

Persepsi Mahasiswa terhadap Kesehatan melalui Iklan Bahaya Rokok “Rokok dapat Membunuhmu”

Ropikah

vropikah@gmail.com

Prodi Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu

Abstrak

Kata Kunci :

*Persepsi Mahasiswa,
Kesehatan, Iklan
Bahaya Rokok*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Mahasiswa melalui iklan bahaya merokok bagi Mahasiswa di UINFAS Bengkulu terutama di Prodi Bimbingan Konseling Islam. Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Responden penelitian sebanyak 188 Mahasiswa yang terdiri dari perempuan sebanyak 111 (59%) orang dan Laki-laki sebanyak 77 (41%) orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memiliki persepsi yang positif terhadap bahaya iklan rokok atau sudah tau bahwa iklan rokok ini berbahaya sebanyak 108 orang dan yang negatif sebanyak 80 orang yang mengatakan bahwa rokok hanya biasa-biasa saja atau tidak terlalu berbahaya dengan 15 pernyataan di dalamnya.

Abstract

Keyword :

*Perception
Student,
Health, Cigarette
Danger Ads*

This study aims to determine student perceptions through advertisements for the dangers of smoking for students at UINFAS Bengkulu, especially in the Islamic Counseling Guidance Study Program. This research is included in the type of quantitative research that is descriptive in nature. The research respondents were 188 students consisting of 111 women (59%) and 77 (41%) men. The results of this study indicate that some students have a positive perception of the dangers of cigarette advertisements or already know that cigarette advertisements are harmful as many as 108 people and as many as 80 people who are negative say that smoking is only mediocre or not too dangerous with the 15 statements provided.

PENDAHULUAN

Asmaunizar, (2018) Rokok merupakan bahan yang terbuat dari tembakau yang mengandung zat-zat berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia, Akan tetapi

rokok masih tetap dihisap oleh masyarakat khususnya di Indonesia baik anak-anak maupun remaja. Mereka dapat dengan cepat mengenali rokok karena rokok dari zaman ke zaman sudah mengiklankan produknya dengan berbagai gaya yang modern dan bungkus yang terkesan mewah. Dwinugraha, Kristiana, (2016) dan Fuad, (2014) menyatakan bahwa mulai dari merek produk rokok Peringatan ! merokok dapat membunuhmu, Merokok sebabkan kanker mulut, Rokok berbahaya bagi kesehatan bayi dls. Dari iklan rokok tersebut hanya menggambarkan sebuah tengkorak yang terkesan gagah, serta gambar yang terkesan sangat keren bagi anak-anak remaja, oleh karena itu tidak ada kesan yang berusaha mengiklankan sebab dan akibat yang sangat mengerikan agar mereka dapat berhenti merokok.

Iklan rokok sebenarnya juga sudah menjelaskan isi yang terkandung dalam pesan rokok itu dan juga mengenai gambar-gambar yang ada di kemasan rokoknya. Namun, dengan berbagai iklan-iklan yang menarik itulah yang dapat mempengaruhi remaja-remaja masa kini untuk tetap membeli rokok. Karena pada saat ini pabrik-pabrik rokok sangat cepat menjajakan penjualan rokoknya pada masyarakat dengan melewati iklan yang beredar di televisi, radio dan internet di masyarakat, karena dengan iklan merupakan sebuah pengaruh yang besar agar rokok dapat diperjual belikan oleh masyarakat. Karena sejatinya iklan rokok juga berdampak akan psikologis manusia apabila rokok itu telah menarik perhatian seseorang, hanya karena rokok sangat kuat membuat opini agar mempengaruhi orang-orang untuk tetap merokok dan persepsinya pun dapat berupa peran positif tentang rokok. Asmaunizar, (2018).

Afif & Astuti, (2015) memperkirakan pada saat ini bahwa jika iklan rokok itu semakin meningkat, maka akan merubah pikiran masyarakat maupun juga anak remaja yang dapat menyalaartikan bahwa rokok sangat berbahaya bagi kesehatan tubuhnya. Dengan iklan yang sangat cepat mempengaruhi masyarakat Indonesia dengan berbagai gayanya dan kemasannya yang unik tersebut akan berbanding terbalik dengan bahayanya peringatan yang ada di bungkus rokok. Bahkan bisa jadi di kemasan rokok itu tidak akan dibaca sama sekali oleh masyarakat apalagi untuk para remajanya yang masih sekolah dan seakan terlihat mengabaikan pelanggaran tersebut. Dewi & Damayanti, (2008) Menyatakan bagi para remaja disaat mereka tidak menghisap satu batang rokok saja, maka mereka akan merasakan sakit di tubuhnya seperti sakit gigi dan sakit kepala, oleh sebab itu anak-anak remaja sekarang sudah banyak yang merokok.

Kebanyakan juga para remaja beranggapan bahwa merokok itu dapat meredakan amarahnya, timbulnya stres yang berlebihan akibat tugas mereka terlalu banyak serta merokok dapat membuat mereka lebih santai dan rileks. Rokok bagi masyarakat kini juga merupakan sebuah kebiasaan yang mana jika mereka tidak merokok, maka bibir mereka terasa pahit dan menimbulkan bau yang tidak sedap atau masam saat dikecap. Makanya pada saat sekarang ini merokok pun sudah tidak diherankan lagi bagi orang-orang yang melihat seorang yang sedang merokok. Karena orang yang disamping orang merokok pun yang bahkan bukan pengguna

rokok, akan bersikap biasa-biasa saja serta memakluminya, meskipun produksi rokok telah menunjukkan gambar-gambar yang berbahaya, hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat akan sadar terhadap perilakunya yang salah. Kurniawan, Arifuddin, & Masrida, (2017).

Apalagi untuk kaum remaja yang dirasa tidak takut akan gambar bahaya peringatan rokok, karena mereka menganggap sudah sangat terbiasa melihat gambar-gambar yang beredar di bungkusan rokok. Banyak juga remaja berasumsi bahwa disaat mereka merokok pun tidak akan membuat mereka meninggal hari ini. Karena bagi remaja sendiri yang tidak merokok pun juga tetap akan meninggal, bahkan mereka memiliki persepsinya sendiri karena rokok merupakan perilaku berkomunikasi pada temannya yang dikatakan gaul jika mereka hendak berkumpul bersama atau menongkrong. Jadi, jika mereka ingin merokok, maka mereka akan merokok tanpa harus ragu akan bahayanya rokok dan dari penjelasan tersebut jelas-jelas mereka akan mengabaikan peringatan dari bahaya rokok serta membanta apabila disuruh untuk tidak merokok. Erfiana, Murtono, & Setiawan, (2021).

Banyak remaja yang mengatakan pada saat mereka merokok, maka mereka tidak akan merasakan efek membahayakan yang sudah tertera di bungkusan rokok. Jadi, remaja banyak juga yang belajar dari pengalaman mereka sendiri dan juga melihat sebuah fakta bahwasanya rokok itu tidaklah menyebabkan penyakit yang berat. Tetapi, mereka yang memiliki fisik lemah dan merokok malah akan merasakan lelah, cepat letih, dada sesak dan mudah terkena batuk-batuk. Dan banyak juga persepsi dari remaja bahwa mereka merokok dengan wajar tidak menghisap batang rokok yang begitu banyak, maka hal itu juga tidak akan mengganggu kesehatan mereka dan mereka juga tetap bisa merokok tanpa terkena penyakit yang bahkan dapat menyebabkan kematian bagi mereka sendiri, padahal persepsi yang seperti ini hanya akan membahayakan mereka saja di masa yang akan datang. Pinaryo, (2016).

Adapun persepsi dari mahasiswa kini, meskipun mereka sangat mengetahui akan bahayanya rokok, namun tetap saja mereka tidak peduli tanpa tahu efek yang akan mereka rasakan pada saat tua nanti. Banyak remaja berasumsi bahwa keinginan mereka merokok sangatlah besar, hal ini juga bisa terjadi oleh faktor tekanan teman segrupnya, mereka yang ingin tampil bergaya, atau karena faktor lingkungannya serta mereka hanya memikirkan untuk hari ini saja. Jadi untuk merubah mindset dan juga persepsi dari mahasiswa itu penting untuk merubah peringatan dan gambar rokok agar lebih meyakinkan lagi konsumen akan bahayanya rokok. Akan, tetapi rokok ini juga bergantung akan pengalaman masa lalu dan juga kepentingan pribadi mahasiswanya sendiri, karena kemajuan iklan rokok yang begitu pesat di zaman ini sehingga mereka pun memiliki persepsinya masing-masing akan rokok. Harun, Isro'in, & Sriwahyuni, (2017).

Dengan perokok di indonesia semakin meningkat, maka akan menghasilkan kabar baik untuk produsen rokok indonesia. Pada saat ini iklan rokok sangat cepat

diproduksi oleh produsen indonesia, hal ini karena pemerintah masih terbuka dan bertoleransi sehingga memiliki kesan sangat mudah untuk menjajakannya ke khalayak ramai serta juga dunia maya dengan trik dan tampilan yang telah mereka persiapkan. Hal inilah yang memicu masyarakat, remaja maupun anak-anak terpancing akan trik-trik yang diiklankan oleh rokok itu. Jadi, tidak heran lagi bahwa masyarakat sekarang ini banyak yang merokok bahkan tidak pula mereka akan berpikir panjang akan bahayanya rokok yang telah diiklankan tersebut, maka sangat disayangkan untuk anak-anak yang sudah mulai merokok sejak dini yang dapat mengancam baik pertumbuhan dan nyawa mereka sekalipun. Dwinugraha & Kristiana, (2016).

Menurut Laia, Zega, & Fau, (2020) pemerintah telah menerbitkan UUD No 28 di tahun 2013 tentang kesehatan masyarakat terhadap rokok. Juga telah mengeluarkan UUD No 109 di tahun 2012 tentang pengamatan zat adiktif yang ada di rokok tembakau, di UUD tersebut wajib menginformasikan kandungan apa yang terdapat di Nikotin serta Tar. Lalu larangan memperjualbelikan pada anak usia 18 tahun, tidak diberikan untuk perempuan hamil, dan harus menginformasikan peringatan kesehatan yang sudah berbentuk gambar serta tulisan yang dicetak menyatu dengan kemasan. Orang yang merokok pun telah menyadari bahaya rokok untuk kesehatannya yang begitu buruk seperti susah tidur, pusing atau mual, tenggorokan kering, batuk-batuk, bau mulut dls, namun hal ini tetap dianggap sepele oleh masyarakat meskipun sudah tahu bahayanya tersebut dan bahkan acuh.

Asmaunizar, (2018) mengatakan bahwa iklan disebut juga dengan advertising yang didefinisikan sebagai bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu ide yang dibayar oleh satu sponsor yang telah diketahui, servis, produk, atau sebuah organisasi. Sebuah iklan rokok tersebut harus melibatkan media massa seperti koran, majalah, internet, radio serta Tv, untuk menarik perhatian banyak orang. Iklan yang dilakukan oleh sebuah produk juga disebut pemasaran karena iklan dan pemasaran saling berkaitan, iklan sangat dibutuhkan untuk orang-orang yang memulai bisnisnya, hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk yang akan mereka jual dengan cara yang hemat yaitu promosi. Ini dapat dilihat bagaimana masyarakat membeli barang-barang yang telah diiklankan seperti kemajuan berbagai merek rokok, rokok elektrik, pocky love maupun rokok dengan berbagai trennya.

Menurut Erfiana, Murtono, & Setiawan, (2021) di tahun 1995 remaja yang merokok telah meningkat sebanyak 3 kali lipat dengan berbagai kesan mendalam yang membuat mereka semakin aktif merokok. Di usia 50 tahun keatas sebanyak 8.800 yang telah terkena tekanan darah tinggi yang berpengaruh di otak dan memiliki berat badan yang berlebih dengan tingkat yang rendah. Dwinugraha & Kristiana, (2016) menyatakan Negara Indonesia telah menjadi perokok terbanyak didunia setelah India dan China yang berkisar 61, 4 juta perokok, jumlah data tersebut dikonsumsi oleh pria sebanyak 60% dan wanita 4,5%. Sedangkan anak remaja meningkat sebanyak 97 juta yang menjadi perokok pasif dan 11, 4 juta

diantaranya masih berusia 0-4 tahun. Hamdan, (2015) pada tahun 2015-2020 produksi rokok telah mencapai 260 miliar perbatangnya yang telah ditargetkan oleh pemerintah.

Departemen Perindustrian mengatakan pemerintah telah mendapatkan untung sebesar 57 Triliyun pertahun dari cukai rokok, maka dari itu pemerintah tidak ingin meratifikasi Framework Convention. Di tahun 2008 pun pemerintah telah menerima 658 juta batang rokok per harinya, yang mengartikan bahwa indonesia telah merugikan uangnya sebanyak 330 miliar seharinya. Pada tahun 2006 Data Susenas menyatakan masyarakat yang kekurangan telah merokok sebanyak 17 kali daripada daging, 15 kali daripada investasi kesehatan seperti jamu, vitamin, makanan sehat dll, 9 kali lebih memilih rokok dibanding membiayai pendidikan seperti membeli buku, les, sekolah, mengikuti ekstrakurikuler dll. Serta 5 kali lebih banyak membeli rokok daripada telur, susu dan makanan pokok lainnya yang lebih menyehatkan badan, pengeluaran mereka bisa mencapai 120 ribu perbulannya. Hamdan, (2015).

Hamdan, (2015) di kalangan mereka telah tercatat sebanyak 2,5 kali lipat lebih besar untuk biaya pengeluaran rokok daripada berpendidikan, dengan begini sangatlah membuat masyarakat indonesia semakin miris di dalam berpikir yang realistis untuk hidup kedepannya. Supeno, Razi, Ansori, & Syaputra, (2021) juga menyatakan Lembaga Penanggulangan Masalah Merokok (LM3) anak usia 9 tahun di indonesia sudah merokok. Tahun 2001 Data Susenas menyebutkan remaja di umur 20 tahun telah mengalami perilaku merokok meningkat, rokok yang dihisap pun sudah mencapai 10 batang per harinya, sedangkan di usia 10-14 tahun sebanyak 30,50% telah menghisap rokok 10 batang perhari dan 2,6% menghisap rokok sebanyak 20 batang per harinya. Devhy & Widana, (2020) juga menerangkan bahwa remaja di usia 10-18 tahun mengalami peningkatan 7,2% di 2013 sampai 9,10% di tahun 2018.

METODE

Pada Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa dari prodi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Uinfas Bengkulu dengan jumlah 188 Mahasiswa dan Mahasiswinya yang terdiri dari Mahasiswi perempuan sebanyak 111 orang dan Mahasiswa Laki-laki sebanyak 77 orang. Alat ukur yang digunakan adalah alat ukur Persepsi mahasiswa melalui iklan bahaya rokok yang berupa kuesioner. Dengan jumlah pernyataan sebanyak 15 butir. Adapun subjek dari penelitian mengenai persepsi Mahasiswa/i adalah dari Prodi Bimbingan dan Konseling Islam, Uinfas Bengkulu dengan jumlah 188 Mahasiswa dan Mahasiswi. Dengan uji reliabilitas menggunakan rumus Deskriptif dan dengan menggunakan program SPSS Statistics 26. Uji reliabilitas menggunakan teknik formula cronbach's alpha, dan pengolahan data yang dilakukan menggunakan

analisis deskriptif yaitu deskriptif statistics. Kuesioner dibuat dalam bentuk google form yang mana akan diisi oleh Mahasiswa dan Mahasiswi prodi Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dengan cara membagikan dan menyebarkan link google form ke grub-grub Whattshap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif data persepsi Mahasiswa dan Mahasiswi mengenai bahaya kesehatan iklan rokok di lingkungan Uinfas Kota Bengkulu, berjumlah 188 orang Mahasiswa dan Mahasiswi yang terdiri dari Mahasiswi perempuan sebanyak 111 orang dan Mahasiswa Laki-laki sebanyak 77 orang.

Tabel 1. Deskripsi Responden

<i>Valid</i>	<i>Jenis Kelamin</i>			
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Laki-laki</i>	77	4,8	4,8	42,6
<i>Perempuan</i>	111	3,7	3,7	46,3
<i>Total</i>	188	100,0	100,0	

Hasil uji reliabilitas persepsi mahasiswa mengenai iklan bahaya rokok dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,952 sehingga data kuesioner yang diperoleh bisa dikatakan kuat dan reliable, karena koefisien reliabilitasnya mendekati angka 1,00 sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian yang akan digunakan dengan responden dari Mahasiswa dan Mahasiswinya sebanyak 188 siswa.

Tabel 2. Interpretasi reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
,951	,952	15

Diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini berjumlah 188 orang Mahasiswa dan Mahasiswi serta dalam variable persepsi memiliki nilai standar deviasi sebesar 11,685, dengan rata-ratanya sebesar 47,45, nilai minimum sebesar 15 dan nilai maksimum sebesar 60.

Tabel 3. Descriptive Statistics

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
TA	188	15	60	47,45	11,685
Valid N (listwise)	188				

Berdasarkan tabel ini dapat diketahui kategori persepsi subjek menunjukkan persepsi yang masih positif atau benar-benar mengetahui jika iklan rokok itu berbahaya yaitu sebesar 108 orang dan kategori negatif atau yang menganggap bahwa iklan rokok ini biasa-biasa saja dan masih tetap ingin mengonsumsi rokok yaitu sebesar 80 orang. Hal ini berdasarkan hasil olah data yang diperoleh dari keseluruhan Mahasiswa dan Mahasiswi prodi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dengan jumlah 188 Mahasiswa.

Tabel 4. Kategori Skala Persepsi

<i>Valid</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Positif</i>	108	4,8	4,8	42,6
<i>Negatif</i>	80	3,7	3,7	57,4
<i>Total</i>	188	100,0		

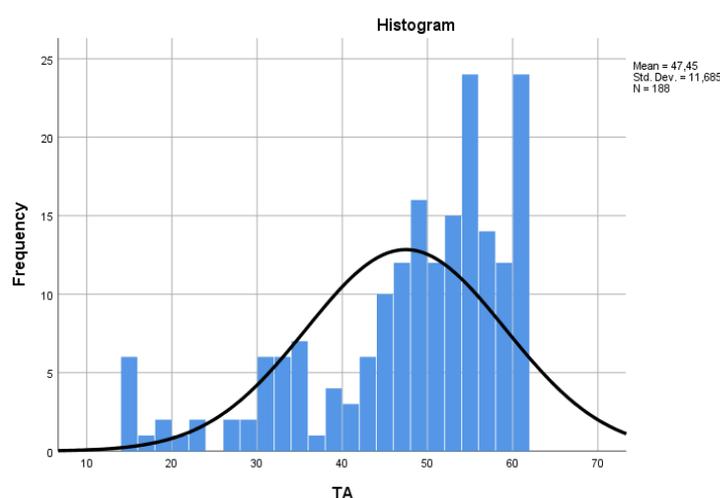
Uji validitas terhadap adaptasi yang diolah oleh program SPSS dengan jumlah 15 item kuesioner dengan yang sudah teruji dan valid semua sehingga penelitian ini pun dapat digunakan di dalam penelitian. Maka dalam penentuan uji validitas ini yang paling terbesar adalah 0,825 dan yang paling kecil adalah 0,461, namun sudah teruji dan valid semua.

Tabel 5. Uji Validitas Persepsi Mahasiswa

<i>No</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Squared Multiple Correlation</i>	<i>Keterangan</i>
1	0,825	0,732	Valid
2	0,754	0,650	Valid
3	0,461	0,515	Valid
4	0,814	0,753	Valid
5	0,689	0,561	Valid
6	0,488	0,531	Valid
7	0,817	0,788	Valid
8	0,777	0,689	Valid
9	0,754	0,688	Valid
10	0,747	0,590	Valid
11	0,755	0,636	Valid

12	0,788	0,735	Valid
13	0,777	0,704	Valid
14	0,787	0,676	Valid
15	0,801	0,754	Valid

Gambar histogram ini menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 47,45 serta dalam variable persepsi memiliki nilai standar deviasi sebesar 11,685, dan banyaknya Mahasiswa dan Mahasiswi yang berpersepsi yaitu sebanyak 188 orang mahasiswa dari prodi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.



Gambar 1. Kurva Normal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh bahwa Mahasiswa dan Mahasiswinya yang memiliki tingkat persepsi yang positif mengenai kesehatan merokok sebanyak 108 orang atau yang mengetahui bahwa rokok sangatlah berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia dan yang berpersepsi negatif bahwa rokok biasa-biasa saja dan tidak menimbulkan masalah yaitu sebesar 80 orang Mahasiswa, artinya Mahasiswa masih dapat berpikir yang rasional dengan baik bahwa perilaku merokok ini adalah berbahaya bagi kesehatan mereka, walaupun di satu sisi ada sebagian Mahasiswa yang menyetujui bahwa rokok itu biasa-biasa saja dan tidak membuat mereka jenuh malah mereka akan tetap mengonsumsi rokok tersebut.

Hal ini berarti menyatakan ada hal positif dari persepsi Mahasiswa terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja sudah diterima. Hubungan persepsi terhadap iklan rokok dengan perilaku merokok pada remaja menggambarkan bahwa jika persepsi terhadap iklan rokok positif, maka perilaku merokok pada remaja cenderung tinggi akan pengetahuannya terhadap rokok yang menggambarkan jika iklan rokok ini memang tidak baik untuk dikonsumsi pada setiap orang. Begitu juga sebaliknya bahwa jika persepsi terhadap iklan rokok negatif, maka perilaku merokok pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Uinfas Bengkulu akan cenderung rendah, dalam artian jika itu negatif, maka banyak

mahasiswa yang masih mempersepsikan bahwa rokok bersipat biasa-biasa saja dan tidak menimbulkan penyakit dan tidak menggagu akan kesehatan para Mahasiswa (Afif & Astuti, 2015).

Mahasiswa yang merokok ini banyak sekali alasan-alasan yang ketinggalan zaman. Contohnya seperti tekanan teman, keingintahuan yang berlebih seperti menyicip rokok teman, ingin tampil bergaya bersama teman-temannya, agar mereka terlihat lebih dewasa dan mereka hanya berpikir untuk hari ini saja. Akhirnya penjelasan tentang rokok di benak mereka menjadi hilang dan rokok dianggap biasa-biasa saja untuk kesehatan dan pengetahuan mereka. Maka dari itu banyak Mahasiswa yang sudah tidak peduli lagi dengan bahaya rokok yang mengancam kesehatan Mahasiswa-mahasiswi tersebut (Harun, Isro'in, & Sriwahyuni, 2017).

Tingkat pengetahuan yang tinggi dari Mahasiswa ini mengenai strategi bahaya rokok telah mereka tampilkan melalui gambar, slogan, dan merek produk rokok yang terbilang mengancam Mahasiswa. Namun hal ini tetap tidak membuat jerah Mahasiswa untuk tetap merokok dan tidak membuat ketidakpercayaan Mahasiswa terhadap iklan rokok. Banyak juga Mahasiswa yang mempersepsikan bahwa mereka yang merokok merasa gagah, lebih percaya diri, setia kawan, gaul dan sangat keren. Hal ini menunjukkan besarnya dampak dan tidak kepedulian Mahasiswa terhadap iklan rokok dari ranah pengetahuan Mahasiswa. Banyak dari mahasiswa yang tidak ingin berhenti dan masih ingin merokok agar tidak dikatakan ketinggalan zaman oleh teman-temannya (Kurniawan, Arifuddin, & Masrida, 2017).

Informasi ini akan memperkuat data bahwa persepsi Mahasiswa yang merokok itu tidak dapat langsung diubah begitu saja yang dengan hanya mengandalkan efek-efek buruk dari bahaya merokok dan kebiasaan merokok. Bahkan ada dari Mahasiswa yang bahkan merobek ataupun membuang peringatan bergambar tersebut dan tidak menganggap penting peringatan rokok itu. Namun ada juga dari sebagian Mahasiswa yang mengetahui dan berhenti merokok, karena sudah mengetahui akibat yang akan muncul jika Mahasiswa tersebut merokok. Maka dapat juga diartikan bahwa berhentinya Mahasiswa yang merokok itu ialah tergantung dari niat dan kesiapan batin dari masing-masing Mahasiswa (Trisnowati, Nabut, & Marlinawati, 2018).

Dapat diartikan bahwa persepsi positif terhadap iklan rokok dapat memberikan stimulasi pada Mahasiswa dan Mahasiswi yang berada di Uinfas Kota Bengkulu untuk mengetahui bahaya yang ditimbulkan oleh rokok beserta penyakit-penyakit yang ditimbulkan oleh rokok berdasarkan penelitian yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa variabel menyatakan ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap iklan rokok yang diterima atau masih banyak dari mereka yang mengatakan bahwa rokok itu berbahaya yang dapat menimbulkan penyakit-penyakit walaupun banyak juga dari Mahasiswa yang menganggap bahwa rokok ini biasa-biasa saja dan tidak menimbulkan penyakit.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data atau hasil yang telah diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat persepsi yang positif dan juga negatif dari persepsi Mahasiswa melalui iklan bahaya rokok dengan responden sebanyak 108 orang Mahasiswa, yang diartikan bahwa jika itu positif, maka pengetahuan Mahasiswa akan semakin tinggi mengenai bahaya rokok dan menyangkut kesehatan mereka jika mereka mengonsumsi rokok dan apabila itu negatif dengan responden sebanyak 80 orang Mahasiswa, maka mereka masih berpikir bahwa rokok itu biasa-biasa saja dan tidak menyulitkan hidup mereka serta juga tidak mengganggu kesehatan mereka secara pribadi tentang rokok tersebut.

Penelitian ini telah didata melalui kuesioner dengan responden sebanyak 188 Mahasiswa/i yang terdiri dari Mahasiswi perempuan sebanyak 111 (59%) orang dan Mahasiswa Laki-laki sebanyak 77 (41%) orang. Dengan 15 pernyataan di dalamnya. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i di Uinfas Kota Bengkulu. Dari hasil kajian yang ditemukan bahwa adanya iklan bahaya merokok yang terdapat pada bungkus rokok bagi Mahasiswa/i-nya di Uinfas Kota Bengkulu masih memiliki pengaruh yang positif terhadap iklan bahaya rokok, namun ada juga persepsi dari Mahasiswanya yang tetap ingin merokok dan menganggap bahwa rokok tidak terlalu berbahaya.

Jadi, ada atau tidaknya iklan bahaya merokok bagi Mahasiswa/i Uinfas Kota Bengkulu masih memiliki persepsi yang positif terhadap rokok, namun untuk bagian yang negatifnya Mahasiswa/i-nya masih tetap ingin merokok. Dan adapun pengetahuan tentang Mahasiswa/i Uinfas Kota Bengkulu tentang iklan bahaya merokok adalah semua mengetahui akan adanya bahaya merokok serta penyakit yang ditimbulkan akibat merokok bahkan mereka sangat berpikir positif tentang rokok yang membahayakan kesehatan semua orang baik yang mengonsumsi maupun tidak mengonsumsi rokok sekalipun. Namun Mahasiswa/i-nya masih tetap saja ingin merokok.

Kemudian dengan tingkat konsumsi rokok Mahasiswa/i-nya juga berbeda-beda sesuai dengan permasalahan mahasiswa/i-nya seperti ingin menghilangkan rasa kantuk, mencegah agar tidak stres, rileks dan lebih santai, lebih mudah dalam berpikir dan mengerjakan tugas begitu juga dengan pengaruh pertemanan yang datang dari lingkungan kampus Uinfas, dari budaya-budaya Mahasiswa yang telah mengonsumsi rokok sejak lama dan pengaruh dari orangtuanya yang juga telah lama mengonsumsi rokok. Maka banyak sekali persepsi dari masing-masing siswa ataupun siswi yang tetap ingin melanjutkan merokok.

Diharapkan bagi subjek penelitian agar tidak terpengaruh dengan iklan rokok apalagi sampai mengonsumsi rokok merek rokok apapun itu. Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi keterpaparan iklan rokok serta dapat mempertimbangkan dampak buruk rokok bagi kesehatan diri kita sendiri dan juga

dampak yang akan muncul apabila mengonsumsi rokok. Dapat juga dengan membatasi diri dari keterpaparan iklan rokok dan pemahaman akan dampak merokok terhadap kesehatan diharapkan dapat mengurangi perilaku merokok pada Mahasiswa dan Mahasiswi di kampus UINFAS Bengkulu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka semoga jurnal ini dapat berguna dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai rokok, karena bahaya dari rokok ini sangatlah mempengaruhi kesehatan semua orang apalagi yang ingin mencoba dan mengonsumsinya rokok tersebut. Dan dengan data yang telah diteliti ini valid semua jadi akan dapat dipakai untuk keperluan selanjutnya.

Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan melakukan penelitian dengan faktor-faktor yang lain misalnya pengetahuan, hu terkait, pengaruh orang tua, pengaruh teman dan faktor kepribadian yang dapat mempengaruhi perilaku merokok sehingga dapat diketahui besar sumbangan efektif dari masing-masing variabel. Jika peneliti selanjutnya ingin meneliti dengan variabel bebas yang sama, disarankan peneliti memilih variabel yang lebih khusus lagi misalnya, iklan di billboard, majalah, radio, televisi dan lain sebagainya. Sehingga dapat diketahui besar sumbangan dari sekian banyaknya iklan rokok tersebut.

REFERENSI

- Afif, A. N., & Astuti, K. (2015, Februari). Hubungan Antara Persepsi terhadap Iklan Rokok dengan Perilaku Merokok pada Remaja. *Insight*, 17, 1-10.
- Asmaunizar. (2018, Juli). Pengaruh Iklan Bahaya Merokok Terhadap Tingkat Konsumsi Rokok Pada Masyarakat Pekerja Keras/Tukang Bangunan di Gampong Keutapang Lhoksukon Aceh Utara. *Manajemen dan Administrasi Islam*, 2, 127-146.
- Devhy, N. L., & Widana, A. O. (2020, April). Opini Remaja tentang Peringatan Kesehatan Bergambar dan Peraturan Daerah Kawasan Tanpa Rokok. *Public Health*, 3, 32-40.
- Dewi, N. C., & Damayanti, R. (2008, Oktober). Perbedaan Persepsi Gambar Peringatan Bahaya Merokok antara Masyarakat Jakarta dan Cirebon. *Kesehatan Masyarakat Nasional*, 3, 76-83.
- Dwinugraha, S. S., & Kristiana, N. (2016). Tinjauan Desain Peringatan Bahaya Merokok oleh Dinas Kesehatan Republik Indonesia pada Kemasan Rokok. *Pendidikan Seni Rupa*, 04, 087-096.

- Erfiana, D., Murtono, & Setiawan, D. (2021, April). Persepsi Mahasiswa Perokok mengenai Gambar Peringatan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok bagi Mahasiswa Prodi PGSD FKIP Universitas Muara Kudus. *Dinamika Pendidikan*, 14, 133-151.
- Fuad, A. (2014, Agustus). Dampak Persepsi Masyarakat terhadap Visual pada "Disclaimer" Mengenai Peringatan Bahaya Merokok pada Media Iklan Rokok Cetak dan Elektronik. *Inosains*, 9, 61-68.
- Hamdan, S. R. (2015, Juni). Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar pada Intensi Berhenti Merokok. *Mimbar*, 31, 241-250.
- Harun, C., Isro'in, L., & Sriwahyuni, N. (2017, 09). "Saya Tidak Takut Mati" Mispersepsi terhadap Iklan Bahaya Merokok di Ponorogo. *For Health Sciences*, 01, 14-20.
- Kurniawan, H., Arifuddin, A., & Masrida. (2017, Januari). Dampak Media Iklan (Billboard Rokok) terhadap Perilaku Merokok Siswa di SMK Negeri 3 Palu. *Kesehatan Tadulako*, 3, 1-84.
- Laia, N. M., Zega, U., & Fau, Y. V. (2020, Agustus). Pendidikan Biologi. *Persepsi Masyarakat Desa Sisarahili Susua Terhadap Bahaya Rokok bagi Kesehatan*, 2, 1-13.
- Pinaryo. (2016, Januari). Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Pictorial Health Warning (PHW) pada Bungkus Rokok di Warung Kopi Doel Surya Ponorogo. *Aristo*, 4, 120-129.
- Supeno, Razi, F., Ansori, & Syaputra, D. (2021, Oktober). Tingkat Persepsi Mahasiswa Terhadap Kota Jambi Sebagai Kawasan Tanpa Asap Rokok (Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2017). *Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 2, 1145-1150.
- Trisnowati, H., Nabut, O. E., & Marlinawati, U. (2018, Juli). Persepsi terhadap Peringatan Kesehatan Bergambar pada Bungkus Rokok dan Perilaku Merokok Remaja di Yogyakarta. *Kedokteran dan Kesehatan*, 14, 10-20.