

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Persepsi**

Persepsi merupakan inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi (Mulyana, 2009:180). Menurut Solomon (1999) dalam Prasetijo (2005:67) persepsi adalah proses dimana sensasi yang diterima oleh seorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan.

Persepsi dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu (yang sering terjadi pada tingkat bawah sadar), harapan-harapan budaya, motivasi (kebutuhan), suasana hati (mood) serta sikap (Severin dan Tankard, 2011:85).

Dari pendapat beberapa para ahli mengenai persepsi, dapat disimpulkan bahwa definisi persepsi adalah sebuah proses mengeluarkan reaksi dari beberapa masukan informasi yang berupa verbal maupun tulisan. Reaksi yang keluar dari masing-masing individu pun berbeda-beda. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan pengetahuan, pengalaman, konsep serta lingkungan sekitar.

##### **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Liliweri (2011:115) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi manusia, antara lain :

1. Fisiologis, kemampuan sensoris
  - a. Visual dan Audio
  - b. Fisik
  - c. Umur
2. Kebudayaan
  - a. Kepercayaan
  - b. Nilai-Nilai
  - c. Pemahaman
  - d. Asumsi *taken-for-granted*
3. *Standpoint Theory*
  - a. Komunitas Sosial
  - b. Ras, etnisitas, gender, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur dan orientasi seksual
  - c. Posisi kekuasaan dalam hierarki sosial
4. Peranan Sosial
  - a. Peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita
  - b. Harapan terhadap kepenuhan peran
  - c. Pilihan karir
5. Kemampuan Kognitif
6. Kompleksitas Kognitif
7. Persepsi yang berpusat pada orang

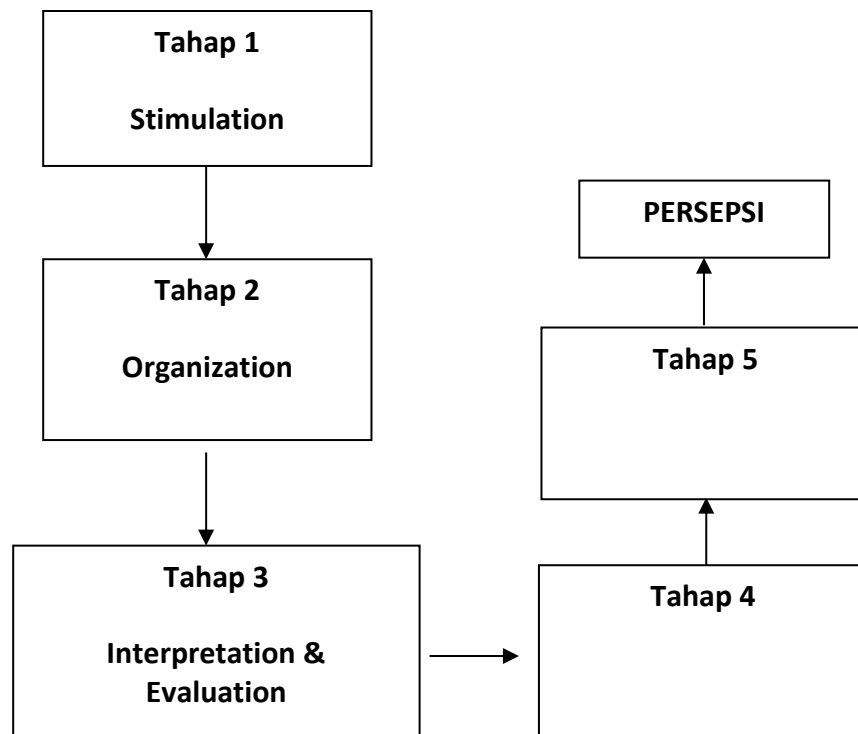
### **3. Tahapan-Tahapan Persepsi**

Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai suatu proses dimana individu menjadi lebih sadar tentang objek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling (Liliweri, 2011:157). Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu :

1. Individu memperhatikan dan membuat seleksi
2. Individu mengorganisasikan objek yang ditangkap indra
3. Individu membuat interpretasi

Pada umumnya, para psikolog komunikasi mengikuti lima tahapan utama menurut Liliweri (2011:157) yaitu :

**Gambar 2.1**  
**Tahapan Proses Persepsi Manusia**



1. *Stimulation*

Pada tahap ini individu menerima stimulus (rangsangan dari luar), indra manusia akan menangkap makna terhadap stimulus tersebut (*meaningfull Stimuli*).

## 2. *Organization*

Stimulus tadi diorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu berdasarkan *schemata* (membuat semacam diafragma tentang stimulus) atau dengan scrip (refleks perilaku)

## 3. *Interpretation*

Membuat interpretasi dan evaluasi terhadap stimulus berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang dia terima itu

## 4. *Memory*

Stimulus yang sudah diperhatikan itu terekam oleh memori

## 5. *Recall*

Semua rekaman dalam memori tersebut dimunculkan dalam bentuk persepsi.

# 4. Label Peringatan Bahaya Merokok

## a. Pengertian Label

Menurut Krasovec & Klimchuk (2006:158) label biasanya terbuat dari kertas, laminasi kertas atau film plastik atau tanpa tambahan perekat (sensitif terhadap tekanan) yang mencakup keseluruhan kemasan atau hanya sebagian saja dalam berbagai bentuk yang berbeda untuk melengkapi kontur suatu bentuk kemasan.

Menurut Kotler (2009:29) fungsi label adalah :

1. Label dapat menerangkan (*identifies*)
2. Label dapat menunjukkan nilai atau kelas dari suatu produk (*Grade*)

3. Label menunjukkan keterangan mengenai deskripsi produk meliputi pembuat produk, tempat pembuatan, waktu pembuatan, komposisi produk dan cara pemakaian produk secara aman
4. Label mempromosikan produk lewat gambar dan warna yang menarik (*promote*)

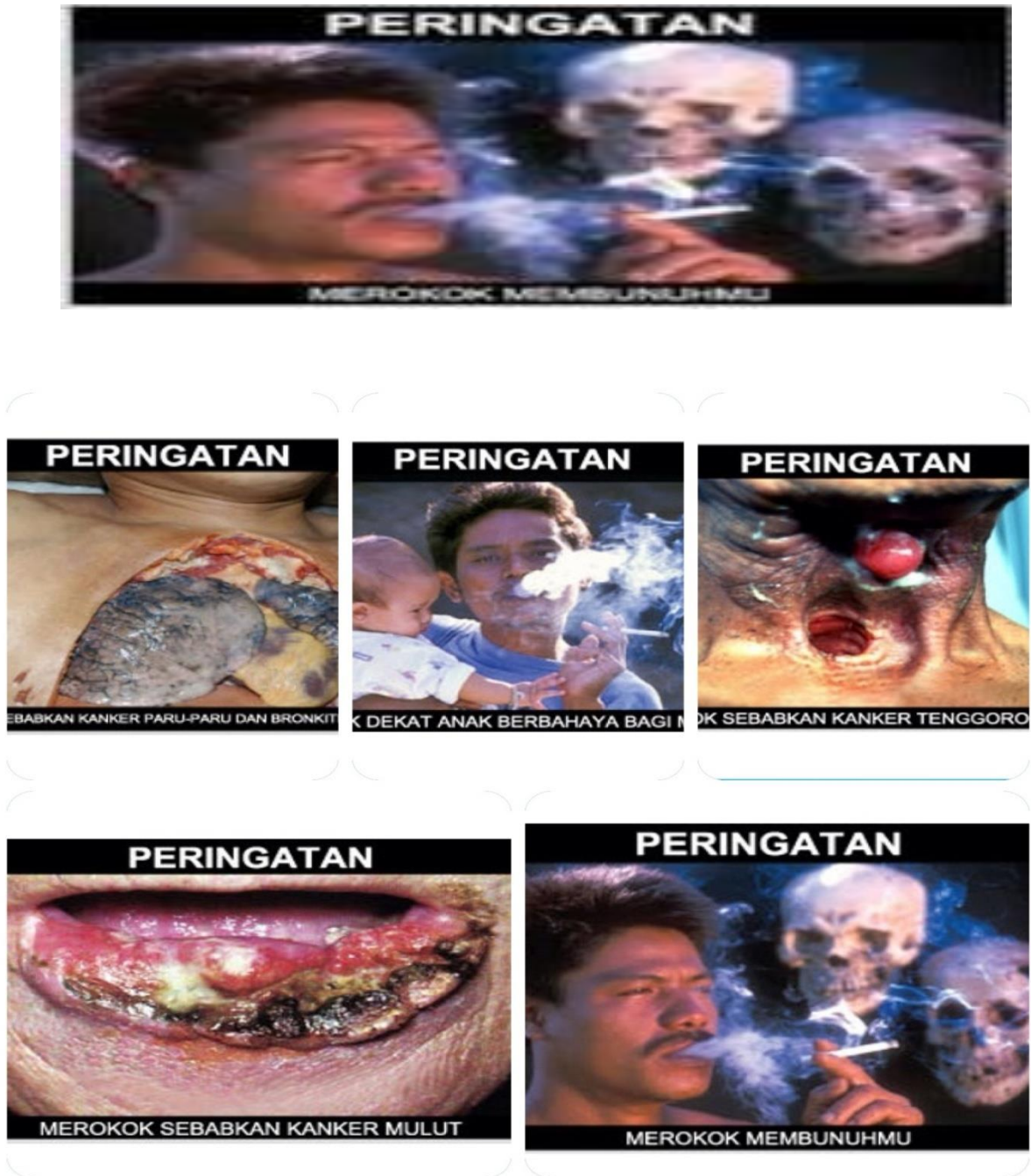
#### **b. Bahaya Rokok**

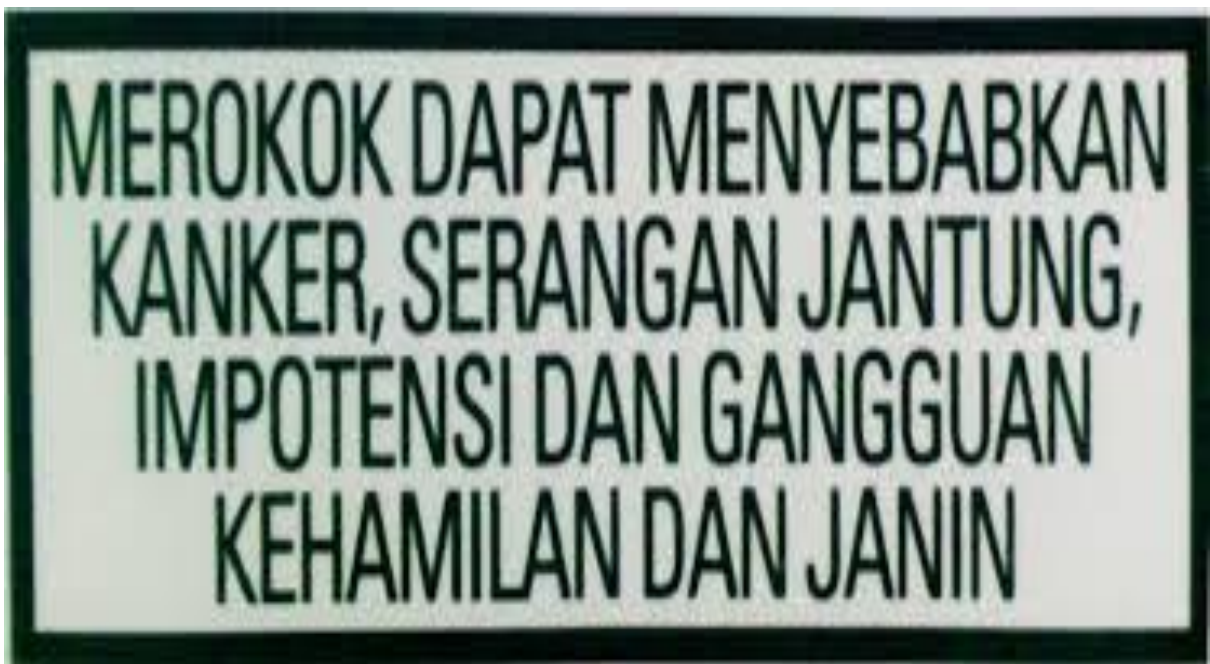
Menurut Aditama (1997:22-23) dalam bukunya *Rokok dan Kesehatan*, sekali batang rokok dibakar maka ia akan mengeluarkan sekitar 4000 bahan kimia seperti *nikotin, gas karbon monoksida, nitrogen dioksida, hydrogen cyanide, ammonia, acrolein, acetilen, benzaldehyde, urethane, benzene, methanol, coumarin, 4-ethylcatechol, ortocresol, perylene* dan lain-lain. Bahan-bahan ini dibagi menjadi dua golongan yaitu komponen gas dan padat atau partikel, sedangkan komponen padat atau partikel dibagi menjadi nikotin dan tar.

Asap rokok yang dihisap si perokok disebut “asap utama” (*mainstream smoke*) dan asap yang keluar dari ujung rokok yang terbakar yang dihisap oleh orang sekitar perokok disebut “asap sampingan” (*sidestream smoke*) (Aditama, 1997:24).

Dalam Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan menyebutkan, label rokok adalah setiap keterangan mengenai rokok yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada rokok, dimasukkan ke dalam, ditempatkan pada, atau merupakan bagian kemasan rokok.

**Gambar 2.2**  
**Macam-Macam Label Peringatan Bahaya Merokok**





Sumber : dokumentasi [www.google.com](http://www.google.com)

Dalam BAB II pada Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang penyelenggaraan pengamanan rokok, pada bagian ketiga dalam bab ini menjelaskan tentang keterangan yang harus dipenuhi dalam label oleh produsen rokok mulai dari ayat 6 sampai ayat 9 adalah sebagai berikut :

#### **Pasal 6**

1. Setiap orang yang memproduksi rokok wajib mencantumkan informasi tentang kandungan kadar nikotin dan tar setiap batang rokok, pada label dengan penempatan yang jelas dan mudah dibaca.
2. Pencantuman informasi tentang kandungan kadar nikotin dan tar sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditempatkan pada salah satu sisi kecil setiap kemasan rokok, dibuat kotak dengan garis pinggir 1 (satu) mm, warna kontras antara warna

dasar dan tulisan, ukuran tulisan sekurang-kurangnya 3 (tiga) mm, sehingga dapat jelas dibaca.

### **Pasal 7**

Selain pencantuman kandungan kadar nikotin dan tar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, pada kemasan harus dicantumkan pula :

- a. Kode produksi pada setiap kemasan rokok.
- b. Tulisan peringatan kesehatan pada label di bagian kemasan yang mudah dilihat dan dibaca.

### **Pasal 8**

1. Peringatan kesehatan pada setiap label harus berbentuk tulisan.
2. Tulisan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) berupa “merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin”.

### **Pasal 9**

1. Tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 ayat (2) dicantumkan dengan jelas pada label di bagian kemasan yang mudah dilihat dan dibaca.
2. Tulisan peringatan kesehatan dicantumkan pada salah satu sisi lebar setiap kemasan rokok, dibuat kotak dengan garis pinggir 1 (satu) mm, warna kontras antara warna



dasar dan tulisan, ukuran tulisan sekurang-kurangnya 3 (tiga) mm, sehingga dapat jelas dibaca.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini dibentuk berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan Mahmudin Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga tahun 2014 dalam Skripsinya yang berjudul “Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi label Peringatan Bahaya Merokok (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Kampung Suryoputran, Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta).
2. Penelitian yang berjudul “Iklan dan Persepsi Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Tayangan Iklan Djarum 76 Versi Gayus pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora” oleh Sri Haryati mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2011.

Kedua Penelitian tersebut menggunakan objek perokok aktif pria saja dan belum melibatkan wanita perokok aktif. Akan tetapi perbedaan dalam penelitian ini, objek penelitian secara lebih spesifik meneliti wanita perokok aktif. Adapun persamaan dari penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu tersebut adalah sama-sama menggunakan penelitian jenis deskriptif kualitatif yang menggambarkan dan mendeskripsikan objek penelitian serta sama-sama meneliti tentang pandangan konsumen terhadap suatu kemasan produk.