

**DAMPAK KOMUNIKASI VISUAL PADA KEMASAN ROKOK
TERHADAP PEROKOK AKTIF DI KAMPUNG LUBUK
BATIL KECAMATAN BENDAHARA KABUPATEN ACEH
TAMIANG**

Skripsi

Diajukan Oleh:

NUR ZAIMAH
NIM. 3012018010

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2022 M/1443 H**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut
Agama Islam Negeri Langsa Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**

Oleh :

**NUR ZAIMAH
NIM. 3012018010**

**Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Langsa, 24 Mei 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Ace Ridop
2
6 2022
Yusmami, S.Ag, M.A
NIDN. 2018037302

Pembimbing II

Rusli
Rusli, M.A
NIDN. 2018038004

PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Insititut Agama Islam Negeri Langsa Dinyatakan Lulu dan Diterima Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pada hari/tanggal

Selasa, 9 Agustus 2022

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua

Yusmami, S.Ag. M.A
NIDN. 2018037302

Sekretaris

Rusli, M.A
NIDN. 2018038004

Penguji I

Bahtiar, M.A
NIDN. 2021017901

Penguji II

Muhammad Mukhlis, M.A
NIDN. 2029108802

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa



Dr. H. Muhammad Nasir, MA
NIP. 197303012009121001

ABSTRAK

Nur Zaimah, 2022, *Dampak Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok terhadap Perokok Aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang*, Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa.

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 56 orang. Metode analisis data menggunakan analisis bivariat. Hasil penelitian menjelaskan bahwa komunikasi visual ada kemasan rokok terhadap orang yang berhenti merokok pada kampung Lubuk Batil cukup efektif untuk memberikan rasa takut akan pada orang yang merokok. Hal ini terbukti dari adanya beberapa responden yang tidak melihat bungkus rokok karena terdapat iklan penyakit rokok, selain itu responden juga tidak ingin megidap penyakit seperti gambar iklan pada kemasan rokok. Komunikasi visual pada kemasan rokok memberikan dampak positif bagi perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Dampak komunikasi visual pada kemasan rokok memiliki hubungan yang signifikan terhadap perokok aktif yang ingin berhenti merokok. Hal ini berdasarkan uji statistik *Chi Square* pada derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai *p value* 0,023 ($p < 0,05$)

Kata Kunci: *Dampak Komunikasi Visual, Perokok Aktif*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nur Zaimah**

NIM : 3012018010

Faultas/Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran
Islam

Alamat : Desa Lubuk Batil, Kecamatan Bendahara, Kabupaten Aceh
Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**DAMPAK KOMUNIKASI VISUAL PADA KEMASAN ROKOK TERHADAP PEROKOK AKTIF DI KAMPUNG LUBUK BATIL KECAMATAN BENDAHARA KABUPATEN ACEH TAMIANG**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 11 April 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Zaimah

KATA PENGANTAR



Assalammu'laikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan pertolongannya di hari kiamat.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa menyelesaikan penelitian ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayahanda dan Ibundaku tercinta yang telah membesarkan, mendidik, dan memberikan kasih sayang sepenuhnya tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA, selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Nasir, MA, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
4. Bapak Yusmami, S.Ag, MA selaku pembimbing pertama dan Bapak Rusli, MA selaku pembimbing kedua yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga bagi penulis.
5. Dosen dan staff pengajar serta seluruh karyawan pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.

6. Semua pihak yang membantu penulis selama ini, terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 11 April 2022

Nur Zaimah

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Pembimbing	
Halaman Pengesahan	
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penjelasan Istilah	8
E. Kerangka Teori	9
F. Kajian Terdahulu	10
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORITIS	15
A. Ruang Lingkup Komunikasi	15
B. Komunikasi Visual	21
C. Kandungan pada Rokok	31
D. Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	39
C. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Kampung Lubuk Batil	45
B. Analisis Univariat	44
C. Dampak Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok terhadap Perokok Aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang	45
D. Pembahasan	46

BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran-Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	54

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner	54
Lampiran 2 Skor Angket	55
Lampiran 3 Analisis Univariat	58
Lampiran 4 Gambar Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya komunikasi merupakan suatu pernyataan individu untuk melakukan interaksi dengan individu lain. Tanpa komunikasi, individu akan sulit untuk mengungkapkan keinginan, pendapat dan menjalankan hubungan silaturahmi dengan individu lain. Komunikasi sangat erat hubungannya dengan kehidupan sosial individu.¹

Komunikasi didalam kehidupan sehari-hari yang sering dilakukan dikenal dengan komunikasi secara verbal maupun non verbal. Komunikasi secara verbal adalah komunikasi secara langsung yang menggunakan kata-kata dan bahasa. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan kode, isyarat, simbol, dan lambang. Pesan-pesan verbal dan non verbal sangat berpengaruh dalam sebuah komunikasi.²

Semua simbol-simbol atau gambar yang kita lihat disekitar kita memiliki makna, hanya saja mungkin kita sulit untuk memaknai gambar tersebut. Setiap simbol dan gambar memiliki makna tersendiri, ada yang memiliki makna ajakan dan ada yang memiliki makna larangan. Dalam ilmu komunikasi, ilmu yang mempelajari tentang makna dari gambar atau simbol disebut dengan komunikasi visual.

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikas* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003), h. 28.

² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), h. 308 .

Komunikasi visual pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Komunikasi ini menggunakan bahasa visual, dengan unsur dasar bahasa visual menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan. Bahasa visual sendiri merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, dan pesan.³

Dapat kita lihat bahwa saat ini pemakaian visual untuk berkomunikasi semakin berkembang dan semakin baik. Komunikasi visual yang sangat mudah kita jumpai di lingkungan kita pada saat ini salah satunya adalah pesan gambar yang ada pada kemasan rokok. Adapun komunikasi visual atau gambar larangan merokok yang ada pada bungkus rokok disampaikan berupa efek dari merokok tersebut seperti, gambar jantung orang yang merokok, gambar kerongkongan orang yang merokok dan banyak lagi gambar-gambar lainnya.

Adapun pencantuman gambar pada bungkus rokok awal mula ditetapkan oleh pemerintah tahun 2012, semua tercatat dalam peraturan pemerintah nomor 109 tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau.⁴ Dicantumkan pesan dalam bentuk gambar (visual) diharapkan bisa dipahami oleh khalayak terutama para pengonsumsi rokok di seluruh penjuru tanah air. Diharapkan pula dengan dicantumkannya gambar tersebut akan terjadi pengurangan konsumsi rokok karena efek negatif akibat

³ Ricky W.Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*, (Yogyakarta : Andi, 2020),h.5.

⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau.

racun yang ada dalam rokok sangat berbahaya bagi kesehatan manusia dan lingkungan sekitarnya.

Faktanya setelah peraturan pemerintah diterapkan, jumlah perokok aktif yang ada di Indonesia tidak mengalami penurunan melainkan mengalami peningkatan. Besarnya bahaya merokok sebenarnya bukan tidak disadari oleh kalangan para perokok, melainkan kuatnya ketergantungan terhadap rokok sehingga tidak berhenti menghisapnya. Dapat kita lihat bahwa sekarang ini peringatan bahaya merokok cenderung kurang berpengaruh atau kurang efektif terhadap jumlah pengonsumsi rokok. Sebaliknya pesan-pesan berupa peringatan maupun himbauan bahkan banyak sudah dipublikasikan melalui beragam media komunikasi selama ini belum bisa dikatakan mencapai tujuan optimal.

Kesehatan merupakan hal utama bagi manusia, banyak orang yang sakit disebabkan oleh pola hidup tidak sehat, salah satunya adalah merokok. Dampak rokok bagi kesehatan manusia sudah diketahui dengan jelas. Rokok mengandung zat psikoaktif yang berbahaya yang mengandung 4000 bahan kimia yang menyebabkan kematian. Merokok juga dapat menyebabkan berbagai macam penyakit seperti kanker, impotensi, stroke, mengancam kehamilan, penyakit jantung, keriput dan merusak gigi.⁵

Selain itu faktor lingkungan juga sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mulai terbiasa menghisap rokok. Perilaku merokok diawali oleh rasa ingin tahu dan pengaruh teman sebaya. Mulai terjadinya merokok akibat pengaruh lingkungan sosial, pergaulan dan meniru perilaku orang lain yang merupakan

⁵ Kementerian Kesehatan RI Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan, *Fakta Tembakau Dan Pemasalahannya Di Indonesia*, Edisi V, Jakarta : Tobacco Control Support Center-IAKMI, 2014, h. 134.

salah satu perokok aktif. Sementara faktor lain penyebabnya menghisap rokok adalah karena terbius dengan iklan rokok, dimana iklan rokok dibuat dengan sedemikian rupa yang membuat orang tertarik dengan produk rokok.⁶

Dengan adanya gambar penyakit yang ditimbulkan dari rokok harusnya para perokok tersebut memiliki ketakutan akan penyakit yang sama menyerang dirinya, namun kenyataannya saat pertama kali iklan pada kemasan rokok tersebut muncul banyak orang yang tau akibat dari bahaya merokok namun tidak menghiraukannya.

Dari observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 20 September 2021 terhadap 3 orang mantan perokok mengatakan bahwa ketika seseorang sudah kecanduan untuk menghisap rokok maka untuk berhenti merokok itu merupakan suatu hal yang sangat sulit. Terkadang orang sudah mengetahui bahwa dampak rokok itu sangat berbahaya bagi kesehatan namun mereka tidak pernah sadar dan masih untuk tetap merokok. Berhenti merokok memerlukan dukungan dari lingkungan yang sehat. Setiap seseorang yang ingin berhenti merokok mereka juga memiliki kegagalan sebelum akhirnya berhasil untuk tidak merokok lagi.⁷

Saat ini seluruh produk rokok terdapat gambar larangan merokok dan gambar penyakit yang diakibatkan oleh rokok seperti gambar jantung orang yang merokok, gambar kerongkongan yang berlubang akibat rokok, bibir yang hitam seperti terbakar akibat rokok, dan gambar-gambar lainnya. Seharusnya dengan adanya gambar visual pada kemasan rokok dapat membuat orang berhenti

⁶ Mastura, Bahaya Merokok Bagi Kesehatan, *Jurnal Ilmu Keperawatan Al-Asamiya Nursing*, Vol. 8, Nomor 2, 2019

⁷Observasi langsung di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang hari, hari selasa, pukul 09.00 WIB, tanggal 22 Juni 2021.

merokok. Namun kenyataannya para perokok tidak takut akan akibat yang ditimbulkan dengan merokok seperti gambar pada kemasan rokok tersebut.

Adanya gambar visual dari kemasan rokok tersebut diharapkan dapat efektif bagi orang-orang yang benar-benar memiliki keinginan untuk berhenti merokok. Dengan melihat gambar tersebut diharapkan para perokok dapat menyadari bahwa banya sekali penyakit yang timbul akibat menghisap rokok. Tidak sedikit juga masyarakat yang berhenti merokok setelah melihat gambar penyakit pada kemasan rokok. Oleh karenanya diharapkan dengan adanya komunikasi visual pada kemasan rokok benar-benar efektif untuk membuat perokok menjadi berhenti merokok.

Dari permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil lokasi penelitian di Kampung Lubuk Batil dengan mengangkat judul **“Dampak Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok terhadap Perokok Aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang”**

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi yaitu pada perokok aktif di Kampung Lubuk Batil yang berusia di atas 40 tahun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana dampak komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan memperdalam khasanah pengetahuan di bidang komunikasi, khususnya komunikasi visual serta dapat memperluas wawasan masyarakat dan menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, serta dapat menjadikan langkah awal untuk dapat mempelajari tentang pesan bahaya merokok bagi kita.

E. Penjelasan Istilah

Dengan adanya penjelasan istilah ini ialah untuk terhindar dari pemahaman yang berbeda oleh para pembaca dari apa yang dimaksud oleh peneliti:

1. Efek

Efek adalah perubahan, hasil, atau konsekuensi langsung yang disebabkan oleh suatu tindakan atau fenomena.⁸ Dengan demikian efek adalah akibat yang ditimbulkan dari suatu hal yang dilakukan.

2. Komunikasi Visual

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehinggapesan yang dimaksud dapat dipahami, hubungan, kontak, perhubungan.⁹ Sedangkan visual adalah dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata), berdasarkan penglihatan.¹⁰

Adapun menurut penulis komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan pengguna media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan.

3. Rokok

Rokok menurut KBBI adalah gulungan tembakau (kira-kira sebesar kelingking) yang dibungkus (daun nipah, kertas).¹¹ Adapun menurut penulis kemasan rokok adalah kemasan persegi panjang, kebanyakan dari kertas karton, yang berisi didalamnya rokok.

4. Orang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, orang adalah manusia (dalam arti khusus), arti lainnya dari orang adalah manusia yang tinggal di suatu daerah.¹²

⁸ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 54

⁹ *Ibid*, h. 98

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² *ibid*

Sedangkan menurut penulis orang adalah suatu makhluk hidup yang diciptakan oleh Allah SWT. Yang tidak mungkin hidup sendiri dan selalu membutuhkan bantuan orang lain.

5. Berhenti Merokok

Berhenti adalah keadaan tanpa gerak, halangan, jeda, kekacauan tanpa menghancurkan.¹³ Sedangkan merokok adalah sebuah aktivitas menghisap atau menghirup asap rokok dengan menggunakan pipa atau rokok.

Sedangkan menurut penulis berhenti merokok adalah proses untuk menghentikan kebiasaan merokok. rokok atau tembakau membawa beberapa efek buruk bagi tubuh, terutama yang disebabkan kandungan nikotin sehingga menyebabkan rokok menjadi kecanduan.

F. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan model teori S-O-R, teori S-O-R ini dikemukakan oleh Carl Hovland. Teori S-R (Simulus-Respon) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respon.¹⁴

Teori persepsi S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* ini semula berasal dari psikologi kemudian menjadi teori komunikasi, tidak mengherankan karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia juga jiwanya yang meliputi komponen-komponen seperti sikap, opini, perilaku, pengetahuan, perhatian, dan penafsirannya. O

¹³ *Ibid*

¹⁴ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, (Jakarta : Remaja Rosdakarya, 2009), h. 132.

melambangkan pesan kognisi yang menengahi antara S-R, yang dimaksud dengan kognisi disini adalah proses akal atau mental memperoleh, menyimpan, mendapatkan dan mengubah pengetahuan.¹⁵

Dengan demikian seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi *audience*. Jadi unsur- unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organism, O)
3. Efek (Response, R)

Dapat dijabarkan disini yang merupakan stimulus adalah pesan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok berupa gambar. Organism dalam penelitian ini adalah orang yang berhenti merokok pada Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara. Sedangkan efek (respon) dalam penelitian ini adalah efek terhadap orang yang berhenti merokok setelah melihat pesan peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok berupa gambar.

G. Kajian Terdahulu

Dalam membuat penelitian ini penulis melihat beberapa referensi penelitian terdahulu yang bisa menjadi bahan acuan bagi penulis. Adapun penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian di antaranya yaitu:

1. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nadya Khennis Rozana dengan judul “Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online Sebagai

¹⁵ Onong Uchana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti,2003), h. 254.

Media Dakwah.¹⁶ Skripsi ini membahas dakwah Islam yang menggunakan media internet atau media online yang sudah banyak dilakukan oleh beberapa organisasi islam. Metode penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah penelitian ini terletak pada fokus permasalahannya. Penelitian ini fokus penelitiannya Website NU online sebagai media dakwah sedangkan fokus penelitian yang akan saya lakukan adalah pesan bahaya merokok pada kemasan rokok. Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji mengenai komunikasi visual, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini tidak mengkaji mengenai komunikasi visual online, bukan pada kemasan rokok.

2. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Enny Suryani dengan judul “Pemaknaan Perokok Pasif Terhadap Gambar Peringatan Bahaya Merokok”.¹⁷ Penelitian ini membahas tentang bahaya asap rokok bagi perokok pasif, orang yang digratiskan atau tidak mempunyai pilihan agar tidak menghirup sisa asap rokok dari perokok aktif jika disekelilingnya adalah perokok aktif. Metode penelitiannya sama-sama penelitian kualitatif dan sama-sama membahas bahaya merokok yang terdapat pada gambar sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah pada objek kajiannya, objek kajian penelitian ini adalah perokok pasif sedangkan objek penelitian

¹⁶ Skripsi Nadya Khennis, Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online sebagai Media Dakwah” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya 2019.

¹⁷Skripsi Enny Suryani Pemaknaan Perokok Pasif terhadap Gambar Peringatan Bahaya Merokok” Sekolah tinggi ilmu komunikasi Surabaya 2017.

yang akan saya lakukan adalah pada perokok aktif. Persamaan penelitian ini yaitu mengkaji mengenai komunikasi visual pada peringatan bahaya merokok, sedangkan perbedaannya yaitu subjek penelitian adalah perokok pasif.

3. Ketiga, penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Rifka Oktavia pada tahun 2016 yang berjudul, "Respon Perokok Aktif terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok," survey dilakukan pada mahasiswa FIDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode yang digunakan adalah survei.¹⁸ Hasil dari penelitian ini adalah pesan bahaya merokok pada kemasan rokok dapat menambah pengetahuan responden dan dapat membuat responden menjadi takut akan bahaya merokok. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas pada fokus penelitian berupa pesan yang ada di kemasan rokok. Perbedaannya adalah dalam metode penelitian disini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif dengan lokasi penelitian pada Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Persamaan dalam penelitian ini yaitu mengkaji mengenai pesan bahaya rokok pada kemasan, sedangkan perbedaannya adalah subjek yang diteliti adalah perokok aktif.
4. Keempat, penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Ulfa Mayasari yang berjudul, "Pengaruh Penggunaan Gambar Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok terhadap Efek Jera". Tujuan penelitian ini untuk melihat efek dari

¹⁸Skripsi Rifka Oktavia, "Respon Perokok Aktif terhadap Pesan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok," survey dilakukan pada mahasiswa FIDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

penggunaan gambar bahaya merokok pada kemasan rokok terhadap efek jera oleh perokok. Persamaan penelitian ini dengan yang akan penulis lakukan adalah sama-sama membahas efek dari komunikasi visual yang ada pada kemasan rokok, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan teori komunikasi visual, iklan, semiotika, dan model logika desain pesan, dan metode yang digunakan adalah metode penelitian Kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis menggunakan S.O.R dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji efek komunikasi visual, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

5. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ardaya Maulana Putra yang berjudul “Komunikasi Visual terhadap Pesan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung angkatan 2016 terhadap peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Sedangkan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di dalam masyarakat yang sebenarnya. dengan sifat deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu berasal dari bersumber dari lapangan pada lingkungan kampus UIN Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2016, yang melibatkan mahasiswa laki-laki yang juga seorang

perokok aktif. Kemudian data sekunder yang berasal dari berbagai dokumen, buku dan data pelengkap lainnya. Komunikasi visual dari pesan bahaya merokok pada kemasan sebenarnya sudah tersampaikan dengan baik namun kurang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perokok. Sebagian perokok yang terpengaruh sebenarnya bukan dikarenakan dari pesan pada kemasan tersebut, akan tetapi karena keinginan dan kesadaran mereka sendiri untuk menjaga kesehatan. Persamaan pada penelitian ini yaitu mengkaji komunikasi visual pada kemasan rokok, sedangkan perbedaannya yaitu subjek yang diteliti adalah mahasiswa perokok.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORITIS, yang mencakup komunikasi visual, prinsip komunikasi visual, kandungan rokok dan komunikasi visual pada kemasan rokok.

BAB III METODE PENELITIAN, yang meliputi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN, yang meliputi tentang profil desa, komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap orang yang berhenti merokok, dan faktor yang mempengaruhi orang yang berhenti merokok setelah melihat peringatan adanya bahaya dari merokok

BAB V PENUTUP, merupakan penutup yang berisi kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian tersebut dan berisi saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Ruang Lingkup Komunikasi

1. Pengertian dan Ruang Lingkup Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang artinya memberitahukan.¹⁹ Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan, dll antara dua orang atau lebih. Jadi, pengertian komunikasi dapat dikatakan proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti, dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu. Beberapa contoh definisi komunikasi.²⁰

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampai pesan oleh komunikator kepada komunikan, jika di analisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. Jika tidak terjadi kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*communication actors*) yakni komunikator dan komunikan itu,

¹⁹ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Grahayu Ilmu, 2010), h. 2.

²⁰ *Ibid*, h. 3.

dengan lain perkataan komunikasi tidak mengerti pesan yang diterimanya, maka komunikasi tidak terjadi. Dalam rumus lain, situasi tidak komunikatif situasi komunikatif bisa berupa pidato, ceramah, khotbah, dan lain-lain, baik situasi komunikasi lisan maupun tulisan.²¹

Dari beberapa pengertian komunikasi tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa, komunikasi adalah proses bertukar pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seseorang komunikator terhadap komunikasi dengan tujuan tertentu.

2. Tujuan Komunikasi

Tujuan utama komunikasi yaitu memindahkan pengertian yang dimiliki seorang kepada penerima agar dia mempunyai pengertian baru setelah seseorang mengkomunikasikan sesuatu. Jadi orang yang dan dan mendengarkan harus mengalihkan pikiran, pendapat dan pandangan serta tindakan apa yang ingin dikehendaki. Stanton mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia yaitu:²²

- a. Mempengaruhi orang lain
- b. Membangun atau mengelola relasi antar personal
- c. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan
- d. Membantu orang lain
- e. Bermain atau bergurau.

²¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 38.

²² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 25

3. Bentuk-bentuk Komunikasi

Adapun bentuk-bentuk komunikasi yaitu sebagai berikut:²³

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri kita, ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatankegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita. Perlu digarisbawahi, pengertian komunikasi intrapersonal yang berkaitan dengan penelitian ini adalah pemberian makna seseorang terhadap sesuatu atau peristiwa yang terjadi dihadapannya dan dilingkungannya. Jika disederhanakan adalah bagaimana seseorang memahami dan memaknai sesuatu. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Sebagai contoh: ketika anda bersama seseorang, apa yang anda pikirkan termasuk dengan komunikasi intrapersonal. Pada komunikasi intrapersonal seringkali mempelajari peran kognisi dalam perilaku manusia. Dalam konteks ini biasanya dilakukan berulang-ulang daripada dengan komunikasi lainnya.

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi pada dua individu, seperti orangtua-anak, suami-istri, dua sahabat dekat, dua sejawat, guru-murid dan sebagainya. Berkomunikasi dengan orang lain

²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 39.

berarti kita belajar makna cinta, kasih sayang, simpati, rasa hormat, rasa bangga bahkan iri hati dan kebencian. Melalui komunikasi kita dapat mengalami berbagai kualitas perasaan itu dan membandingkan antara perasaan yang satu dengan perasaan yang lainnya.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya. Michael burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok diatas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

d. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses saling menukar pesan dalam satu jaringan yang saling berketergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi.

e. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah media penyampai informasi kepada khalayak dalam kegiatan berkomunikasi pada komunikasi massa. Dimana media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, majalah, dan surat kabar yang dikenal sebagai media massa.

4. Jenis-jenis Komunikasi

Adapun jenis-jenis komunikasi yaitu:²⁴

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah suatu kegiatan komunikasi komunikasi antara individu atau kelompok yang mempergunakan bahasa sebagai alat perhubungan. Efektif tidaknya suatu kegiatan komunikasi bergantung dari ketepatan penggunaan kata-kata atau kalimat dalam mengungkapkan sesuatu. Proses komunikasi dapat berlangsung dengan baik bila komunikasi dapat menafsirkan secara tepat pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui penggunaan bahasa dalam bentuk kata-kata atau kalimat.

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan sejumlah kumpulan dari isyarat, gerak tubuh dan sikap yang memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain.

²⁴ Syaiful Bahri Djamarah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.

5. Hambatan-hambatan Komunikasi

Manusia sebagai komunikan memiliki kecenderungan untuk acuh tak acuh, meremehkan sesuatu, salah menafsirkan, atau tidak mampu mengingat dengan jelas apa yang telah diterimanya dari komunikator. Gangguan dalam komunikasi adalah hal-hal yang muncul dalam komunikasi yang menyebabkan komunikasi terhambat, artinya perilaku yang diharapkan muncul tidak muncul karena terhambatnya pesan yang disampaikan. Gangguan dalam komunikasi dapat muncul dalam setiap unsur dalam komunikasi yaitu sebagai berikut:

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang di transmisi melalui saluran mengalami kerusakan.

b. Rintangan Kerangka Berpikir

Rintangan kerangka berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.

c. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Gangguan semantik sering terjadi karena:

- 1) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing, sehingga sulit dimengerti khalayak tertentu.
- 2) Bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.

B. Komunikasi Visual

1. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar/foto (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout dalam berbagai media cetak, massa, elektronik maupun audio visual. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju. Komunikasi visual, sesuai namanya, adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan.²⁵

Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Pada prinsipnya komunikasi visual perancangan untuk menyampaikan pola fikir dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang

²⁵ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta, ANDI OFFSET, 2007), h. 10.

komunikatif, efektif dan tepat, terpolada dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran.

Akar bidang komunikasi visual adalah komunikasi budaya, komunikasi sosial dan komunikasi ekonomi. Tidak seperti seniman yang mementingkan ekspresi perasaan dalam dirinya, seorang desainer komunikasi visual adalah penterjemah dalam komunikasi gagasan. Karena itulah komunikasi visual mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menterjemahkan pikiran dalam bentuk visual.²⁶

Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif.²⁷ Artinya, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru diantara desain yang baru).

2. Prinsip Komunikasi Visual

Elemen-elemen dasar desain tidak dapat berdiri sendiri sebagian tujuan dari fungsi maupun estetika, karena semuanya merupakan pertalian yang saling berhubungan agar dapat memberikan kenyamanan

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Suyanto, M, *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 54.

dan juga mempunyai jiwa sebagai wujud kedalaman estetika suatu desain. Prinsip-Prinsip Desain terdiri dari proporsi, keseimbangan kontras, irama dan kesatuan.²⁸

a. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan antara unsur-unsur suatu materi yang satu dengan yang lainnya yang saling berhubungan dengan ukuran dan bentuk suatu bidang yang akan ditata. Sebuah proporsi dapat berhubungan dengan sebuah bidang. Pembuatan proporsi yang baik adalah suatu bentuk upaya untuk mencari perbandingan.

b. Keseimbangan

Keseimbangan atau biasa disebut *balance* adalah suatu kesan yang serasi dan mantap dari unsur-unsur yang di desain secara tepat.

c. Kontras

Kontras adalah penentu suatu desain yang menonjolkan prioritasnya. Kontras dapat dilakukan dengan mengubah ukuran, bentuk arah, warna dan nada. Untuk menyatukan perbedaan-perbedaan yang ada, dapat menonjolkan kekontrasan dari perbedaan-perbedaan tersebut.

d. Irama

Irama adalah pengulangan dari suatu unsur-unsur yang ditampilkan agar desain mempunyai nilai yang hakiki dari suatu peraturan unsure tapi harus mempunyai irama yang baik.

²⁸ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 210.

e. Kesatuan

Kesatuan merupakan pengelompokan antara unsur-unsur desain dalam suatu ruang dengan membentuk suatu kesatuan.

3. Unsur-unsur Komunikasi Visual

Unsur yang terdapat dalam komunikasi menurut Yasin, yaitu:²⁹

- a. Sumber pesan atau komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada orang lain. Komunikator yang dimaksud dalam penelitian ini produsen rokok.
- b. Pesan atau *message* merupakan informasi, isi, dan materi yang ingin disampaikan. Pesan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pesan mengenai bahaya dan penyakit yang ditimbulkan akibat merokok.
- c. Media atau *channel* yang digunakan dalam menyampaikan pesan dapat berupa media, baik langsung maupun tidak langsung. Media atau *channel* dalam penelitian ini adalah kemasan rokok berupa iklan peringatan bahaya merokok dan penyakit yang ditimbulkan akibat merokok.
- d. Penerima pesan atau komunikan merupakan orang yang menerima pesan yang disampaikan komunikator melalui perantara atau media tadi. Komunikan yang dimaksud adalah para perokok.
- e. Umpan balik atau *feedback* adalah bagian atau unsur integral dalam komunikasi yang memungkinkan pembicara memonitor proses dan menilai sukses usaha yang telah dilaksanakan dalam rangka mencapai

²⁹ Muhammad Yasin, *Komunikasi Pendidikan Menuju Pembelajaran Efektif*, (Kediri: STAIN Press Kediri, 2015), 11

respon yang diharapkan dari pihak penerima. Umpan balik berkaitan dengan perubahan dari orang yang berhenti merokok setelah melihat iklan pada kemasan rokok mengenai bahaya merokok dan penyakit yang ditimbulkan dari rokok.

4. Komponen-komponen Komunikasi Visual

Komunikasi visual biasanya diasosiasikan dengan senirupa, simbol, fotografi, tipografi lukisan, desain grafis, ilustrasi, dan lain-lain. Komunikasi visual sendiri memiliki tujuan untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar dapat diapresiasi oleh sasaran komunikasi. Konsep komunikasi visual sendiri adalah dengan memadukan elemenelemen desain grafis seperti garis, bentuk, ruang, warna, dan tekstur yang mana disesuaikan dengan prinsip-prinsip desain.

a. Prinsip-Prinsip Desain Grafis

1) Komposisi (*composition*)

Merancang/mendesain pada dasarnya adalah hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemenelemen dan prinsip-prinsip desain yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Komposisi = *Composition* = *Componere* (asal kata dari bahasa Latin), yang artinya penggabungan. Pada dasarnya, suatu komposisi merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi.

2) Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan dapat dicapai dengan menampilkan unsur-unsur desain, seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan memberi kesan mantap serta tepat pada tempatnya.³⁰

3) Irama (*Rhythm*)/Gerakan

Merupakan upaya memvisualisasikan unsur gerak pada media grafis yang statis. Penampilan gerak ini dilakukan untuk mendapatkan unsur dinamis dalam menambah nuansa penekanan yang informatif. Untuk itu, unsure gerak tidak selalu ditampilkan dalam visual yang ikonik, tetapi juga permainan psikologi visual yang dapat mengarahkan mata pengamat. Secara psikologi, mata manusia akan mengarah dari unsur warna yang gelap ke terang, dan/atau dari area yang kompleks ke area yang sederhana (*simple*).

4) Perbandingan/Proporsi (*Proportional*)

Suatu perbandingan antara suatu unsur/materi yang satu dengan yang lain, berhubungan dengan ukuran dan bentuk bidang yang akan disusun untuk menunjukkan ukuran perbandingan bagian-bagian atau keseluruhan antara serangkaian unsur yang dikomposisikan. Perbandingan merupakan salah satu prinsip yang

³⁰ *Ibid*, h. 38

menentukan baiktidaknya suatu komposisi/struktur/susunan, dan seterusnya dalam mewujudkan bentuk, bisa merupakan perbandingan ukuran, perbandingan posisi, ataupun perbandingan ruang (*space*) yang berelasi dengan satuan ukuran: panjang, lebar, dan tinggi.³¹

5) Kesatuan (*Unity*)/*Total Organization*/Harmony

Keserasian adalah prinsip desain yang diartikan sebagai keteraturan di antara unsur-unsur desain lainnya. Penggabungan elemen-elemen/ unsur-unsur desain dengan memperhatikan keseimbangan, irama, perbandingan, dan semuanya dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat untuk dipandang. Semua hal yang membentuk suatu rancangan harus ada hubungannya satu sama lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu (hubungan/ikatan antara unsur-unsur yang satu dengan yang lainnya sebagai suatu bentuk yang tak dapat dipisahkan).

b. Elemen-Elemen Grafis

Istilah grafis sering kali dikaitkan dengan gambar dan dikategorikan sebagai bahan komunikasi visual.³² Grafis merupakan sebuah bentuk komunikasi visual, penyampaian pesan melalui gambar yang dirancang dengan mengkombinasikan elemen-elemen grafis dan berpedoman pada prinsip-prinsip desain. Elemen grafis adalah bagian

³¹ *Ibid*, h. 42

³² *Ibid*, h. 43

penting dari grafis, yakni yang dibutuhkan untuk menghasilkan rancangan grafis. Proses kreatif dalam pembuatan media komunikasi visual, khususnya grafis, pemahaman karakter khususnya dari setiap elemen grafis, merupakan kebutuhan. Elemen grafis tersebut adalah garis, bentuk, tekstur, ruang, dan warna. Dibutuhkan pemahaman terhadap karakter khusus dari elemenelemen grafis. Elemen tersebut antara lain:

1) Garis

Garis adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan perapatan dari sekelompok titik yang berurut dan berurut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi. Komponen garis memberikan juga nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi garis, antara lain sebagai berikut:

- a) Membentuk garis tepi/kontur sebuah benda.
- b) Mengekspresikan gerak dan emosi (garis horizontal: tenang, mati; garis diagonal: labil (tidakstabil); garis zigzag: kehancuran, retak, tidaktenang; garisbergelombang: hidup, kelembutan).
- c) Dalam desain, bisa berperan sebagai pemberian aksen (sebagai pembatas, kolom, dan dekoratif desain).

2) Bentuk/raut/kurva

Bentuk/raut/kurva adalah sebuah komponen desain grafis yang

merupakan bertemunya titik awal garis dengan titik akhir garis. Tentunya, hasil dari garis yang bertemu ini membentuk sebuah bidang. Bidang tersebut, baik berdiri sebagai elemen utama maupun bagian dari (aksen) komunikasi, sangat berperan dalam memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Bentuk berarti wujud atau rupa, yakni segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Berdasarkan sifatnya, ada 3 kategori bentuk, yaitu bentuk huruf, bentuk simbol, dan bentuk nyata, masing-masing direpresentasikan dengan cara berbeda³³

a) Bentuk (Huruf / *Character*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk membentuk tulisan sebagai wakil dari bahasa verbal dengan bentuk visual langsung seperti; A, B, C, dsb. Huruf merupakan lambang atau gambar bunyi bahasa berupa goresan visual dan berawal dari goresan garis. Pada dasarnya setiap huruf merupakan guratan garis (*stroke*). Guratan garis tersebut bisa digoreskan sedemikian rupa, tidak hanya lebih menarik tapi juga memperkuat penyampaian pesan. Huruf yang artistik dapat memperkuat pesan dan kesan dengan segala kemungkinan pendekorasian.

³³ Miftahurrahmat Amar, "Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi". (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013), h. 12.

- b) Bentuk (*Simbol*) yang direpresentasikan dalam bentuk visual yang mewakili bentuk benda secara sederhana dan dapat dipahami secara umum sebagai simbol atau lambang untuk menggambarkan sesuatu bentuk benda nyata. Bentuk yang merupakan simbol dari wujud sesuatu benda nyata tapi digambarkan tidak dalam bentuk nyata, tidak secara detail. Misalnya gambar matahari, gambar bintang.
- c) Bentuk (*Nyata/Form*) bentuk ini betul-betul mencerminkan kondisi fisik dari suatu objek. Bentuk yang menggambarkan wujud atau rupa yang sebenarnya dan dapat digambarkan secara detail. Seperti gambar manusia, hewan, tumbuhan, atau benda lainnya.
- d) Tekstur, adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan tampilan/karakteristik/gambaran/representasi sifat dari suatu permukaan. Tekstur dapat dibiarkan sebagaimana adanya atau diolah secara khusus menurut kehendak perancangannya. Permukaan dapat polos, bersisik, licin, kasar, pudar, kusam, kilap, lembut, halus, berlendir, terasa gatal, berbulu, dan lain-lain. Tekstur merupakan salah satu unsur seni yang unik karena ia dapat mengaktifkan 2 proses penginderaan sekaligus (visual dan raba). Tekstur dapat berukuran kecil, menekankan pada kedua-dimensian permukaan sebagai hiasan, atau berukuran besar yang

menekankan pada kesan raba pada 3D. Tekstur berkaitan dengan indera penglihatan dan indera peraba karena merupakan sifat dan kualitas fisik dari permukaan sesuatu bahan, seperti kasar, mengkilap, pudar, kusam, dll.⁶⁸ Tekstur menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilap, kasar, halus, dapat diaplikasikan dalam desain. Berarti, setiap benda memiliki sifat dan kualitas tekstur yang berbeda-beda. Karena itu, dalam penggunaannya dibutuhkan kepiawaian seorang Desainer.

e) Ruang

Ruang adalah sebuah komponen desain grafis yang merupakan kelanjutan dari bentuk yang dikembangkan dapat membentuk ruang imajiner yang terkait persepsi pengamatnya. Hasil dari pengembang bidang yang menjadi ruang ini lebih banyak berperan sebagai elemen utama (berdasarkan tingkat kerumitannya), tetapi tidak menutup kemungkinan pula dapat berdiri sebagai bagian dari komunikasi. Ruang sangat berperan dalam memberikan nuansa 3 dimensi dalam unsure komunikasi visual.

C. Kandungan pada Rokok

1. Pengertian Rokok

Rokok adalah silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (bervariasi tergantung Negara) dengan diameter sekitar 10

mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya. Merokok adalah kegiatan menghisap bahan dari tembakau yang menghasilkan sebuah asap untuk dihembuskan yang digunakan oleh keperluan masing-masing individu.³⁴

Rokok terdiri dari tiga komponen yaitu nikotin, gas karbon monoksida (CO) dan tar. Tar merupakan komponen yang mengandung bahan karsinogen (pemicu kanker). Adapun bahan kimia yang terdapat dalam rokok yakni:³⁵

- a. Nikotin, kandungan yang menyebabkan perokok merasa rileks, zat ini juga dapat membuat perokok menjadi kecanduan. Nikotin berasal dari daun tembakau.
- b. Tar, yang terdiri dari lebih dari 4.000 bahan kimia yang mana 60 bahan kimia di antaranya bersifat karsinogenik.
- c. Sianida, senyawa kimia yang mengandung kelompok cyano.
- d. Benzene, juga dikenal sebagai bensol, senyawa kimia organik yang mudah terbakar dan tidak berwarna.
- e. Cadmium, sebuah logam yang sangat beracun dan radioaktif.
- f. Metanol (alkohol kayu), alkohol yang paling sederhana yang juga dikenal sebagai metil alkohol.
- g. Asetilena, merupakan senyawa kimia tak jenuh yang juga merupakan hidrokarbon alkuna yang paling sederhana.

³⁴ 7 Anonim. *Kandungan Rokok*. BahayaMerokok.com. Diakses pada: 25 Oktober 2021.

³⁵ Dian Komalasari dan Avin Fadillah Helmi, *Faktor-faktor Penyebab Perilaku Rokok pada Remaja*, (Jakarta: Kanisius, 2000), h. 37

- h. Amonia, dapat ditemukan di mana-mana, tetapi sangat beracun dalam kombinasi dengan unsur-unsur tertentu.
- i. Formaldehida, cairan yang sangat beracun yang digunakan untuk mengawetkan mayat.
- j. Hidrogen sianida, racun yang digunakan sebagai fumigan untuk membunuh semut. Zat ini juga digunakan sebagai zat pembuat plastik dan pestisida.
- k. Arsenik, bahan yang terdapat dalam racun tikus.
- l. Karbon monoksida, bahan kimia beracun yang ditemukan dalam asap buangan mobil dan motor.

2. Jenis Perokok

Berikut ini jenis-jenis perokok yaitu:³⁶

a. Perokok aktif

Perokok aktif adalah orang yang merokok dan langsung menghisap rokok. Menurut pendapat orang-orang yang perokok kebanyakan perokok aktif itu tidak bisa hidup tanpa rokok karena sudah terbiasa merokok dan apabila disuruh berhenti ada yang mau dan ada yang tidak mau, itu disebabkan karena kecanduan, jadi kalau tidak merokok rasanya kurang enak dan itu semakin sulit untuk dihentikan mereka merokok.

³⁶ *Ibid*, h. 29

b. Perokok pasif

Perokok pasif adalah seseorang yang menghirup asap yang dikeluarkan oleh perokok aktif. Sekitar 25% zat berbahaya yang terkandung dalam rokok masuk ke tubuh perokok, sementara 75% beredar di udara bebas dan berisiko masuk ke tubuh orang sekelilingnya. Zat berbahaya yang masuk ke tubuh perokok pasif lebih besar karena racun yang terhisap melalui asap perokok aktif tidak tersaring. Asap rokok tersebut tersebar dihasilkan oleh asap yang mengepul dari ujung rokok yang tidak diisap sebab asap itu berasal dari pembakaran tembakau yang tidak sempurna.

Lamanya seseorang merokok dapat diklasifikasikan menjadi kurang dari 10 tahun atau lebih dari 10 tahun. Semakin awal seseorang merokok makin sulit untuk berhenti merokok. Rokok juga punya *dose-response effect*, artinya semakin muda usia merokok, akan semakin besar pengaruhnya. Apabila perilaku merokok dimulai sejak usia remaja, merokok sigaret dapat berhubungan dengan tingkat arterosclerosis. Risiko kematian bertambah sehubungan dengan banyaknya merokok dan umur awal merokok yang lebih dini.³⁷

³⁷ *Ibid*

Merokok sebatang setiap hari akan meningkatkan tekanan sistolik 10–25 mmHg dan menambah detak jantung 5–20 kali per menit (Sitepoe, 2000). Dampak buruk rokok bagi kesehatan ini biasanya akan muncul dalam jangka waktu yang lama, di atas 5 tahun. Dampak rokok bukan hanya untuk perokok aktif tetapi juga perokok pasif, walaupun dibutuhkan waktu lebih dari 5 tahun pria atau wanita yang merokok menghadapi risiko buruk yang sama, yaitu kematian serta mengakibatkan penyakit kanker paru, terjadinya serangan jantung, impotensi dan gangguan kesuburan. Perilaku merokok berdasarkan intensitas merokok membagi jumlah rokok yang dihisapnya setiap hari, yaitu:³⁸

- 1) Perokok ringan adalah perokok yang mengkonsumsi rokok jarang yaitu kurang dari 10 batang per hari.
- 2) Perokok sedang adalah perokok yang mengkonsumsi rokok cukup yaitu 10- 20 batang perhari.
- 3) Perokok berat adalah perokok yang menghabiskan rokok lebih dari 20 batang setiap hari.

3. Efek Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok

Komunikasi visual adalah seni menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan untuk menginformasikan suatu produk atau brand seperti contoh iklan di papan reklame. Komunikasi visual bertujuan dan berfungsi sebagai sarana identifikasi, maksudnya adalah komunikasi visual yang

³⁸ *Ibid*

ditampilkan berfungsi sebagai sebuah penjelasan tentang identitas yang mana dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali baik oleh produsen maupun konsumennya.³⁹

Komunikasi visual terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok sudah mencakup seluruh elemen-elemen dari desain komunikasi visual. Hal tersebut terlihat dari penggunaan garis, bentuk, ruang, warna, dan tekstur yang mana disesuaikan dengan prinsip-prinsip desain sehingga tujuan dari pesan komunikasi visual dapat tercapai yaitu berdasarkan konsep komunikatif, kreatif, sederhana, penggunaan objek dalam bentuk image yang presentatif, tipografi dan tata letak dari komunikasi visual itu sendiri. Komunikatif adalah memberikan penggambaran yang mendukung, sederhana namun menarik, agar mudah diterima, menyampaikan pesan secara mendalam, mengolah pesan menjadi pesan visual yang mudah dipahami dan nyaman dilihat atau dibaca. Berdasarkan pengamatan penulis, komunikasi visual yang terdapat pada kemasan rokok sudah bisa membuat orang yang melihatnya merasa takut namun sebagian besar dari sampel yang peneliti teliti tidak memperdulikan pesan bahaya merokok pada kemasan rokok tersebut, karena kebutuhan akan rasa ingin merokok lebih besar daripada kesadaran untuk tidak merokok.⁴⁰

³⁹ Muhammad Ardaya Maulana Putra, "*Komunikasi Visual terhadap Pesan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok*", Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019

⁴⁰ *Ibid*

D. Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok

Pencantuman gambar peringatan bahaya merokok merupakan tindak lanjut PP No 109 tahun 2012 dan implementasi dari Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) No. 28 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan Dan Informasi Kesehatan Pada Kemasan Produk Tembakau. Kemasan rokok yang dimaksud meliputi bungkus, slot, dan tabung silinder rokok. Kewajiban ini dikenakan bagi perusahaan produsen rokok lokal maupun produk luar.⁴¹

Adapun komunikasi visual atau gambar yang berisi pesan bahaya merokok yaitu sebagai berikut:

1. Gambar Merokok Membunuhmu

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar tersebut menggunakan latar belakang hitam dengan menggunakan model foto seorang laki-laki sedang merokok yang mengeluarkan asap berbentuk dua tengkorak yang mendeskripsikan kematian. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Membunuhmu” yang ditempatkan di bagian bawah.

⁴¹ <http://www.depkes.go.id/article/print/18060400003/peringatan-kesehatan-bergambar-dikemasan-rokok-diperbaharui-.html>, diakses pada tanggal 13 Januari 2022

2. Gambar Kanker Mulut

Pesan bahaya rokok pada gambar tersebut ditampilkan gambar kanker mulut yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Mulut” yang ditempatkan di bagian bawah.

3. Gambar Kanker Tenggorokan

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar tersebut ditampilkan gambar kanker tenggorokan yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Tenggorokan” yang ditempatkan di bagian bawah.

4. Gambar Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru dan Bronkitis Kronis

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar di tersebut ditampilkan gambar kanker paru-paru dan bronchitis kronis yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru dan Bronkitis Kronis” yang ditempatkan di bagian bawah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian tentang hakikat hubungan antar variabel yang dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif. Karena sasaran kajian dari penelitian kuantitatif adalah gejala, sedangkan gejala yang ada dalam kehidupan manusia tidak terbatas dan tidak terbatas pula kemungkinan variasi dan hierarkinya. Penelitian kuantitatif berfokus pada variabel, bahkan sebelum penelitian dilakukan telah ditentukan terlebih dahulu variabel yang akan diteliti. Sifat penelitian ini yaitu eksplanatori (*explanatory research*). Eksplanatori adalah penelitian bersifat penjelasan dan bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi, adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan kegiatan sehari-hari terhadap objek penelitian.⁴³ Observasi dalam penelitian ini

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 56

⁴³ *Ibid*, h. 55

dilakukan terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

2. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.⁴⁴ Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

Setuju (S) diberi skor 4

Kurang Setuju (KS) diberi skor 3

Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3. Dokumentasi, ialah metode mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, prasasti, majalah, notulen rapat, agenda serta foto-foto kegiatan.⁴⁵

D. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Jenis analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis bivariat. Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui interaksi dua variabel baik berupa komparatif, asosiatif maupun korelatif Uji statistik yang digunakan adalah chi square, uji chi square digunakan untuk menguji hipotesis bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 192

⁴⁵ *Ibid*, h. 194

dimana datanya berbentuk kategorik. Rumus dasar Chi Square seperti dibawah ini:⁴⁶

- a. Mencari chi square dengan rumus:

$$X^2 = \frac{\sum (f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan :

X² = nilai chi square

f_o = frekuensi yang diobservasi

f_e = frekuensi yang diharapkan

- b. Kriteria pengujian

- 1) Apabila $p \leq 0,05$ = H₀ ditolak, berarti ada dampak komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif.
- 2) Apabila $p > 0,05$ = H₀ diterima, berarti tidak dampak komunikasi visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif.

⁴⁶ *Ibid*, h. 115

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kampung Lubuk Batil

1. Sejarah Kampung

Menurut keterangan dari orang tua atau tokoh masyarakat asli Kampung Lubuk Batil pada saat itu, asal mula dinamakan kampung Lubuk Batil pada masa dulu, di tepian sungai tempat tinggal penduduk terdapat Lubuk (tepiian sungai yang terjal dan dalam) pada saat itu ada seorang warga masyarakat yang menjumpai sebuah batil (mangkok dalam bahasa Tamiang disebut bate) semenjak peristiwa itu masyarakat sepakat untuk menamakan wilayah tempat tinggal mereka dengan nama kampung Lubuk Bate/Lubuk Batil.

Kampung Lubuk Batil juga mempunyai dua dusun yang pertama dusun panglima besar dan kedua dusun panglima kaum. Pada tahun 2003 terjadi penambahan dusun yang diberi nama dusun pang tiga, dikarenakan dusun tersebut sangat luas area pertanian sehingga jauh dari kabupaten \pm 30 km. Dan jarak dari ibu kota kecamatan \pm 10 km.

Secara geografis kampung Lubuk Batil termasuk dalam wilayah Kemukiman Tengah Kecamatan Bendahara Aceh Tamiang dengan luas wilayah 2,6 ha, secara administrasi dan geografis Kampung Lubuk Batil berbatasan dengan:

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kampung Lambung Blang
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Raja

c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kampung Seuneubok Dalam

d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Sungai Tamiang

2. Sejarah Pemerintahan Kampung

Urutan pemimpin pemerintahan kampung Lubuk Batil atau Datok Penghulu menurut informasi para tetua kampung sejak dari sebelum kemerdekaan Indonesia sampai dengan tahun 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Nama Datok Penghulu di Kampung Lubuk Batil

No	Tahun	Nama Datok Penghulu	Kondisi Pemerintahan	Narasumber	Keterangan
1	2000-2006	Hasan Basri	Tidak teratur dan masih dalam keadaan kacau	Halidun	Masa penjajahan baru merdeka
2	2007-2019	Sofyan	Kampung sudah ada adm lengkap	Halidun	-
3	2020-sampai sekarang	Halidun	Kampung sudah ada adm lengkap	Halidun	Tokoh masyarakat

Sumber: Pemerintahan Desa Kampung Lubuk Batil

3. Perekonomian Kampung

Secara umum masyarakat di kampung Lubuk Batil memiliki mata pencaharian sebagai petani, dan sebagian lagi tersebar ke dalam beberapa bidang pekerjaan seperti pedagang, wirausaha, PNS/TNI/POLRI, peternak, buruh, pertukangan, penjahir, dll. Pada umumnya yang bekerja di sektor pertanian memiliki mata pencaharian ganda karena peluang penghasil yang akan menunggu panen yang sangat dipengaruhi oleh musim, kondisi cuaca, hama dan waktu.

B. Analisis Univariat

1. Dampak Komunikasi Visual

Hasil analisis univariat mengenai komunikasi visual dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Komunikasi Visual Kemasan Rokok

No	Dampak Komunikasi Visual	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tidak Respon	-	-
2	Respon	33	58,9
3	Sangat Respon	23	41,1
	Jumlah	56	100

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden respon terhadap kemasan rokok yaitu sebanyak 33 orang (58,9%), dan responden sangat respon adalah 23 orang (41,1%).

2. Dampak terhadap Perokok Aktif

Hasil analisis univariat mengenai dampak terhadap perokok aktif dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Dampak terhadap Perokok Aktif

No	Dampak terhadap Perokok Aktif	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Penting	24	42,8
2	Tidak Penting	32	57,2
	Jumlah	56	100

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menganggap tidak penting komunikasi visual pada kemasan rokok yaitu sebanyak

32 orang (57,2%), sedangkan 24 orang (42,8%) menanggapi bahwa komunikasi visual pada kemasan rokok penting.

C. Dampak Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok terhadap Perokok Aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang

Analisis bivariat komunikasi visual kemasan rokok terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.4
Komunikasi Visual Kemasan Rokok terhadap Perokok Aktif

No	Dampak Komunikasi Visual	Perokok Aktif						P-Value
		Efektif		Tidak Efektif		Jumlah		
		f	%	f	%	f	%	
1	Positif	18	90,0	2	10,0	20	100	0,023
2	Negatif	6	16,6	30	83,4	36	100	
	Jumlah	24		32		56	100	

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa dari 20 responden yang menganggap positif komunikasi visual pada kemasan rokok sebanyak 18 orang (90%) efektif terhadap orang yang berhenti merokok dan 2 orang (10%) tidak efektif terhadap terapi proses berhenti merokok, dan dari 36 responden yang menganggap negatif komunikasi visual pada kemasan rokok yaitu sebanyak 30 orang (83,4%) tidak efektif terhadap berhenti merokok dan 6 orang (16,6%) efektif berhenti merokok.

Dari uji Chi Square dapat dilihat nilai *p value* 0,023 ($p < 0,05$) yang berarti H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya dampak komunikasi

visual pada kemasan rokok terhadap perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

D. Pembahasan

Komunikasi visual adalah seni menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan untuk menginformasikan suatu produk atau brand seperti contoh iklan di papan reklame. Komunikasi visual bertujuan dan berfungsi sebagai sarana identifikasi, maksudnya adalah komunikasi visual yang ditampilkan berfungsi sebagai sebuah penjelasan tentang identitas yang mana dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali baik oleh produsen maupun konsumennya.

Kemudian sebagai sarana informasi dan instruksi, yakni desain komunikasi visual bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara satu dengan yang lain seperti peta, simbol dan penunjuk arah. Pesan ini berguna kepada komunikan yang tepat dan pada kondisi tepat, juga dalam bentuk mudah dipahami. Lalu sebagai sarana presentasi dan promosi, yakni sebagai media untuk memberitahukan pesan dan informasi bahwa ada produk yang bisa masyarakat gunakan.

Biasanya, komunikasi visualnya dibuat dengan singkat jelas padat agar mudah diingat konsumen, umumnya untuk mencapai tujuan tersebut maka pesan yang disampaikan bersifat persuasif dan menarik. Sehingga tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa. Komunikasi visual terhadap pesan bahaya merokok pada kemasan rokok sudah mencakup seluruh elemen-elemen dari desain komunikasi visual. Hal tersebut terlihat dari penggunaan garis, bentuk,

ruang, warna, dan tekstur yang mana disesuaikan dengan prinsip-prinsip desain sehingga tujuan dari pesan komunikasi visual dapat tercapai yaitu berdasarkan konsep komunikatif, kreatif, sederhana, penggunaan objek dalam bentuk *image* yang presentatif, tipografi dan tata letak dari komunikasi visual itu sendiri. Komunikatif adalah memberikan penggambaran yang mendukung, sederhana namun menarik, agar mudah diterima, menyampaikan pesan secara mendalam, mengolah pesan menjadi pesan visual yang mudah dipahami dan nyaman dilihat atau dibaca.

Efek komunikasi visual ada kemasan rokok terhadap orang yang berhenti merokok pada kampung Lubuk Batil cukup efektif untuk memberikan rasa takut akan pada orang yang merokok. Hal ini terbukti dari adanya beberapa responden yang tidak melihat bungkus rokok karena terdapat iklan penyakit rokok, selain itu responden juga tidak ingin megidap penyakit seperti gambar iklan pada kemasan rokok. Mereka menjadi tidak nyaman karena ketakutan setiap kali melihat iklan bungkus rokok. Orang-orang yang berhenti merokok pada kampung Lubuk Batil juga menganggap bahwa dengan adanya iklan pada kemasan rokok mereka menanggapi positif agar orang lain juga berhenti merokok seperti mereka.

Di sisi lain, faktor-faktor yang mempengaruhi orang yang berhenti merokok di Kampung Lubuk batil yaitu karena tidak ingin mengidap penyakit akibat rokok seperti yang terdapat pada iklan kemasan rokok. Faktor lainnya yaitu karena ada beberapa responden yang sering batuk dan nyeri dada sehingga memaksa mereka untuk berhenti merokok. Dengan demikian dapat disimpulkan faktor yang membuat mereka berhenti merokok adalah karena melihat iklan pada

kemasan rokok serta pernah merasakan batuk berkepanjangan dan nyeri di dada yang memaksakan mereka berhenti merokok.

Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa seluruh responden menanggapi dengan positif iklan pada kemasan rokok berupa penyakit yang ditimbulkan akibat rokok. Sebagian dari responden berhenti merokok karena pernah merasakan batuk berkepanjangan dan nyeri di dada serta terdapat cairan di paru-paru. Meskipun belum ada responden yang merasakan sakit akibat merokok seperti pada iklan di kemasan rokok, mereka tetap merasa takut dan memutuskan untuk berhenti merokok.

Di sisi lain, tidak terdapat juga hambatan-hambatan yang membuat orang sulit berhenti merokok meskipun adanya iklan bahaya merokok pada kemasan. Faktor-faktor tersebut antara lain adanya hambatan pada kerangka berpikir seseorang, dimana orang-orang pada kriteria tersebut sulit untuk memahami penyakit yang timbul akibat rokok. Selain itu adanya gangguan psikologi, dimana seseorang mengetahui akan bahaya rokok akan tetapi tidak sedikitpun memperdulikannya.

Komunikasi visual pada kemasan rokok memberikan dampak positif bagi perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Dampak komunikasi visual pada kemasan rokok memiliki hubungan yang signifikan terhadap perokok aktif yang ingin berhenti merokok. Hal ini berdasarkan uji statistik *Chi Square* pada derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai *p value* 0,023 ($p < 0,05$) yang berarti H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya dampak komunikasi visual pada kemasan rokok

memberikan dampak positif bagi perokok aktif di Kampung Lubuk Batil
Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan:

1. Komunikasi visual ada kemasan rokok terhadap orang yang berhenti merokok pada kampung Lubuk Batil cukup efektif untuk memberikan rasa takut akan pada orang yang merokok. Hal ini terbukti dari adanya beberapa responden yang tidak melihat bungkus rokok karena terdapat iklan penyakit rokok, selain itu responden juga tidak ingin megidap penyakit seperti gambar iklan pada kemasan rokok.
2. Komunikasi visual pada kemasan rokok memberikan dampak positif bagi perokok aktif di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang. Dampak komunikasi visual pada kemasan rokok memiliki hubungan yang signifikan terhadap perokok aktif yang ingin berhenti merokok. Hal ini berdasarkan uji statistik *Chi Square* pada derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai *p value* 0,023 ($p < 0,05$)

B. Saran-saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Sebaiknya iklan rokok yang ditampilkan lebih diperbesar lagi agar para perokok dapat melihat lebih jelas lagi penyakit yang ditimbulkan akibat merokok.

2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji efek komunikasi visual pada kemasan rokok pada daerah yang lebih luas, misalnya kecamatan atau kabupaten/kota yang tentu jumlah perokoknya lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, *Analisi Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003.
- Jurnal Ilmu Keperawatan Al-Asamiya Nursing, Vol. 8, Nomor 2, Tahun 2019.
- Kementerian Kesehatan RI Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan, *Fakta Tembakau Dan Pemasalahannya Di Indonesia*, Edisi V, Jakarta : Tobacco Control Support Center-IAKMI, 2014.
- Khennis, Nadya, “*Makna Karakter Desain Komunikasi Visual Website NU Online sebagai Media Dakwah*” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Kholil, Syukur, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung : CiptaPustaka Media, 2006.
- Komalasari, Dian dan Avin Fadillah Helmi, *Faktor-faktor Penyebab Perilaku Rokok pada Remaja*, Jakarta: Kanisius, 2000.
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta, ANDI OFFSET, 2007.
- M, Suyanto, *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Mardalis, *Metode penelitian suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta :Bumi Aksara, 2008.
- Maulana Putra, Muhammad Ardaya, “*Komunikasi Visual terhadap Pesan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok*”, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mulyana, Dedy, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, Jakarta : Remaja Rosdakarya, 2009.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.

Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau.

Siyoto, Sandu dan M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sugiyono, *Metode Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2009.

Suryani, Enny, "*Pemaknaan Perokok Pasif terhadap Gambar Peringatan Bahaya Merokok*", Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Surabaya 2017.

W. Putra, Ricky, *Pengantar Desain Komunikasi Visua Dalam Penerapan*, Yogyakarta : Andi, 2020.

Zuriah, Nurul, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.

LAMPIRAN 1 KUESIONER

Keterangan:

Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

Setuju (S) diberi skor 4

Kurang Setuju (KS) diberi skor 3

Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Kemasan pada rokok membuat Anda takut menjadi merokok.					
2	Kemasan pada rokok cocok untuk orang yang ingin berhenti merokok.					
3	Kemasan penyakit pada rokok menggambarkan kejadian sebenarnya.					
4	Terkadang Anda menjadi tidak ingin merokok setelah melihat kemasan rokok.					
5	Dengan adanya gambar penyakit pada kemasan rokok membuat Anda sadar bahaya merokok.					
6	Adanya gambar penyakit pada kemasan rokok membuat Anda mengurangi intensitas merokok.					
7	Dengan adanya gambar penyakit pada rokok akan membuat orang lain berpikir dua kali untuk merokok.					
8	Menurut Anda gambar penyakit pada kemasan rokok harus dibuat variasi lagi.					
9	Gambar penyakit pada kemasan rokok membuat efek jera pada perokok aktif.					

10	Gambar penyakit pada rokok membuat Anda ingin berhenti merokok.					
11	Anda akan segera menyadari bahaya rokok setelah melihat gambar penyakit pada kemasan rokok					

LAMPIRAN 2. SKOR ANGKET

No. Responden	Butir Pernyataan											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	3	1	4	2	1	4	4	4	2	4	4	33
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	4	3	2	3	3	4	4	1	3	3	4	34
4	3	2	4	2	1	3	3	4	3	4	3	32
5	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	34
6	3	3	4	3	1	3	3	4	3	4	3	34
7	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	31
8	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	36
9	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	31
10	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	35
11	3	3	4	2	4	3	4	3	4	2	0	32
12	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	36
13	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	35
14	3	3	4	0	1	3	4	4	4	3	3	32
15	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	34
16	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	37
17	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	38
18	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	30
19	3	3	4	1	1	3	3	4	3	3	3	31
20	3	3	3	1	3	3	2	4	3	4	3	32
21	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	33
22	3	4	4	3	3	3	2	4	1	3	3	33
23	4	3	3	3	3	4	3	4	3	1	2	33
24	3	4	4	1	3	3	2	3	4	4	4	35
25	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	34
26	0	2	4	1	3	3	4	3	2	2	3	27
27	3	3	3	3	0	3	3	4	3	3	3	31
28	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	33
29	0	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	30
30	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	30
31	0	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	33
32	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	32
33	0	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	31
34	3	3	3	3	2	3	4	3	1	4	3	32
35	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	1	33
36	0	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
37	3	3	0	3	2	3	3	3	3	0	3	26
38	0	2	3	2	3	3	3	3	2	0	4	25
39	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	33
40	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	32
41	0	3	2	3	2	2	3	3	1	3	3	25
42	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	30
43	3	4	4	3	3	4	3	3	1	3	3	34
44	0	3	3	2	3	2	4	2	3	2	2	26
45	3	2	2	3	3	3	4	3	1	3	3	30
46	0	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	30
47	3	3	2	3	3	3	4	3	1	0	3	28
48	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	29
49	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	34
50	0	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	30
51	3	2	3	2	3	3	4	3	1	3	3	30
52	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	34

53	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	29
54	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	36
55	3	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	30
56	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	34

LAMPIRAN 4

GAMBAR KOMUNIKASI VISUAL PADA KEMASAN ROKOK

1. Gambar Merokok Membunuhmu



Gambar Merokok Membunuhmu

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar di atas menggunakan latar belakang hitam dengan menggunakan model foto seorang laki-laki sedang merokok yang mengeluarkan asap berbentuk dua tengkorak yang mendeskripsikan kematian. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Membunuhmu” yang ditempatkan di bagian bawah.

2. Gambar Kanker Mulut



Gambar Merokok, Sebabkan Kanker Mulut

Pesan bahaya rokok pada gambar di atas ditampilkan gambar kanker mulut yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Mulut” yang ditempatkan di bagian bawah.

3. Gambar Kanker Tenggorokan



Gambar Merokok, Sebabkan Kanker Tenggorokan

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar di atas ditampilkan gambar kanker tenggorokan yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Tenggorokan” yang ditempatkan di bagian bawah.

4. Gambar Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru dan Bronkitis Kronis



Gambar Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru Dan Bronkitis Kronis

Tampilan pesan bahaya rokok pada gambar di atas ditampilkan gambar kanker paru-paru dan bronchitis kronis yang mana mendeskripsikan salah satu akibat dari merokok. Jenis tulisan yang digunakan adalah jenis *Calibri* dengan dua bagian penempatan kata yakni kata “Peringatan” di atas dengan ukuran lebih besar dari kata “Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru dan Bronkitis Kronis” yang ditempatkan di bagian bawah.

Lampiran 2: Dokumentasi







KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 318 TAHUN 2022
T E N T A N G

PERUBAHAN KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA NOMOR 219 TAHUN 2021 TANGGAL 18 APRIL 2021 TENTANG PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

- imbang : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi;
- b. bahwa sehubungan dengan hal tersebut pada huruf a maka perlu dilakukan adanya perubahan Judul Skripsi;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b, maka perlu ditetapkan dalam suatu Surat Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa, tentang; Perubahan Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa

- ingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
6. Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2015, Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa;
8. Peraturan Menteri Agama Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Langsa;
9. Hasil Seminar Proposal Mahasiswa tanggal 08 September 2021.

MEMUTUSKAN

etapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PERUBAHAN KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA NOMOR 219 TAHUN 2021 TANGGAL 18 APRIL 2021 TENTANG PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

SATU : Menunjuk dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa:

1. **Yusnami, S. Ag, M.A.**

(sebagai Pembimbing I / Materi)

2. **Rusli, MA**

(sebagai Pembimbing II / Metodologi)

Untuk membimbing skripsi:

Nama : **Nur Zaimah**

Tempat / Tgl. Lahir : **Lubuk Batil, 18 Februari 2000**

NIM : **3012018010**

Jurusan/Fakultas : **Komunikasi dan Penyiaran Islam / Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah**

Judul Skripsi : **Komunikasi Visual Pada Kemasan Rokok Terhadap Orang yang Berhenti Merokok Pada Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang**

DUA : Bimbingan harus diselesaikan selambat-lambatnya selama 6 (bulan) terhitung sejak tanggal ditetapkan

TIGA

: Kepada pembimbing tersebut di atas diberi honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa sesuai DIPA Nomor: 025.04.2.888040/2022. Tanggal 24 Desember 2021.

EMPAT

: Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Langsa

Tanggal 04 Juli 2022

05 Dzulhijjah 1443





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

KampusZawiyah Cot Kala, Jln.Meurandeh - KotaLangsa -Provinsi Aceh
Telp. 0641-23129 Fax. 0641-425139Website. <http://www.iainlangsa.ac.id>
E-mail : info@iainlangsa.ac.id

Nomor : B-0774/FUAD/TL.1/1/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Mohon Izin Untuk Penelitian Ilmiah

Langsa, 6 Januari 2022

Yth,

Kepala Kampung Lubuk Batil

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami maklumkan kepada Bapak/ Ibu bahwa Mahasiswa kami yang tersebut di bawah ini :

N a m a : Nur Zaimah
N I M : 3012018010
Semester : VII (Tujuh)
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
A l a m a t : Desa Lubuk, Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang

Bermaksud mengadakan penelitian di Kantor/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin, sehubungan dengan penyusunan Skripsi berjudul : “ *Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok Terhadap Orang yang Berhenti Merokok pada Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang*” Untuk kelancaran penelitian dimaksud kami mengharapkan Kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan bantuan sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, segala biaya penelitian dimaksud ditanggung yang bersangkutan.

Demikian harapan kami atas bantuan serta perhatiannyakami ucapkan terima kasih.

An. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik

Mawati Mathaban




**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TAMIANG
KECAMATAN BENDAHARA
DATOK PENGHULU
KAMPUNG LUBUK BATIL**

Jalan. Lubuk Batil Nomor: Telp. Kode pos 24472

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 470 /20 / 2022

Datok Penghulu Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang Provinsi Aceh, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NUR ZAIMAH
Nim : 3012018010
Jurusan/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD)
Judul skripsi : Komunikasi Visual pada Kemasan Rokok terhadap Orang Yang Berhenti Merokok pada Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

Benar Nama tersebut di atas telah diizinkan untuk melakukan Penelitian di Kampung Lubuk Batil Kecamatan Bendahara Kabupaten Aceh Tamiang.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Kampung Lubuk Batil
Pada Tanggal : 27 Januari 2022

**DATOK PENGHULU
KAMPUNG LUBUK BATIL
KECAMATAN BENDAHARA**



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nur Zaimah
Tempat/tanggal lahir : Lubuk Batil, 18 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/suku : Indonesia/Tamiang
Status : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Panglima Besar, Desa Lubuk Batil,
Kecamatan Bendahara, Kabupaen Aceh
Tamiang

Nama orangtua

- a. Ayah : Adami
- b. Ibu : Basyariah

Riwayat Pendidikan

- a. SD N Lubuk Batil : Tamatan Tahun 2012
- b. SMP N 3 Bendahara : Tamatan Tahun 2015
- c. MA Yaspindi Sungai Iyu : Tamatan Tahun 2018
- d. IAIN Langsa : Tamatan Tahun 2022

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Langsa, 13 Juni 2022

Nur Zaimah