMENKES No.28 against cigarette products are obliged to include a warning the dangers of smoking for health with a picture of creepy. The purpose of research measuring the effectiveness of stunning pictures on cigarette packaging Sampoerna Mild based on gender and age. The theory which are visual communication, packaging and advertising. Research methodology used a quantitative approach the survey from the analysis equivalent a score, data by kuisisioner with a sample on student Institute of Kesenian Jakarta total of 95 people. The results of research the effectiveness visualization an image on the sampoerna cigarette packaging mild have the equivalent score (2.75). Cross tabulation among respondents male equivalent the highest scores (2,957) and respondent women (3,171) as to dimensions workability. Under 20 years (3,071) and between 21-30 years (3,049) for dimension of visibility. Conclusion visualize an image on the sampoerna cigarette packaging mild based on dimensions visibility, information and workability effective while dimensions emotional appeal ineffective measured. Suggestions Sampoerna Mild to display pictures that should not be too creepy but message to danger and stop smoking until to mind consumer and effective.

**Keyword :** Effectiveness, Visualitation, Image, and Packaging.