

Sikap khalayak terhadap iklan layanan masyarakat "Jangan Merokok" (studi komparatif sikap antara khalayak perokok dan non perokok terhadap iklan layanan masyarakat "Jangan Merokok")

Bertha Septiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285226&lokasi=lokal>

Abstrak

Mengingat begitu gencarnya iklan-iklan rokok di media massa, iklan layanan masyarakat "Jangan Merokok" diharapkan dapat menjadi pengimbang untuk menyadarkan masyarakat tentang bahaya rokok bagi kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana efek iklan yang telah diputar di RCTI sejak Maret 1991 ini terhadap sikap khalayak, baik khalayak perokok maupun non perokok. Sikap khalayak disini dibahas berdasarkan komponen-komponennya (kognitif, afektif dan konatif), serta sikap itu sendiri secara keseluruhan. Lalu dibandingkan bagaimana sikap pada khalayak perokok dan non perokok. Untuk pengumpulan data, digunakan metode penelitian survei yang menggunakan kuesioner. Sampel sebanyak 100 orang diambil secara jatah (quota sampling), terbagi dalam 50 perokok dan 50 non perokok. Batasan usia sampel adalah 13 tahun ke atas dan pernah melihat ILM "Jangan Merokok". Sedang wilayah penelitian dilakukan di Kelurahan Pondok Kelapa, RW 01, Jakarta Timur. Metode pengolahan data yang digunakan ialah skala Likert, yang menggunakan respon subyek sebagai dasar penentuan skalanya. Sebelum penelitian yang sebenarnya dilaksanakan, diadakan pre-test terhadap 20 sampel. Dari hasil pre-test, didapatlah 14 pernyataan terbaik untuk digunakan dalam skala- sikap. Kesimpulan dari penelitian ini ialah: a. Secara umum, sikap khalayak (baik perokok maupun non perokok) menunjukkan arah sikap yang positif terhadap ILM "Jangan Merokok", namun derajat kepositifan sikap non perokok lebih kuat dibanding perokok. b. Dilihat dari segi hubungan antara komponen-komponen sikap, ditemukan bahwa pada non perokok semua komponen sikapnya konsisten satu sama lain. Sedang pada perokok, komponen kognitif konsisten dengan komponen afektif, namun komponen afektif tidak konsisten dengan komponen konatif. Hal ini disebabkan karena intensitas sikap perokok tidak cukup kuat untuk mendorong terjadinya perubahan perilaku. Dengan kata lain, sikap positif perokok terhadap ILM "Jangan Merokok" tidak dapat mendorong perokok untuk berhenti merokok.