

Pengaruh penggunaan label peringatan visual tekstual, tekstual saja, self efficacy serta label non halal pada kemasan rokok terhadap intensi untuk berhenti merokok : eksperimen pada mahasiswa perokok Universitas Indonesia = The effect of warning labels textual, visual textual, self efficacy and non halal labels on cigarette packages to the intention to quit smoking

Faisal Muttaqin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350078&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Efektifitas Label peringatan kemasan rokok menjadi isu global dalam mempengaruhi intensi berhenti perokok. Beberapa ahli berpendapat bahwa penggunaan label kemasan visual lebih efektif dari pada penggunaan label peringatan tekstual. Namun, ada beberapa tokoh yang berpendapat bahwa fear-appeal yang digunakan dapat menyebabkan reaksi berani pada remaja. Teori psikologi sosial, menyarankan bahwa sebaiknya pesan peringatan yang menggunakan fear-appeal sebaiknya dipadukan dengan pesan self efficacy.

Masih sedikitnya penelitian yang membahas tentang perpaduan fear-appeal dan self efficacy dalam label peringatan menyebabkan efektifitas label tersebut masih belum jelas, maka tujuan pertama penelitian adalah untuk memeriksa efek dari perpaduan pesan tersebut. Selanjutnya, mayoritas perokok remaja Indonesia adalah remaja muslim. Melalui pendekatan karakteristik konsumen muslim. penelitian ini menawarkan label non halal pada kemasan rokok. oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memeriksa penggunaan label non halal pada kemasan rokok di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen, dengan menggunakan 2 studi. Studi 1 untuk memeriksa perbedaan efektifitas label visual dan tekstual serta perbedaan efektifitas label yang dipadukan dengan pesan self-efficacy. Studi 2 untuk memeriksa perbedaan efektifitas label non halal dengan label visual tekstual saja. Sebanyak 240 partisipan dikutsertakan dalam eksperimen , partisipan terdiri dari mahasiswa universitas Indonesia dalam rentang umur 18-23 tahun. Data yang diperoleh, kemudian diolah dengan metode statistic anova dan Uji T.

Hasil menemukan bahwa, label peringatan visual fear-appeal efektif menciptakan perasaan negative. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian sebelumnya bahwa label peringatan visual lebih efektif dibandingkan dengan label peringatan tekstual saja. Hasil juga menyarankan bahwa sebaiknya label peringatan baik visual dan tekstual dipadukan dengan pesan sel-efficacy.

Hasil juga menyarankan khusus untuk perokok remaja muslim, penggunaan label non halal sebagai label peringatan pada kemasan rokok efektif meningkatkan intensi berhenti merokok. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, dan mnyarankan penggunaan pesan self-efficacy pada label peringatan. Khusus untuk perokok muslim, penelitian ini menyarankan penggunaan label peringatan yang dipadukan dengan label non halal guna meningkatkan intensi berhenti perokok remaja muslim. Penelitian ini tidak membedakan kelompok perokok dan non perokok, selain itu juga gambar yang digunakan hanya satu jenis

penyakit.

.....Effectiveness of warning labels cigarette packs become a global issue in influencing the intention to stop smoking. Some experts argue that the use of visual packaging labels more effective than the use of textual warning labels. However, there are some leaders who argue that fear-appeal that used to cause reactions in young brave. By using the theory of social psychology, Morvan (2011) and Cissamaru (2007) suggested that the warning message should use fear-appeal should be combined with a message of self-efficacy.

The small number of fusion research that addresses fear-appeal and self-efficacy in the effectiveness of warning labels cause the label is not clear, then the purpose of the study is the first to examine the effect of the combination of the message. Furthermore, a number of teenage smokers majority of Muslims in Indonesia. Muslim consumer characteristics approach. This research offers a non-halal labels on cigarette packs. Then, the second goal is to want to examine the use of non-halal labels on cigarette packs in Indonesia.

This study uses an experimental method, by using the 2 studies. study 1 to examine differences in the effectiveness of visual and textual labels and labeling differences, combined with the effectiveness of self-efficacy messages. Study 2 to examine differences in the effectiveness of non-halal label with visual textual labels alone. Total of 240 participants in the experiment, the participants consisted of Indonesian university students in the age range 18-23 years. Data processed with ANOVA and T -Test statistical methods. Results found that, the visual warning labels fear-appeal effectively create negative feelings.

The results are consistent with previous studies that the visual warning labels more effective than the textual warning labels alone. Results also suggest that a warning label should be both visual and textual messages combined with self-efficacy. Results also suggest special for Muslim youth smokers, the use of non-halal label as warning labels on cigarette packs effective increase intentions to quit smoking.

The results support previous studies, and suggest the use of self-efficacy message on the warning label. Especially for Muslim smokers, this study suggests the use of a warning label, combined with non-halal labels to improve intentions of Muslim youth smokers quit smoking. This study is limited to Indonesian university students, so we need a study involving a sample of the entire population of Indonesia. The study also did not distinguish groups of smokers and non-smokers, but it is also an image that is used only one type of disease, so that the research needs to be done to distinguish these factors.