Analisis Resepsi Pesan Gambar Peringatan Di Kemasan Rokok Di Kalangan Mahasiswi Kota Bandung

Ibnu Arkaan Natakusumah[1], Dindin Dimyati[2]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ibnuarkaan@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rakeanwastu@telkomuniversity.ac.id

Abstract
The purpose of this research is to analyze the reception response of female smokers in the city of Bandung regarding warning images on cigarette packaging using Stuart Hall's Reception Analysis theory to see the audience's response and interpretation in receiving a message, then the audience's message reception is identified from the reception analysis theory, namely Hegemonic Dominant Position, Negotiated Position, and Opposition Position. In this research, the researcher used a qualitative phenomenological method with the object of warning images on cigarette packaging and female students who smoked, then collected data using open and semi-structured interview methods, documentation, and Audio Visual Material by Creswell. The results of the research showed that there were informants who received the warning image message on the packaging in full, the informant felt the effects of fear and was worried that they would contract a disease such as in the warning image on the cigarette packaging if they did not stop consuming cigarettes (Hegemonic). Then there are informants who negotiate and adapt the message of warning images on cigarette packaging to their own experiences, there is an interpretation which states that cigarette warning images are considered not enough to make smokers quit, warning images on cigarette packaging only discourage audiences who do not consume cigarettes, then the interpretation regarding The victims visualized on cigarette packaging are smokers who have been dependent for a long time and consume excessive cigarettes (negotiated). There was no rejection of messages found in the warning images on cigarette packaging (Opposition).

Keyword-reception analysis, smoking student, message, pictorical health warning cigarette packages.

Abstrak
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis resepsi respon perokok mahasiswi di Kota Bandung mengenai gambar peringatan pada kemasan rokok dengan menggunakan teori Analisis Resepsi Stuart Hall untuk melihat respon serta interpretasi khalayak dalam menerima sebuah pesan, lalu penerimaan pesan khalayak di-indentifikasi dari teori analisis resepsi yaitu *Hegemonic Dominant Position*, *Negotiated Position*, dan *Opposition Position*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif fenomenologi dengan objek gambar peringatan pada kemasan rokok dan subjek mahasiswi perokok, lalu pengumpulan data dengan metode wawancara terbuka dan semi-struktur, Dokumentasi, serta Materi Audio Visual oleh Creswell. Hasil olahan penelitian memperlihatkan adanya Informan yang menerima pesan gambar peringatan pada kemasan secara utuh, informan merasakan efek takut serta khawatir akan terjangkit penyakit seperti di gambar peringatan pada kemasan rokok apabila tidak berhenti mengkonsumsi rokok (*Hegemonic*). Lalu terdapat Informan yang menegosiasikan serta menyesuaikan pesan gambar peringatan pada kemasan rokok dengan pengalamannya sendiri, terdapat Interpretasi yang menyatakawan bahwa gambar peringatan rokok dinilai tidak cukup untuk membuat perokok berhenti, gambar peringatan pada kemasan rokok hanya mencegah untuk khalayak yang tidak mengkonsumsi rokok, lalu interpretasi mengenai korban yang divisualisasikan pada kemasan rokok merupakan perokok yang sudah ketergantungan secara jangka waktu yang lama serta konsumsi rokok yang berlebihan (*Negotiated*). Tidak ditemukan adanya penolakan pesan yang terjadi pada gambar peringatan pada kemasan rokok (*Opposition*).

Kata kunci-anlisis resepsi, mahasiswi perokok, pesan, gambar peringatan pada kemasan rokok

I. PENDAHULUAN

Perilaku merokok telah menjadi perilaku yang umum ditemui di Indonesia (Hamdan, 2015), berdasarkan data yang dikeluarkan Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, diketahui bahwa produksi rokok meningkat secara signifikan sejak tahun 2011 hingga tahun 2018. Rokok sendiri memiliki dampak yang buruk bagi kesehatan seperi kanker, jantung, gangguan pernafasan serta menjadi salah satu penyumbang kematian terbesar (Hamdan, 2015). Untuk mengantisipasi dampak buruk kesehatan dari rokok sejak tanggal 24 Juni 2014 Kementerian kesehatan Indonesia telah mengatur ketat regulasi rokok, dengan upaya agar mengurangi tingkat perokok. Berdasarkan peraturan pemerintah No. 109/2012. Kementrian kesehatan sudah menyosialisasikan 5 gambar peringatan yang kini tertera di bungkus-bungkus rokok. Lalu gambar peringatan tersebut diperbaharui di Tahun 2018 yang di tunjukan pada gambar 1.2, dengan 3 gambar baru dan dua diantaranya merupakan dampak yang dialami oleh dua orang penderita yang berasal dari Indonesia (p2ptm.kemkes.go.id, 2018).

Pemerintah sudah melakukan upaya dalam memperketat regulasi rokok serta memiliki peraturan terakit konsumsi rokok di Indonesia yang tercatum pada PP No. 19 Tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan yang mencakup kandungan rokok, syarat penjualan rokok, syarat iklan, dan promosi serta Kawasan tanpa rokok, Aturan pembatasan peredaran dan konsumsi rokok di Indonesia yang masih cenderung longgar dan masih banyaknya rokok dengan harga cenderung murah dan tidak melalui cukai (Hamdan, 2015). Adanya hal tersebut, membuat penduduk dapat memanfaatkan hal tersebut dengan mudah untuk membeli produk rokok. Tidak heran apabila Masyarakat Indonesia banyak yang mengkonsumsi rokok dan dapat di kategorikan sebagai negara yang masuk ke dalam 10 besar konsumsi rokok atau tembakau menurut *wisetover.com.* Bukti bahwa negara Indonesia masuk ke dalam 8 besar negara dengan penduduk yang menjadi perokok diperkuat dengan ada nya data dari Badan Pusat Satistik Indonesia yaitu data presentase merokok pada penduduk umur 15 tahun ke atas menurut provinsi pada tahun 2020 hingga 2022 yang diperlihatkan pada presentase merokok pada penduduk umur 15 tahun ke atas menurut provinsi, yang dimana hampir di setiap provinsi lebih dari 20% penduduknya merokok www.bps.go.id.

Provinsi Jawa Barat termasuk ke dalam 5 besar dengan masyarakat yang mengkonsumsi rokok, dengan presentase 32,16%. Provinsi Jawa Barat sendiri menjadi provinsi yang memiliki paling banyak populasi penduduk, yaitu sebanyak 49.405.808 Juta penduduk (Badan Pusat Satistik, 2020), dengan data yang sudah di sajikan dinyatakan bahwa banyaknya populasi di Jawa Barat dan provinsi ini masuk ke dalam 5 besar provinsi dengan banyaknya konsumsi rokok di Indonesia, maka apabila di kalkulasi sebanyak 15 juta penduduk Jawa Barat merokok. Banyaknya kota di Jawa Barat, kota Bandung menjadi kota yang menduduki posisi pertama sebagai kota dengan konsumsi rokok terbanyak, fakta tersebut ditunjukan di gambar 1.5 (Badan Pusat Statistik, 2021).

Tahun 2023 Kota Bandung di kenal sebagai kota pendidikan karena terdapat universitas-universitas terbaik di Indonesia yang masuk dalam daftar *Quacquarelli Synmonds World University Rankings* (QS WUR) 2023) (Siallagan & Kasih, 2022). hal tersebut diperkuat dengan data bahwa terdapat tujuh belas universitas yang berada di Kota Bandung. Selain faktor universitas yang menjadikan kota Bandung menjadi kota pendidikan, Kompas.com merangkum bahwa biaya hidup di kota bandung cukup terjangkau bagi mahasiswa, baik dari segi makanan, serta fasilitas untuk menunjang mahasiswa dalam menyelasaikan tugas-tugasnya (Adit, 2023). Meskipun dikenal sebagai kota pendidikan dan termasuk kota pelajar terbaik di Asia. kota Bandung sendiri memiliki jumlah remaja dengan umur di atas 15 tahun yang mengkonsumsi rokok di angka 28,44% (Putra, 2023).. Tidak dipungkiri bahwa perilaku merokok sendiri dapat menjadi sebuah hal yang baru bagi seorang remaja, terutama mahasiswa yang dimana hal ini berkaitan dengan krisis aspek psikososial pada saat usia remaja dan pencarian jati diri mereka (Hanifah & Hamdan, 2021; Siallagan & Kasih, 2022).

Pelajar pada rentang usia 18-25 tahun yang disebut periode *emerging adulthood*, yang dimana pada masa tersebut dapat dikatakan sudah tidak ketergantungan seperti masa kanak-kanak dan remaja, dan belum memasuki tanggung jawab abadi yang normatif di masa dewasa, karateristik pada periode tersebut dapat terlihat ketika mereka mulai sering mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan (Arnett, 2000). Rokok sendiri sangat identik dengan gender lelaki, hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor seperti sosial budaya, termasuk di dalamnya adalah budaya maskulinitas, yang dimana iklan rokok sendiri menurut Tobbaco Atlas menggiring perilaku tersebut bahwa merokok adalah sebuah Tindakan yang macho, gaul, serta solidaritas (Erfiana, Murtono, & Setiawan, 2021) Meskipun rokok identik dengan gender laki-laki, akan tetapi dengan perkembangan zaman membuat merokok sudah mulai menjadi hal yang biasa bagi gender Perempuan. Menurut sosiolog dari Universitas Gadjah Mada (UGM) Oki Rahadianto Sutopo perempuan yang merokok bisa berati mereka menunjukan bagaimana agensi untuk memilih, mengontrol, dan menentukan apa yang mereka konsumsi, sekaligus menjadikan rokok sebagai partisipasi dalam gaya hidup (Diahwahyuningtyas & Firdaus, 2023).

Selain isu kesehatan mengenai perempuan merokok, kehadiran gambar peringatan pada rokok sudah menjadi salah satu anitisipasi dalam menanggulangi perokok. meskipun sudah adanya gambar peringatan rokok yang di dalamnya mewakili dampak-dampak buruk bagi kesehatan, tentu saja masih ada beberapa perempuan terutama mahasiswi yang masih mengkonsumsinya, walaupun sudah jelas secara terang-terangan bahwa gambar tersebut adalah sebuah contoh nyata dari dampak penggunaan rokok. Dengan data-data yang sudah disajikan diatas penelitian ini ingin melihat bagaimana perempuan terutama mahasiswi memberikan makna pada gambar peringatan di kemasan rokok, yang dimana hal tersebut akan dilakukan dengan teori analisis resepsi pesan oleh Stuart Hall. Teori tersebut menyebutkan adanya proses *encoding* dimana pesan diciptakan oleh pembuat pesan dengan makna tertentu dan adanya proses *decoding* yang dimana penerima pesan mengintrepretasi atau menasfsirkan pesan tersebut sesuai dengan pengetahuan serta pengalaman yang dimilikinya, yang nantinya hasil dari penafsiran tersebut akan ditentukan oleh penerima bagaimana penerima menerima (*Dominant Hegemonic Position),* menegosiasikan (*Negotiataed Position*), atau menolak pesan (*Oppositio Position*) yang telah diterima.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah hal yang tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia. Menurut Liliweri (2011) komunikasi adalah Tindakan manusia atau aktivitas manusia untuk menyampaikan sesuatu. Secara implementasi nyatannya komunikasi juga merupakan suatu diskusi , perlakuan, diskursus, pementasan drama, dramtisasi, seni drama, teater, *mail*¸ layanan surat melalui pos, kantor pos, saluran, garis penghubung, koneksi antara komunikasi dan kegiatan transmisi pesan. Sedangkan menurut Brent David Ruben dalam Susanto (2018) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dengan mana kita bisa memahami dan dipahami oleh orang lain, komunikasi merupakan proses yang dinamis, dan secara konstan berubah sesuatu dengan situasi yang berlaku. secara sederhana Cral I. Hovland, Janis, dan Kelly dalam Susanto (2018) menyatakan bahwa komunikasi adalah sebuah peroses yang dimana seseorang atau individu (Komunikator) menyampaikan rangsangan, yang secara verbalnya menggunakan lambang-lambang Bahasa untuk mengubah tingkah laku individu-inividu yang lain (komunikan). Dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses interaksi yang dimana individu memberikan sebuah informasi (komunikator) dan bagaimana individu menerima informasi (komunikan).

1. Komunikan

Menurut Nurudin (2016) komunikan adalah orang yang menjadi sasaran pesan yang dikirim, komunikan dapat disebut juga sebagai khalayak, sasaran, *audience*, dam *receiver* (penerima). Selanjutnya menurut Suryanto (2015) Komunikan adalah pihak yang menjadi penerima pesan dari proses komunikasi. Dalam konteks komunikasi, komunikan menjadi rekan komunikator dalam mengirimkan informasi, singkatnya komunikan adalah penerima pesan. Komunikan sendiri menafsirkan informasi atau pesan sesuai dengan pemahamannya atau disebut dedofikasi atau *decoding*. Kemampuan komunikan dalam menangkap informasi atau pesan bergantung pada tingkat intelektualitas, latar belakang budaya, situasi, serta kondisi komunikan.

2. Pesan

Di dalam dunia Komunikasi, pesan mempunyai peran yang penting untuk mencapai keberhasilan komunikasi (Roudhonah, 2019). Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima (Liliweri, 2011). Selanjutnya menurut model Shannon-weaver dalam buku Roudhonnah (2019) menyatakan bahwa pesan adalah sesuatu yang dikirim dan atau diterima dalam proses komunikasi yang tiada lain adalah data, fakta, kata, symbol, dan isyarat. Dengan teori pesan yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa pesan adalah sebuah informasi yang disampaikan kepada komunikan melalui komunikator.

3. Media

Dalam komunikasi, alat bantu dalam menyalurkan pesan dapat disebut saluran komunikasi atau media. Media sendiri berupa Indera manuisa, telepon, surat, telegram, media massa (cetak dan elektronik), internet, rumah ibadah, pesta rakyat, dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan pesan komunikasi (Nurudin, 2016). Media komunikasi juga dapat diklasifikasian sebagai semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengolah, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi oleh karena itu media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Media komunikasi sendiri adalah dapat dikatakan perantara dalam menyampaikan

sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut (Suryanto, 2015). Secara singkatnya media atau saluran adalah jalan yang dilalui oleh pesan agar sampai pada komunikan atau penerima pesan (Maulana, 2022).

B. Analisis Resepsi

Analisis resepsi khalayak atau audiens merupakan sebuah proses penciptaan dan memahami makna yang dilakukan oleh khalayak pada saat mengkonsumsi suatu tayangan atau program. Analisis resepsi sendiri dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat melihat dan memahami reaksi, penerimaan, sikap dan makna yang dibentuk oleh audiens atau khalayak atas konten dan tayangan yang dikonsumsi (Ida, 2014). Teori tersebut mendorong agar terjadinya interpretasi atau pemaknaan yang variatif atau beragam dari media selama khalayak melakukan proses persepsi (Nasrullah, 2018).

Teori enconding decoding yang perkenalkan oleh stuart hall pun memungkinkan banyak interpretasi atau penasfsiran yang berbeda dari suatu media selama proses produksi dan penerimaan. Dalam hal ini decoding adalah proses dimana suatu pesan fisik dapat berubah menjadi sebuah makna bagi individu atau penerima pesan. Menurut Stuart Hall dalam Machmud (2016), audiens atau penerima pesan melakukan decoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan (*dominant-hegemonic position*)

khalayak akan membaca pesan teks komunikator lalu menerima atau mengikuti pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Khalayak akan menafsirkan dan membaca pesan dengan pesan yang sudah diterima secara umum tanpa adanya penolakan. Secara hipotesis dapat disimpulkan tidak ada terjadinya perbedaan atau penolakan penafsiran antara komunikator dengan komunikan sebagai khalayak dengan membaca kode pesan yang sama (Fathurizki & Malau, 2018)

2. Posisi Negosisasi (*Negotitated code position*)

Negotiated code position adalah kode yang berbeda-beda antara kedua belah pihak. Komunikan menggunakan kode atau kepercayaan latar belakang yang dia miliki, tetapi ketika diterima oleh penonton tidak dibaca secara umum dengan satu keselarasan. Khalayak menggunakan kepercataan dan keyakinannya tersebut dan dikompromikan atau dinegosiasikan dengan kode-kode yang disedikana oleh produsen (Hall et al., 2005).

3. Posisi Oposisi (*Oppositional Code Position*)

Pemaknaan kode ini ketika khalayak memahami kode pesan secara berbeda. Stuart hall memiliki pendapat bahwa adanya bingkai pesan yang tersembunyi untuk membujuk khalayak lewat pesan yang disampaikan. Namun khalayak memiliki kemampuan untuk menghindari pesan yang terdapat ideologi dominan. Para ahli sepakat bahwa tidak semua khalayak mudah dibodohi oleh media. Namun adapun khalayak yang di dapati terpengaruh oleh bagian dari ideologi dominan (Nastain & Apriyanti, 2018).

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam melakukan pendekatan, penelitian ini menggunakan studi fenomenologi. Creswell (2014) menjelaskan studi fenomologi berusaha mencari ‘esensi’ makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Studi fenomenologi sendiri mencoba menjelaskan atau mengungkapkan makna konsep atau fenomena pengalaman yang memiliki dasar atas kesadaran yang terjadi pada beberapa khalayak atau individu (Luthfiyah & Fitrah, 2017).

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berfokus pada mahasiswi di universitas Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Universitas Telkom yang melakukan aktivitas merokok, serta melibatkan ahli bidang visual. Subjek yang dipilih merupakan hasil identifikasi yang sesuai dengan penelitian.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah gambar peringatan pada kemasan rokok. Penelitian ini akan memberikan interpretasi dari subjek yang sudah identifikasi mengenai gambar peringatan pada kemasan rokok di Indonesia yang menggunakan teori Analisis Resepsi oleh Stuart Hall.

C. Unit Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan yang berbeda-beda dan dikumpulkan secara bertahap hingga data menjadi jenuh.

D. Teknik Pengumpulan Data

Cresswell (2013) menjelaskan bahwa peran peneliti akan turut menantukan penjelasan tentang masalah-masalah yang mungkin akan muncul dalam proses pengumpulan data. Langkah-langkah pengumpulan data meliputi usaha membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara, baik yang terstruktur maupun tidak, dokumentasi, materi-materi visual, serta usaha merancang protocol untuk merekam atau mencatat informasi. Dalam penelitian ini peneliti mengadopsi teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Wanwancara

Wawancara seperti ini tentu membutuhkan pertanyaan yang secara umum tidak struktur dan bersfiat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan serta opini dari para partisipan. Selain hal tersebut wawancara ini dibutuhkan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana subjek atau informan wawancara diminta untuk mengutarakan pendapat serta ide-idenya (Sugiyono & Setiyawami, 2022).

2. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data, metode dokumentasi pun perlu dilakukan dalam penelitian ini. menurut Creswell (2016) dokumen ini bisa berupa dokumen public (koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen privat (buku harian, surat, email. Data hasil penelitian yang telah didapatkan kemudian diperkuat dengan hasil studi dokumentasi yang peneliti temukan melalui jurnal terdahulu, maupun dokumen yang lain yang menunjang dari hasil penelitian.

3. Materii Audio Visual

Metode pengambilan data materi audio serta visual turut membantu peneliti dalam mengambil serta mengolah data dari partisipan atau informan. Materi audio dan visual merupakan data yang dapat berupa foto, objek seni, video tape, atau segala jenis suara dan bunyi. (Creswell, 2016).

E. Metode Analisis

Berdasarkan data yang telah di jelaskan, analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah fenomenologi serta analisis data model Miles dan Huberman. Dalam menganalisis data fenomenologi, terdapat enam langkah yang terstruktur untuk melakukan analisis tersebut menurut Husserl (Hadi, Asrori, & Rusman, 2021) yaitu:

1. Menentukan fenomena yang ingin diteliti sehingga dapat memberikan gambaran untuk nantinya analisis data dapat dilakukan dengan baik. peran peneliti pun harus diperhatikan agar nantinya mampu menganalisis data dari informan untuk dijadikan analisis berdasarkan fakta.
2. Pengumpulan data, dalam hal ini peneliti harus menentukan sampel dan metode yang ingin digunakan untuk pengumpulan data seperti menentukan kriteria informan yang ingin dijadikan sebagai subjek penelitian dan memilih metode yang cocok agar dapat mempermudah peneliti dalam menganalisis data.
3. Perlakuan dan analisis data. Dalam analisis data ini, proses transkrip wawancara yang telah dilakukan dengan apa adanya, setelah itu data transkrip setiap informan atau subjek diberikan identitas. Hal tersebut mempermudah untuk menentukan data mana yang sesuai dengan penelitian dan mana yang tidak sesuai, sehingga nantinya dalam analisis data dapat dilakukan dengan akurat.
4. Melakukan studi literatur agar dapat mendalami analisis data yang telah diperoleh, sehingga peneliti akan mengetahui hasil penelitiannya terdapat hubungan yang mirip atau tidak dari penelitian-penelitian terdahulu.
5. Mempertahankan kebenaran dari hasil penelitian sehingga dapat memberikan serta memperlihatkan validitas dan reliabilitas dari penelitian tersebut.
6. Mepertimbangkan perilaku etik saat ingin melakukan wawancara kepada informan, seperti memberikan penjelasan mengenai penelitian, tujuan penelitian, keikutsertaan informan berupa sukarela atau tanpa

paksaan, meminta izin kepada informan untuk merekam atau melakukan pendataan saat wawancara berlangsung, dan menjamin kerahasiaan data informan untuk penelitian yang dilakukan.

Pada analisis data model Miles dan Huberman menjelaskan bahwa aktivitas dalam suatu analsisi data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai tuntas, hingga data yang didapat sudah dirasa jenuh. Terdapat 4 langkah yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman dalam analisis data mereka (Sugiyono & Setiyawami, 2022), yaitu:

1. Pengumpulan data

Pada kegiatan ini, peneliti mengumpulkan data sebanyak-banyaknya, baik dengan cara observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, maupun trigulasi. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh menjadi bervariasi.

2. Reduksi data

Dengan banyak dan bervariasinya data yang sudah diperoleh oleh peneliti, maka di fase ini peneliti harus melakukan reduksi data, atau dapat dikatakan sebagai pemilahan data yang sesuai dengan penelitian. Hal tersebut dilakukan agar memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data degan bentuk-bentuk seperti table, grafik, pie chart, dan lain-lain. Melalui cara ini, data dapat menjadi lebih mudah untuk terorganisasikan dan tersusun dalam pola-pola yang sesuai, yang nantinya akan semakin mudah dipahami.

4. *Conclusion drawing*

Langkah ke empat adalah membuat kesimpulan serta verifikasi. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan data-data yang kuat untuk mendukung. Apabila kesimpulan sudah didukung oleh data-data yang valid maka kesimpulan dapat dinyatakan kredibel.

F. Teknik Keabsahan Data

Jenis uji kredibilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah Triangulasi sumber. Menurut sugiyono untuk menguji kredibilitas data yang telah dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono & Setiyawami, 2022). Data ini sendiri nanti akan dideskripsikan, dipisahkan, dan diketagorikan secara pandangan atau stigma yang sama, yang berbeda, dan yang spesifik berdasarkan dari sumber data tersebut, lalu dianalisis dan dihasilkan suatu kesimpulan yang akan diminta kesempatan dari sumber-sumber data.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sub bab ini peneliti akan membahas hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kurang lebih selama tiga bulan. Dalam sub bab ini akan dilakukan pembasan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan teori analsisi resepi Stuart Hall. Teori analisis respsi mendorong agar terjadinya interpretasi atau pemaknaan variatif atau beragam dari media selama khalayak melakukan proses persepsi (Nasrullah, 2018). Dalam teori analisis resepsi Stuart Hall sendiri terdapat 3 kemungkinan dalam menentukan 3 kemungkinan posisi audiens atau khalayak dalam melakukan interpretasi pesan dari media, yaitu posisi hegemoni dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Teori analisis resepsi digunakan untuk menjawab fokus penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana interpretasi, penerimaan, serta pemahaman khalayak dalam resepsi gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok.

A. *Dominant Hegemonic Position*

Pada hasil penelitian ini memperlihatkan tiga informan yang memberikan respon bahwa gambar peringatan pada kemasan rokok memberikan efek takut serta khawatir. Hal tersebut disebabkan oleh gambar peringatan pada kemasan rokok yang memperlihatkan gambar korban-korban yang mengalamai penyakit pernafasan yang disebabkan oleh konsumsi rokok. reaksi atau respon rasa takut serta khawatir dari gambar peringatan pada kemasan rokok menyebabkan dua dari tiga pernah melakukan berhenti merokok dikarenakan merasa takut serta kahawatir akan terjangkit penyakit pernafasan yang serupa dengan gambar peringatan pada kemasan rokok. informan lain berpendapat bahwa gambar peringatan tersebut menjadi sebuah pengingat apabila dampak tersebut.

B. *Negotiated Position*

Setiap interpretasi dan negosiasi terhadap gambar peringatan pada kemasan rokok memperlihatkan bahwa setiap informan kunci dan ahli yang tergolong pada posisi negosiasi menerima pesan dari gambar peringatan kesehatan tersebut akan tetapi mereka memiliki interpretasi yang tidak sejalan dengan tujuan serta upaya dari pembuatan gambar peringatan kesehatan oleh kementrian kesehatan. Hal tersebut terjadi dikarenakan enam dari sembilan informan merasa bahwa gambar peringatan pada kemasan saat ini tidak cukup untuk membuat mereka berhenti merokok, hal tersebut bertolak belakang dengan upaya serta tujuan dari gambar peringatan pada kemasan rokok yaitu untuk mencegah, mengurangi, serta berhenti dari konsumsi rokok. pernyataan tersebut pun diperkuat dengan penjelasan informan ahli bahwa gambar peringatan pada kemasan rokok yang dinilai tidak dapat menyalurkan visinya kepada para perokok, dikarenakan rokok yang sudah menjadi adiksi bagi perokok, sehingga para perokok ini tidak menghiraukan atau mengacuhkan gambar peringatan pada kemasan rokok.

C. *Opposition Position*

Pada posisi *opposition* tidak ditemukan adanya pernyataan penolakan terhadap gambar peringatan rokok. Meskipun enam infoman kunci dan satu informan ahli termasuk dalam posisi negosiasi, akan tetapi penolakan secara dominan maupun adanya penolakan tidak terjadi pada gambar peringatan pada kemasan rokok, hal tersebut dilihat dari jawaban informan, mereka justru memberikan interpretasi negosiasi pernyataan-pernyataan yang memperlihatkan bahwa gambar peringatan pada kemasan rokok kurang untuk mencapai visinya yaitu untuk mencegah, mengurangi, serta memberhentikan konsumsi rokok, hal tersebut di tunjukan pada interpretasi mereka dengan gambar rokok yang sebenarnya sudah cukup seram dan memberikan informasi mengenai dampak buruk dari mengkonsumsi rokok, akan tetapi visi itu kurang tersampaikan kepada para perokok, hal tersebut dikarenakan adiksi yang sudah dialami oleh para perokok, sehingga gambar peringatan pada kemasan rokok diacuhkan atau diabaikan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pesan dari gambar peringatan yang memiliki tujuan untuk mencegah, mengurangi, serta memberhentikan konsumsi rokok masih terdapat pendapat Informan bahwa pesan dalam gambar peringatan tersebut belum sepenuhnya dapat terima oleh semua perokok. Penelitian memperlihatkan Informan mahasiswi perokok terdapat pada posisi *dominant hegemonic position* dan *negotiated position.* Pada penelitian ini tidak ditemukan adanya informan mahasiswi perokok yang terdapat di posisi *opposition position*, karena sebagai mahasiswi perokok mereka tetap menerima pesan dari gambar peringatan pada kemasan rokok yaitu untuk mencegah, mengurangi, serta memberhentikan konsumsi rokok.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka peneliti memiliki saran yang diharapkan dapat memberikan Manfaat serta dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Saran Praktis
   a. Perlu adanya evaluasi dalam visualisasi gambar peringatan pada kemasan rokok, yang dirasa perlu di kembangkan agar pesan dalam gambar peringatan rokok dapat tersampaikan bagi khalayak yang tidak merokok maupun perokok aktif.
   b. Bagi Kementrian Kesehatan, peneliti berharap bahwa kemasan rokok dapat mengikuti peraturan ‘kemasan standar tembakau’ yang sudah diberlakukan dibeberapa negara, yang berfungsi agar kemasan rokok tidak terlihat menarik dan berharap dapat menurunkan angka perokok di Indonesia
   c. Bagi Kementrian Kesehatan, peneliti berharap bahwa gambar peringatan pada kemasan dapat diberikan informasi yang lebih jelas, mengenai Infografis ataupun kausalitas dari konsumsi rokok secara jangka panjang dan jumlah yang berlebihan.

2. Saran Teoritis
   a. Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan dapat membantu dalam menganalisis pesan gambar peringatan pada kemasan rokok di Indonesia

b. Penelitian ini dapat dilakukan dengan teori yang lain ataupun metode yang baru, agar dapat menemukan temuan baru dari penelitian ini.

REFERENSI

Adit, A. (2023, 10 15). *www.Kompas.com*. From 20 Universitas Terbaik di Bandung Versi EduRan: https://www.kompas.com/edu/read/2023/10/15/134107471/20-universitas-terbaik-di-bandung-versi-edurank-2023

Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory of Development From the Late Teens Through Twenties. *American Psychologial Asociation*.

Creswell, J. W. (2013). *RESEARCH DESIGN PENDEKATAN KUALITATIF, KUANTITATIF, FAN MIXED.* Yogyakarta: PUSTAKABELAJAR.

Creswell, J. W. (2014). *RESEARCH DESIGN PENDEKATAN KUALITATIF, KUANTITATIF, DAN MIXED.* Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

Diahwahyuningtyas, A., & Firdaus, F. (2023). *www.Kompas.com*. From Ramai soal Fenomena Perempuan Merokok yang Dianggap Buruk, Bagaimana Kata Sosiolog?: https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/24/180000665/ramai-soal-fenomena-perempuan-merokok-yang-dianggap-buruk-bagaimana-kata

Erfiana, D., Murtono, & Setiawan, D. (2021). PERSEPSI PEROKOK MENGENAI GAMBAR PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA KEMASAN ROKOK BAGI MAHASISWA DI PRODI PGSD UNIVERSITAS MURIA KUDUS . *JOURNAL OF INDUSTRIAL ENGINEERING & MANAGEMENT RESEARCH*.

Fathurizki, A., & Malau, R. M. (2018). Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Film :Men, Women & Children.". *Pro Tvf*.

Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI.* CV. Pena Persada.

Hamdan, S. R. (2015). Pengaruh Peringatan Bahaya Rokok Bergambar Pada Intensi Berhenti Merokok. *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 241.

Hanifah, S., & Hamdan, S. R. (2021). Gambaran Perilaku Merokok pada Mahasiswa di Kota Bandung.

Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya.* Surabaya: Prenada Media Group.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi, Serba Makna dan Serba Makna.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Luthfiyah, & Fitrah, M. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, tindakan kelas dan Studi Kasus.* Sukabumi: Jejak Publisher.

Maulana, S. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI.* Bandung: PENERBIT YRAMA WIDYA.

Nasrullah, R. (2018). *KHALAYAK MEDIA: IDENTITAS, IDEOLOGI, DAN PERILAKU PADA ERA DIGITAL.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Nastain, M., & Apriyanti, R. (2018). Studi Analisi Resepsi Jogja King Motor Club Terhadap Serial Drama "Anak Jalanan". *ETTISAL Journal of Communication*.

Nurudin. (2016). *ILMU KOMUNIKASI: Ilmiah dan Populer.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

p2ptm.kemkes.go.id. (2018, mei 31). From Peringatan Kesehatan Bergambar di Kemasan Rokok Diperbaharui: https://p2ptm.kemkes.go.id/kegiatan-p2ptm/pusat-/peringatan-kesehatan-bergambar-di-kemasan-rokok-diperbaharui

Putra, M. Y. (2023, Januari 18). *Data BPS: 28,44 Persen Warga Kota Bandung Perokok Aktif*. From AYOBANDUNG.COM: https://www.ayobandung.com/bandung-raya/pr-796776757/data-bps-2844-persen-warga-kota-bandung-perokok-aktif#:~:text=Sementara%20di%20Kota%20Bandung%20terdapat%20sekitar%2028%2C44%20persen,sudah%20mencapai%202%2C53%20juta%20jiwa%20per%20Juni%202022.

Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi.* Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Siallagan, A., & Kasih, A. P. (2022, 12 5). *3 Kota Pelajar Terbaik Indonesia Versi QS 2023, Ada Kotamu?* From Kompas.com: https://www.kompas.com/edu/read/2022/12/05/094935071/3-kota-pelajar-terbaik-indonesia-versi-qs-2023-ada-kotamu#:~:text=Bandung%20berhasil%20menduduki%20posisi%20ke%20120%20sebagai%20kota,kota%20terbaik%20bagi%20mahasiswa%20untuk%20menimba%20pendidikan%20t

Sugiyono, & Setiyawami. (2022). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif, dan Studi Kasus).* Bandung: ALFABETA.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bandung: Pustaka Setia Bandung.

TCSC-IAKMI. (2020). *Atlas Tembakau Indonesia 2020.* . From Tobacco Control Support Center-Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia.