

**PERSEPSI DAN PRILAKU KONSUMSI MASYARAKAT
MUSLIM TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK
GUDANG GARAM (GG)**

(Studi Kasus Di Desa Mojoroto Kota Kediri)

**Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**



Disusun Oleh:

Siti Masruroh 931304710

**JURUSAN SYARIAH PRODI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) KEDIRI**

2016

**PERSEPSI DAN PRILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM
TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK GUDANG
GARAM (GG)**

(Studi Kasus Di Desa Mojoroto Kota Kediri)

SITI MASRUROH

NIM.9. 313. 047. 10

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Rofik Efendi,S.Kom. MM
NIP. 1969061719980 31002

Sri Anugrah Natalina, SE. MM
NIP. 197712252009012006

NOTA KONSULTAN

Nomor : Kediri, September 2016

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : BimbinganSkripsi

Kepada

Yth, Bapak Ketua Sekolah Tinggi

Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri

Jl. SunanAmpel 07-Ngronggo

KEDIRI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama :SITI MASRUOH

NIM : 9. 313. 047. 10

Judul : PERSEPSI DAN PRILAKU KONSUMSI MASYARAKAT

MUSLIM TENTANG HIMBAUANPADA KEMASAN

ROKOK GUDANG GARAM (GG)

(StudiKasus Di DesaMojoroto Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir sarjana strata satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikumWr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

Rofik Efendi,S.Kom. MM
NIP. 1969061719980 31002

Sri Anugrah Natalina, SE. MM
NIP.197712252009012006

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, September 2016

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Ketua Sekolah Tinggi

Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri

Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo

Kediri.

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SITI MASRUOH

NIM : 9.313.047.10

Judul : PERSEPSI DAN PERILAKU MASYARAKAT MUSLIM

TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK

GUDANG GARAM STUDY KASUS DI DESA MOJOROTO KOTA

KEDIRI.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah pada tanggal September 2016, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikumWr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Rofik Efendi,S.Kom.MM
NIP. 1969061719980 31002

Sri Anugrah Natalina, SE. MM
NIP.197712252009012006

**PERSEPSI DAN PRILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM
TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK GUDANG
GARAM (GG)**

(Studi Kasus Di Desa Mojoroto Kota Kediri)

SITI MASRUOH

NIM.9. 313. 047. 10

Telah Diujikan di Depan Sidang Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri (STAIN) Kediri Pada Tanggal ...September 2016

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Ropingi, M.PD

NIP.197206261999031002

()

2. Penguji I

Rofik Efendi, S.Kom.MM

NIP.196906171998031002

()

3. Penguji II

Sri Anugrah Natalina, SE. MM

NIP.197712252009012006

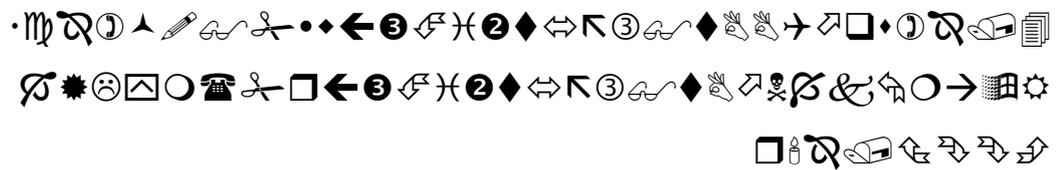
()

Ketua STAIN Kediri

Drs. Nur Chamid, MM

NIP.19680714 199703 1 002

MOTTO



“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka
mengubah keadaan diri mereka sendiri” Q.S Ar – Ra’d ayat 11”

Yakinlah ! waktu akan menjadi fir'aun kecil terkejam, jika matamu

masih saja terpejam

(St.M. Ruroh)

PERSEMBAHAN

Dengan menghaturkan puja dan puji syukur kehadiran ALLAH SWT

Penulis hadirkan skripsi ini dengan hormat, tulus dan ikhlas kepada

Almamaterku tercinta

KELUARGA BESAR JURUSAN SYARIAH PRODI

EKONOMI SYARIAH

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

KEDIRI

ABSTRAK

SITI MASRUROH. Dosen Pembimbing. ROFIK EFENDI,S.Kom.MM dan SRI ANUGERAH NATALIA.SE.MM : PERSEPSI DAN PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK GUDANG GARAM (GG) DI DESA MOJOROTO KOTA KEDIRI

Kata Kunci : Persepsi, Perilaku Konsumsi Masyarakat Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok.

Di Indonesia, fenomena rokok selalu menjadi perbincangan banyak orang. Hal utama yang dibahas sudah tentu tentang berbagai masalah yang disebabkan, baik bagi kesehatan ataupun kualitas hidup pecandunya. Rokok adalah silinder dari kertas panjang yang berisi daun – daun tembakau yang telah dicacah dan setelah itu dibakar. Rokok dibagi menjadi dua rokok kretek non filter dan dengan filter. Rokok sangat berbahaya bagi kesehatan sang perokok maupun orang sekitarnya. Salah satu penyakit yang membahayakan bagi perokok adalah penyakit jantung karena jantung adalah pembunuh no 1 di dunia. Meskipun begitu rokok dibidang sebagai penyumbang devisa terbesar untuk negara dan malah berjasa bagi pendapatan negara. Upaya untuk menyadarkan kebiasaan buruknya memang tidak mudah. Banyak hal telah dilakukan, mulai dari kampanye bahaya rokok, menuliskan label peringatan pada kemasan rokok, serta pemerintah juga telah mengeluarkan peraturan pada tanggal 10 maret 2003 tentang pengaman rokok bagi kesehatan. Tapi tidak lantas membuat para perokok untuk berhenti merokok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jelas penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Adapun lokasi penelitian yaitu di desa Mojoroto Kota Kediri. Untuk memperoleh penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan Analisis data dengan memakai reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dengan teknik : 1. Perpanjangan keikutsertaan peneliti., 2. Ketekunan pengamatan, 3. Triangulasi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa : Pada umumnya masyarakat di desa Mojoroto paham akan adanya peringatan pada label di kemasan rokok akan tetapi karena tingkat pendidikan yang lebih rendah cenderung mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi rokok dibandingkan orang yang tidak mengkonsumsi rokok mereka itu tingkat pendidikannya lebih cenderung tinggi karena mereka sudah mendapatkan pengalaman, pengetahuan dan informasi tentang bahaya dan akibat yang ditimbulkan oleh rokok.Salah satu faktor yang paling dominan adalahfaktor budaya dan sosial karena faktor budaya dan sosial yang menjadi pendorong yang kuat bagi masyarakat dalam mengkonsumsi rokok. Serta zat yang terkandung dalam rokok memberikan efek ketagihan pada masyarakat yang telah mengkonsumsi rokok.

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRROHMANNIRROHIM

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:“PERSEPSI PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN ROKOK GUDANG GARAM (Study Kasus Di Desa Mojoroto Kota Kediri)”,dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1).

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada jalan yang diridhoi Allah SWT dengan ajaran yang telah dibawanya yaitu ajaran agama islam.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, dukungan, bantuan, serta doanya kepada semua pihak selamapenyusunan skripsi ini. Secarakhusus, penulisinginmengucapkanterimakasihkepada:

1. Bapak Rofik Efendi, S.Kom,MM,selaku pembimbing I dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE.MM selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Drs. Nur Chamid MM., selaku Ketua STAIN Kediri, bapak Imam Annas Muslihin, MHI., selaku Ketua Jurusan Syari’ah STAIN Kediri, beserta seluruh staf, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga penulis selesai studi.
3. Semua dosen STAIN Kediri, khususnya dosen Syariah Prodi Ekonomi Islam yang telah mentransfer ilmunya kepada penulis.
4. Kepada Bapak kepala desa Mojoroto bapak Drs. Basuki, Msi yang telah mengijinkan penulis mengadakan penelitian di desa Mojoroto serta staf –

staf yang ada di kelurahan desa mojoroto yang begitu ramah dalam memberikan data – data yang kongkrit pada penulis.

5. Ibu, Kakak dan Suami aku tersayang yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan serta kasih sayangnya kepadaku.
6. Sahabatku ikha mei yang selalu memberikan dukungan dan dorongan kepadaku dalam menyelesaikan skripsi. Kamu adalah sahabat terbaik aku untuk sekarang, nanti dan untuk di akhir hayat. Untuk windy terimakasih selalu dukung aku dan do'ain aku. Untuk mbak amin makasih dah mau jadi temen aku mondar mandir bimbingan, kepanasan bareng dan makasih atas semangat dan perhatiannya ma aku.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal shaleh dan diterima oleh Allah Swt, serta mendapatkan balasan yang lebih baik di dunia dan di akhirat kelak, Amin.

Selanjutnya penulis menyadari sepenuhnya akan segala keterbatasan, kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa yang membacanya. Amin.

Kediri, September 2016

Penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA KONSULTAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DARTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Telaah Pustaka	7
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Persepsi	10
1. Pengertian Presepsi	10

B. Tahap Tahap Presepsi	12
C. Perilaku Konsumsi Konsumen.....	14
1. Pengertian Perilaku Konsumsi	14
2. Pengertian Perilaku Konsumsi Konsumen.....	14
3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	15
4. Perilaku Konsumsi Dalam Perspektif Islam	21
D. Produk (Rokok).....	23
1. Pengertian Produk.....	23
E. Label Peringatan Bahaya Merokok.....	25
1. Pengertian Label.....	25
F. Gambaran Tentang Persepsi Dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok.....	30
G. Masyarakat Muslim.....	31
1. Pengertian Masyarakat Muslim.....	31
2. Karakteristik Masyarakat Muslim.....	31

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti.....	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	37
E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Analisis Data	40
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	42

H. Tahap – Tahap Penelitian.....	43
----------------------------------	----

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Latar Belakang Berdirinya Desa Mojoroto	44
2. Visi dan Misi Desa Mojoroto.....	45
3. Struktur Organisasi.....	46
4. PetaDesaMojoroto Kota Kediri.....	47
5. Potensi Desa Mojoroto.....	48

B. Persepsi Dan Prilaku Konsumsi Masyarakat Muslim

Dalam Menanggapi Keberadaan Produk Rokok.....	49
--	-----------

C. Temuan Penelitian

1. Prilaku Masyarakat Muslim Dalam Menanggapi Keberadaan Produk Rokok	59
2. Persepsi Dan Prilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok Gudang Garam Di Desa Mojoroto Kota Kediri.....	60

BAB V : PEMBAHASAN.....

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

JADWAL PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Tahapan Proses Presepsi Manusia.....	13
Gambar II Label Peringatan Bahaya Merokok.....	27
Gambar III Label Peringatan Bahaya Merokok.....	27
Gambar IV Struktur Organisasi Desa Mojoroto.....	46
Gambar V Peta Desa Mojoroto.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel I Potensi Sumber Daya Manusia (Usia)	48
Tabel II Prasarana Peribadatan.....	48
Tabel III Agama	48
Tabel IV Usia Masyarakat Mojoroto per klasifikasi.....	49
Tabel V RT di desa Mojoroto	52
Tabel VI Data Responden/Interview	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Pedoman Wawancara
Lampiran II	Nota Konsultasi
Lampiran III	Surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rokok adalah silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120mm (bervariasi tergantung negara) dengan diameter sekitar 10mm yang berisi daun – daun tembakau yang telah dicacah. Rokok dibagi menjadi dua, ada rokok non filter dan dengan filter.

Di Indonesia, fenomena rokok selalu menjadi perbincangan banyak orang. Hal utama yang dibahas sudah tentu tentang berbagai masalah yang disebabkan, baik bagi kesehatan ataupun kualitas hidup pecandunya. Rokok sangat berbahaya bagi kesehatan sang perokok maupun orang disekitarnya. Salah satu penyakit yang membahayakan kesehatan bagi perokok adalah penyakit jantung, karena jantung adalah pembunuh no 1 di dunia.

Para perokok sebenarnya menyadari bahaya kesehatan akibat kebiasaan merokok. Namun, kesadaran bahaya merokok tersebut tidak lantas membuat para perokok memutuskan untuk berhenti merokok. Faktor ketagihan nikotin pun turut mempengaruhi terganggunya rasionalitas para perokok tersebut.

Untuk itu pemerintah mengeluarkan peraturan pada tanggal 10 Maret 2003, tentang pengamanan rokok bagi kesehatan yang didalamnya tercantum peraturan – peraturan yang harus dipatuhi oleh produsen rokok. Pada bagian ketiga tentang keterangan pada label tercantum indikator – indikator apa saja

yang harus dipenuhi untuk membuat label peringatan bahaya merokok sehingga legal untuk dipasarkan.

Menurut kesehatan ;Rokok merupakan salah satu penyebab kematian utama didunia dan merupakan satu – satunya produk legal yang membunuh seperti hingga setengah penggunanya. Kebiasaan merokok sedikitnya menyebabkan 30 jenis penyakit pada manusia. Penyakit yang timbul akan tergantung dari kadar zat berbahaya yang terkandung pada rokok, karena dalam satu batang rokok mengandung sekitar 7000 zat kimia. 200 jenis diantaranya bersifat *karsinogenik*yaitu zat yang merusak gen dalam tubuh sehingga memicu terjadinya kanker seperti, kanker paru, ginjal, kanker mulut, kandung kemih, jantung, stroke, bronkitis kronik dan impotensi.¹

Selain itu banyak para ulama yang menegaskan kalau merokok itu diharamkan. Adapun salah satu yang mengharamkan rokok. Merokok hukumnya haram, begitu juga memperdagangkannya. Karena didalamnya terdapat sesuatu yang membahayakan, telah diriwayatkan dalam sebuah hadits :

Tidak boleh melakukan/menggunakan sesuatu yang berbahaya atau membahayakan” (HR Ahmad)

Demikian juga (rokok diharamkan) karena termasuk sesuatu yang buruk (*khabaits*), sedangkan Allah ta’ala ketika menerangkan sifat nabi-Nya berfirman:

¹Dokita,co/blog/bahaya-merokok-bagi-kesehatan.Diakses tanggal 25 mei 2016, pukul 12.00 WIB.



Artinya: (Yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. “ (Al-A’raaf 157).

Rokok menurut Syari’ah hukumnya haram. Karena berdasarkan makna yang terindikasi dari ayat Al- Qur’an dan As- Sunah. Dalil dari Al- Qur’an adalah Al- Baqoroh(2) 195.



Artinya : “Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri kedalam kebinasaan”.

Maknanya dan janganlah kamu melakukan sebab yang menjadi kebinasaanmu. Karena merokok merupakan mencampakkan diri sendiri kedalam kebinasaan .

Sedangkan dalil dari As- Sunah adalah hadits yang berasal dari Rosulullah SWT :

“ Janganlah kamu menyia – nyiakan hartamu”.

Maknanya adalah mengalokasikannya kepada hal yang tidak bermanfaat. Sebagaimana dijelaskan bahwa mengalokasikan harta dengan membeli rokok adalah termasuk pengalokasian kepada hal yang tidak bermanfaat bahkan pengalokasian kepada hal yang didalamnya terdapat kemudhorotan.

Upaya untuk menyadarkan para pecandu rokok supaya meninggalkan kebiasaan buruknya memang tidak mudah. Banyak hal telah dilakukan, mulai dari kampanye bahaya rokok bagi kesehatan hingga penerapan aturan tentang pencantuman peringatan tertulis bahayanya dikemasan. Meskipun banyak sekali dampak yang membahayakan bagi pecandu rokok akan tetapi para pecandu rokok tidaklah jera, padahal dikemasan rokok sudah disebutkan bahwa “ merokok dapat membunuhmu “ Akan tetapi, tulisan tersebut seakan tidak pernah dihiraukan oleh pecandu rokok.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang Persepsi Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim tentangHimbauan pada Kemasan Produk Rokok Gudang Garam di Desa Mojoroto Kota Kediri.

Salah satu wilayah yang peneliti jadikan sebagai responden adalah desa mojoroto Kota Kediri. Dimana desa Mojoroto ini adalah desa yang dekat dengan pabrik Gudang Garam, desa yang luas dan penduduknya sangat banyak, dan di desa Mojoroto ini juga terdapat 1 perguruan tinggi yang

mempunyai mahasiswa terbanyak di kota Kediri, 1 hotel, 1 lembaga pemasyarakatan, 2 sekolah SD, 2 SMK, serta juga terdapat tempat – tempat berkumpulnya para remaja untuk menghilangkan kejenuhan. Karena itu desa mojoroto ini adalah desa yang terluas di bandingkan dengan wilayah yang lainnya di kota Kediri.

Selain itu, wilayah Mojoroto sebagian penduduknya mayoritas beragama Islam. Telah di ketahui bahwa 80% masyarakat desa Mojoroto beragama Islam serta masyarakat desa Mojoroto yang berpeluang mengkonsumsi rokok yang berumur 18 tahun keatas untuk para lelakinya adalah 95 %.

Selain itu salah satu alasan yang membuat produk rokok Gudang Garam (GG) dikenal masyarakat mojoroto adalah iklan yang bervariasi serta terdapat juga tulisan 18+ di setiap kemasan rokok. Untuk para lelaki yang berumur 18 tahun ke atas, apa lagi yang sudah menganggap rokok itu adalah sebuah kebutuhan mereka. Para penikmat rokok itu juga tidak terpengaruh dengan adanya peringatan yang terdapat pada setiap bungkus rokok tersebut.

Berdasarkan masalah diatas maka penulis melakukan penelitian mengenai Persepsi Prilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok, penulis memilih obyek di desa Mojoroto Kota Kediri dikarenakan. Wilayah tersebut dekat pabrik Gudang Garam (GG) di desa mojoroto juga terdapat anak – anak muda khususnya lelaki. Oleh karena itu penulis ingin mengangkat permasalahan – permasalahan ini menjadi obyek penelitian dengan judul “PERSEPSI DAN PRILAKU KONSUMSI

MASYARAKAT MUSLIM TENTANG HIMBAUAN PADA KEMASAN
ROKOK GUDANG GARAM (Study Kasus di Desa Mojoroto Kota Kediri).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku masyarakat muslim dalam menanggapi keberadaan produk rokok ?
2. Bagaimana persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok Gudang Garam di desa Mojoroto Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi dan prilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbaun pada kemasan rokok Gudang Garam di desa mojoroto kota kediri?
2. Untuk mengetahui persepsi iklan pada kemasan produk rokok Gudang Garam terhadap persepsidan prilaku konsumsi masyarakat muslim setelah adanya himbauan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai Persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok Gudang Garam di desa Mojoroto Kota Kediri.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah yang berhubungan tentang Persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok Gudang Garam di desa Mojoroto Kota Kediri.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan yang terkait dengan Ekonomi Islam.

E. Telaah Pustaka

Pada bab ini penulis menyajikan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan judul dengan penelitian yang penulis lakukan. Pembahasan tentang penelitian terdahulu di lakukan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Dalam penelitian ini penulis mengambil dua penelitian terdahulu antara lain :

1. Skripsi Mochamad Asrofi

Skripsi yang di susun oleh Mochamad Asrofi dengan judul Pengaruh Kepribadian Konsumen dalam Pengambilan Keputusan

Pembelian Produk Merk Im3 (Ekonomi Syari'ah STAIN KEDIRI 2012). Memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepribadian Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Merk Im3 . Analisis yang di gunakan dalam penelitian tersebut adalah persamaan regresi linier sederhana dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0,381 yang menunjukan bahwa hubungan antara kepribadian konsumen dengan pengambilan keputusan pembelian adalah sangat rendah serta signifikan. Jadi, apabila kepribadian konsumen di tingkatkan, maka keputusan pembelian juga dapat di tingkatkan kemudian. Apabila dilihat dari tabel model summary hasil R square di peroleh sebesar 0,145 yang berarti peningkatan keputusan pembelian di pengaruhi 14,5 % oleh kepribadian konsumen yang ada. Untuk hasil regresi di peroleh persamaan $y = 0,569x$. Dimana persamaan tersebut menunjukan adanya pengaruh kepribadian konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian.

2. Skripsi Ira Nuristiyana

Pada pembahasan skripsi lainnya yang lainnya yang di susun oleh Ira Nuristiyana dengan judul Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada konsumen teh botol Sosro di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang). Memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen teh botol Sosro di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Analisis yang di gunakan adalah persamaan

regresi sederhana dan analisis korelasi. Peneliti menggunakan populasi seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yang mengkonsumsi teh botol sosro. Yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut adalah iklan itu sangatlah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Persamaannya dengan penelitian sebelumnya adalah sama – sama membahas tentang periklanan. Perbedaannya pada penelitian saya adalah pada obyek penelitian dan masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan atau proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya.² Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya.³

Menurut Leavitt, persepsi ada dua arti sempit dan arti luas, dalam arti sempit persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan, pengertian, atau bagaimana seseorang memandang serta mengartikan sesuatu.⁴ Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁵

Persepsi adalah suatu proses yang bisa di tempuh individu untuk mengorganisasikan kesan – kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Menurut Widyatun, persepsi adalah proses mental yang terjadi pada diri manusia yang akan menunjukkan bagaimana

²Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta : Andi Offset, 1994), 53.

³Kamus Besar Bahasa Indonesia/ tim, penyusun kamus pasti pembinaan dan pengembangan bahasa, cet 2 (Jakarta : Balai Pustaka, 1989) 675.

⁴Alex Subur, *Psikologi Umum* (Bandung : Cv Pustaka Setia, 2010),445

⁵Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 1998), 51

kita melihat, mendengar, merasakan, memberi, serta meraba di sekitar kita.⁶

Menurut Devito, persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Sedangkan menurut Pareek, persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data.⁷

Dari beberapa pengertian di atas maka persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana kita bisa memilih, mengorganisasikan, menafsirkan dan menyimpulkan rangsangan dari lingkungan, sehingga kita memperoleh pengalaman atau pengetahuan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu :

- 1) Fisiologis, kemampuan sensoris
 - a) Visual dan Audio
 - b) Fisik
 - c) Umur
- 2) Kebudayaan
 - a) Kepercayaan
 - b) Nilai – Nilai
 - c) Pemahaman
 - d) Asumsi

⁶Steven P. Robin, *Perilaku Organisasi* (Jakarta : PT, Tema Baru, 1998), 88.

⁷Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta : Andi Offset 1994), 53.

3) Perhatian, Individu yang memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek.

4) *Standpoint theory*

- a) Komunitas Sosial.
- b) Ras, gender, agama, spiritualitas dan orientasi seksual.
- c) Posisi kekuasaan sosial.

B. Tahap – Tahap Persepsi

Dalam kajian psikologis didefinisikan sebagai proses di mana individu menjadi lebih sadar tentang obyek dan peristiwa yang terjadi dalam dunia sekeliling.

Proses persepsi ini dapat terjadi dalam tiga tahapan utama yaitu :

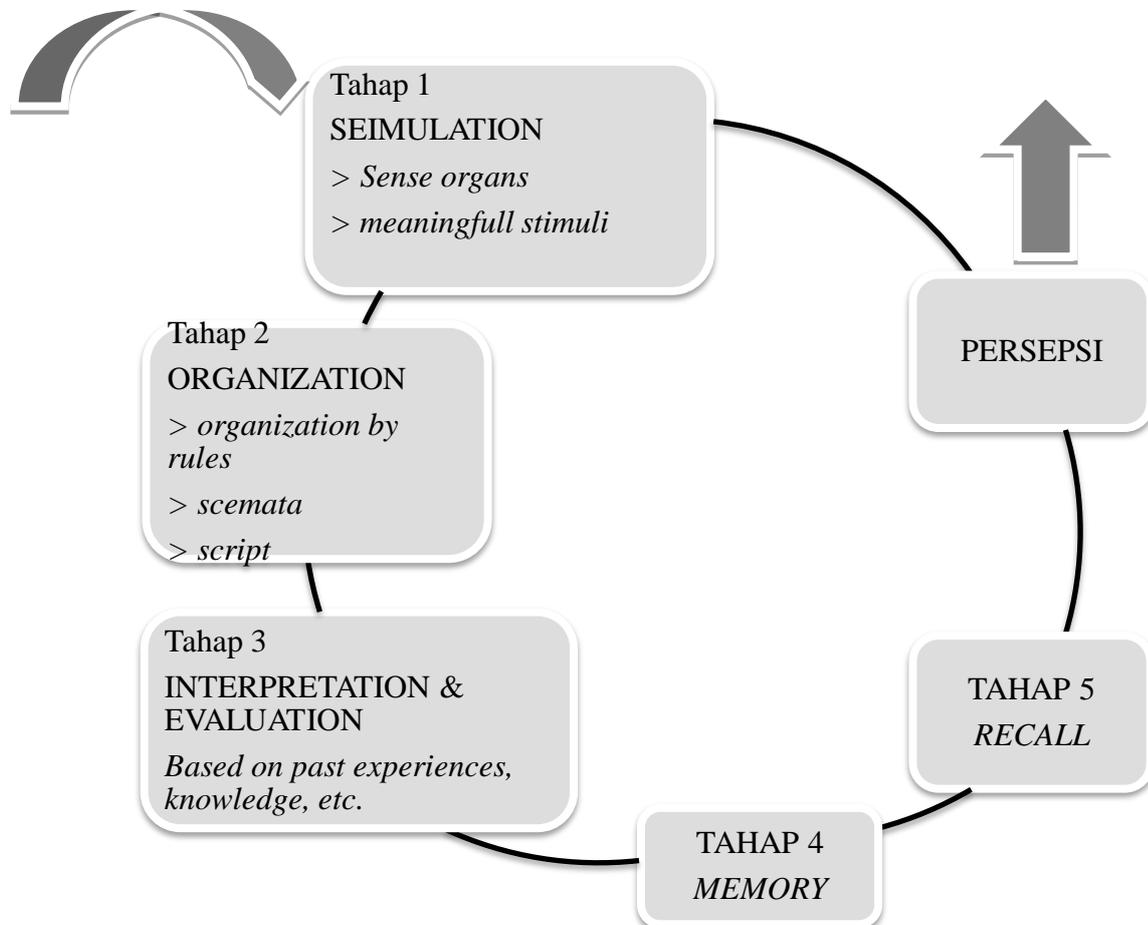
- 1) Individu memperhatikan dan membuat seleksi.
- 2) Individu mengorganisasikan obyek yang ditangkap indra.
- 3) Individu membuat interpretasi.

Pada umumnya, para pemerhati psikologis mengikuti tahapan utama yakni :

- 1) *Stimulation*(Rangsangan dari Luar)
- 2) *Organization* (Rangsangan kemudian di Organisasikan)
- 3) *Interpretation & Evaluation*
- 4) *Memory*
- 5) *Recall* (Persepsi)

Gambar 1

Tahapan Proses Persepsi Manusia



Sumber : Alo Liliweri

Persepsi manusia selalu mengikuti tahapan proses diatas, yakni :

- 1) Pada tahap 1, individu menerima stimulus (rangsangan dari luar), di saat ini *sense organ* atau indra akan menangkap makna terhadap stimulus (*meaning stimuli*).
- 2) Pada tahap 2, stimuli tadi diorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu misalnya berdasarkan *schemata* (membuat semacam diafragma tentang *stimulus*) atau dengan *scrip* (refleks perilaku).

- 3) Pada tahap 3, individu membuat *interpretasi* dan evaluasi terhadap stimuli berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang dia terima itu.
- 4) Pada tahap 4, stimulus yang sudah diperhatikan itu terekam oleh memori.
- 5) Pada tahap 5, semua rekaman itu dikeluarkan itulah persepsi.⁸

C. Prilaku Konsumsi Konsumen

1. Perilaku Konsumsi

Konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat. Kalau produksi diartikan “menciptakan *utility*” dalam bentuk barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, maka konsumsi berarti memakai/ menggunakan itu untuk memenuhi sesuatu kebutuhan.⁹ Sedangkan orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan itu disebut konsumen.

2. Pengertian Prilaku Konsumsi Konsumen

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, perilaku mempunyai pengertian tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Jika dikaitkan dengan kata beli, maka perilaku mempunyai arti kelakuan. Mempengaruhinya pada waktu mengambil keputusan untuk

⁸Alo Liliwari. Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. (Jakarta : Kencana 2011) 157

⁹T. Gilars. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: Kanisus.2009) 89.

membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa¹⁰. Menurut Kamus populer ilmiah lengkap, perilaku mempunyai arti kata tindakan, perbuatan, sikap.¹¹

Para pakar ekonomi terdapat perbedaan ketika mendefinisikan konsumsi. Secara umum konsumsi didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, konsumen mempunyai arti pemakai barang hasil produksi, penerima pesan iklan, pemakai jasa¹².

Konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat. Kalau produksi diartikan “ menciptakan *utility* “ dapat memenuhi kebutuhan manusia. Maka konsumsi berarti memakai / menggunakan *utility* itu untuk memenuhi suatu kebutuhan¹³. Sedangkan orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan itu disebut konsumen¹⁴

3. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

a. Faktor Budaya

Faktor budaya ini mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, antara lain :

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga (Jakarta : Balai Pustaka, 2002) 859.

¹¹Susilo Riwayadi dan Suci Nur Anisyah, *Kamus Populer Ilmiah Lengkap* (Surabaya : Sinar Terang. TT), 374.

¹²Kamus Besar Bahasa Indonesia, 590.

¹³T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta : Kanisus, 2009), 89.

¹⁴Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta BPTT, 2005), 125.

1) Kultur (kebudayaan)

Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang.

2) Subkultur

Subkultur adalah setiap kultur itu mempunyai subkultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subkultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial

Kelas Sosial adalah divisi atau kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat dan anggota – anggotanya memiliki minat, nilai, dan perilaku yang mirip.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen itu juga di pengaruhi oleh faktor – faktor sosial seperti :

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok – kelompok yang mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang di sebut kelompok keanggotaan (*membership groups*).Ini merupakan kelompok dimana arang tersebut ikut serta dan berinteraksi.

2) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. *Keluarga orientasi* terdiri dari orang tua seseorang. Bahkan jika pembeli tidak lagi terlalu sering berinteraksi dengan orang tuanya, pengaruh orang tua terhadap perilaku pembeli tersebut bisa saja tetap signifikan.

Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari – hari adalah *keluarga prokreasi* seseorang yakni pasangan hidup (suami atau istri) dan anak – anaknya. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah di teliti secara ekstensif.¹⁵

3) Peran dan Status

Setiap peran membawa status. Seorang ahli bedah mempunyai status yang lebih tinggi daripada seorang manajer penjualan, dan seorang manajer memiliki status yang lebih tinggi daripada seorang pegawai klerikal. Orang akan memilih produk yang mengomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Individu

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu :

¹⁵Ristiyanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta : Andi Offset, 2005) 123

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Usia akan mempengaruhi barang apa yang menjadi kebutuhannya saat ini, selain itu konsumsi juga dipengaruhi oleh tahap – tahap dalam siklus hidup keluarga.

2. Pekerjaan

Pekerjaan itu juga dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak sebagai konsumen dan mempengaruhi pola konsumsinya,

1). Kondisi Ekonomi

Pilihan produk sangat di pengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi Pendapatan yang bisa di *belanjakan, tabungan, kekayaan, utang, kemampuan untuk meminjam.*¹⁶

2). Gaya Hidup

Orang – orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Maka dari itu banyak pemasar menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian – *konsep diri* seseorang.

d. Faktor Psikologis

Faktor ini juga dapat mempengaruhi seseorang dalam pembelian dan faktor ini di pengaruhi oleh tiga faktor, yaitu

¹⁶Ibid, 123

a) Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan yang terdapat di dalam suatu individu untuk bertindak secara langsung dalam memenuhi kebutuhan.

b) Persepsi

Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan – masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang bermakna.

c) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran *deskriptif* yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap adalah menjelaskan evaluasi *kognitif* perasaan emosional dan kencedurungantindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap obyek atau ide tertentu.¹⁷

e. Faktor Pendidikan.

Dalam aktifitas ada enam faktor yang dapat membentuk pola interaksi atau saling mempengaruhi. Yaitu :

a) Tujuan Pendidikan.

Usaha pencapaian oleh peserta didik tentang hasil praktek pendidikan baik dilingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat secara luas.

b) Pendidik

¹⁷Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada) 113 - 122

c) Peserta Didik

Orang yang menerima pengaruh seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan kegiatan pendidikan.

d) Isi atau materi pendidikan

Segala sesuatu oleh pendidik yang akan langsung disampaikan kepada peserta didik dalam rangka mencapai tujuan pendidikan.

e) Metode Pendidikan

Metode yang menyampaikan materi untuk mencapai tujuan pendidikan dalam menentukan apakah sebuah metode disebut baik atau tidak.

f) Lingkungan

Lingkungan adalah sesuatu yang meliputi kondisi dan alam yang dapat mempengaruhi tingkah laku, atau pertumbuhan dan perkembangan manusia.

Selain lima faktor diatas pengaruh ajaran atau aturan agama dalam pola konsumsi masyarakat sangat didasari oleh konsumen. Tidak jarang iklan baik iklan media TV (televisi) ataupun iklan media cetak yang mengaitkan produk mereka dengan kebutuhan agama¹⁸.

Dalam melakukan keputusan pembelian menurut teori ekonomi mikro merupakan perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha menggunakan barang yang akan memberikan

¹⁸Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, 225

kegunaan (kepuasan) paling banyak sesuai dengan harga yang relatif. Konsumen akan berusaha mendapatkan kepuasan maksimal dan konsumen akan meneruskan keputusan pembeliannya terhadap produk yang sama yang telah dikonsumsi. Dalam hal ini kepuasan yang didapatkan sebanding atau lebih besar dengan *marginal utility* yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain, melalui suatu penghitungan yang cermat terhadap konsekuensi dari setiap pembelian.

Wilkie dan Winardi, perilaku konsumsi yaitu konsumsi terdiri dari aktivitas – aktivitas yang melibatkan orang – orang sewaktu mereka menyeleksi membeli dan menggunakan produk – produk dan jasa – jasa sedemikian rupa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan – kebutuhan dan keinginan – keinginan mereka¹⁹

Menurut Keynes, bahwa kecenderungan konsumsi ditentukan oleh dua yaitu faktor objektif (harga, kebijakan fiskal, tunjangan – tunjangan, depresiasi dan suku bunga) dan Faktor subyektif (individu konsumen)²⁰.

4. Prilaku Konsumsi dalam Perspektif Islam.

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian. Karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab, mengabaikan konsumsi berarti

¹⁹Winardi, *Marketing dan Prilaku Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 1991) 141.

²⁰Alfred W. Stoinier dan Douggles C. Hague, *a textbook of economi theory* (Teori Ekonomi) Terj. Aminuddun Asmawi, (Jakarta Timur : Ghalia Indonesia, 1984), 118 .

mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan²¹.

Dalam Islam konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap – sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi dunia dan akhirat.

Pada dasarnya konsep bertikar konsumen yang hadir dalam dunia ekonomi hingga saat ini dibangun atas dua hal yaitu pertama *Utility* yang diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Kedua adalah masalah yang diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan atas kebutuhan dan prioritas²²

Masalah merupakan integrasi dari fakir dan dzikir yang menggambarkan motif kesederhanaan individu pada setiap bentuk keputusan konsumsi yaitu bertujuan melahirkan manfaat dan menolak kemudhoratan dengan konsumsi sesuai kebutuhan²³.

²¹Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqih Ekonomi Umar bin AL- Khattab*. Terj, Asumsi Salihan Zarkasyi, cet ke 1 (Jakarta : Pustaka Al- Kautsar Group), 135.

²²Muhammad Muslih, *Perilaku Konsumen dan Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2006), 93.

²³Ibid, 97.

D. Produk (Rokok)

1. Pengertian Produk

Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pemasar seringkali menggunakan istilah barang dan jasa untuk membedakan antara produk yang berwujud dan yang tidak berwujud. Dengan demikian istilah produk meliputi barang yang berwujud, dan jasa yang tidak berwujud, dan berbagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁴

Adapun menurut berbagai pendapat tentang rokok, yaitu :

a) Rokok menurut Syari'ah

hukumnya haram. Karena berdasarkan makna yang terindikasi dari ayat Al- Qur'an dan As- Sunah. Dalil dari Al- Qur'an adalah Al- Baqoroh(2) .

وَالَّذِينَ يَبُلِّغُونَ
 الرِّسَالَاتِ بَلَّغُوا
 مَعَهَا وَلَا يَمَسُّ
 فِيهَا ذَمًّا وَلَا
 مِثْرًا ۚ إِنَّ الَّذِينَ
 يُكْفِرُونَ هُمُ
 الْمَكْرُوهُونَ
 ﴿١٩٥﴾

Artinya: Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. Al- Baqoroh (195).

Sedangkan dalil dari As- Sunah adalah hadits yang berasal dari

Rosulullah SWT :

“ Janganlah kamu menyia – nyiakan hartamu”.

²⁴Ibid, 3

b) Menurut kesehatan

Rokok merupakan salah satu penyebab kematian utama didunia dan merupakan satu – satunya produk legal yang membunuh seperti hingga setengah penggunanya. Kebiasaan merokok sedikitnya menyebabkan 30 jenis penyakit pada manusia. Penyakit yang timbul akan tergantung dari kadar zat berbahaya yang terkandung pada rokok, karena dalam satu batang rokok mengandung sekitar 7000 zat kimia. 200 jenis diantaranya bersifat *karsinogenik* yaitu zat yang merusak gen dalam tubuh sehingga memicu terjadinya kanker seperti, kanker paru, ginjal, kanker mulut, kandung kemih, jantung, stroke, bronkitis kronik dan impotensi.²⁵

c) Menurut Pemerintah

Dua dari tiga laki – laki dewasa Indonesia perokok dengan rata-rata konsumsi rokok 13 batang perhari. Kenyataan ini membawa Indonesia berada pada urutan ketiga dunia dibawah China dan India. Perokok Indonesia melalui merokok sebelum berusia 20 tahun. Dan mereka yang berusia 18 tahun kebawah terpapar asap rokok dirumah, direstoran, fasilitas kesehatan dan disarana transportasi umum.

d) Menurut para ulama.

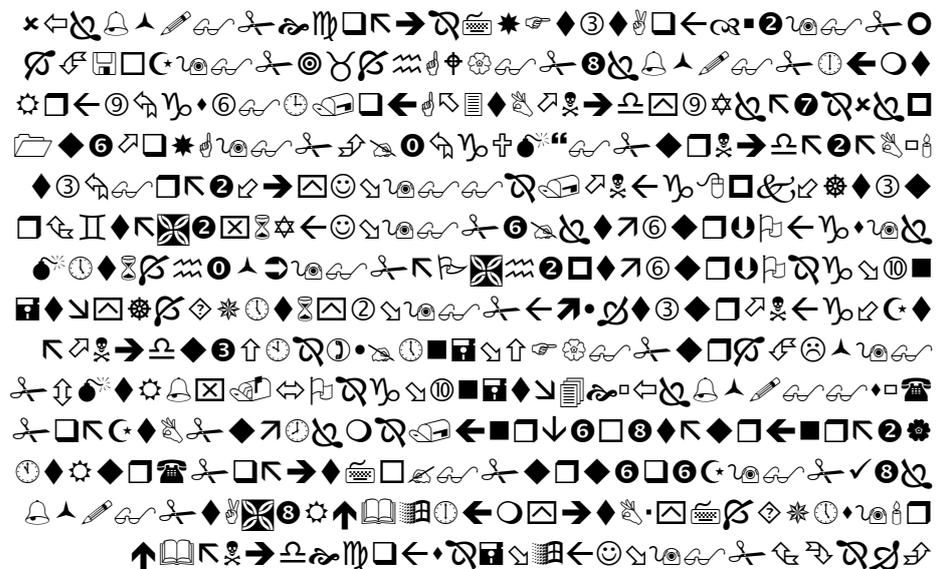
Para ulama yang menegaskan kalau merokok itu diharamkan. Berikut fatwa para ulama yang mengharamkan rokok. Merokok hukumnya haram, begitu juga memperdagangkannya.

²⁵Dokita.co/blog/bahaya-merokok-bagi-kesehatan.Dinkes tanggal 25 mei 2016, pukul 12.00 wib.

Sebab didalamnya terdapat sesuatu yang membahayakan, telah diriwayatkan dalam sebuah hadits :

Tidak boleh melakukan/menggunakan sesuatu yang berbahaya atau membahayakan” (HR Ahmad)

Demikian juga (rokok diharamkan) karena termasuk sesuatu yang buruk (khabaits), sedangkan Allah ta’ala ketika menerangkan sifat nabi-Nya berfirman:



Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapat tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung. (Al-A'raaf 157).

E. Label Peringatan Bahaya Merokok

- 1) Label

Label biasanya terbuat dari kertas, laminasi kertas atau film plastik dengan atau tanpa perekat (sensitif terhadap tekanan), label dapat mencakup keseluruhan kemasan atau hanya setempat saja, dapat dipotong dalam berbagai bentuk berbeda untuk melengkapi kontur suatu bentuk kemasan.²⁶

Adapun fungsi label yaitu :

- a) *Identifies* (mengidentifikasi), label dapat menerangkan mengenai produk.
- b) *Grade* (nilai/ kelas), label dapat menunjukkan nilai / kelas dari suatu produk.
- c) *Describe* (memberikan keterangan), label menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen produk, dimana produk dibuat, kapan produk dibuat, apa komposisi dari produk, dan bagaimana cara menggunakan produk secara aman.
- d) *Promote* (mempromosikan), label mempromosikan produk lewat gambar dan warna yang menarik.²⁷

Rokok dan kesehatan mencantumkan bahaya merokok pada setiap bungkus rokok dianggap perlu untuk memberi kesempatan pada calon pembeli agar menimbang – nimbang. Apakah ia akan membeli barang yang jelas – jelas berbahaya pada dirinya. Tulisan peringatan itu bervariasi dari yang paling sederhana, yang hanya menuliskan “ merokok berbahaya

²⁶Klimchuk & Krasovec.Sandra. A. Desain Kemasan : *Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan* (Bob. Sabran. Terjemahan). Jakarta : Erlangga 2006. 158.

²⁷Khotler Philip, Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol (Jakarta : Erlangga 2009)

bagi kesehatan “ sampai ke tulisan yang lebih rinci “ merokok membunuhmu “ .

Dalam peraturan pemerintah indonesia nomor 19 tahun 2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan menyebutkan, label rokok adalah setiap keterangan mengenai rokok yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada rokok, dimasukkan kedalam, ditempatkan pada, atau merupakan bagian kemasan rokok.²⁸

Gambar II
Label Peringatan Bahaya Merokok

**MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER,
SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN
KEHAMILAN JANIN.**

Sumber : Dokumentasi, 2015

Gambar III

MEROKOK MEMBUNUHMU

Sumber : Dokumentasi, 2015

Pada penjelasan diatas Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang penyelenggaraan pengamanan rokok, pada bagian ini menjelaskan tentang keterangan pada label yang harus dipenuhi oleh

²⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi pertama (Jakarta : Balai Pustaka, 1989) 752.

produsen rokok mulai dari pasal 6 sampai dengan pasal 9, yaitu sebagai berikut :

Pasal 6

- (1) Setiap orang yang memproduksi rokok wajib mencantumkan informasi tentang kandungan kadar nikotin dan tar setiap batang rokok, pada label dengan penempatan yang jelas dan mudah di baca.
- (2) Pencantuman informasi tentang kandungan kadar nikotin dan tar sebagaimana dimaksudkan.

Pasal 7

Selain pencantuman kandungan kadar nikotin dan tar sebagaimana dimaksud dalam pasal 6, pada kemasan harus di cantumkan pula :

- a. Kode produksi pada setiap kemasan rokok.
- b. Tulisan peringatan kesehatan pada label di bagian kemasan yang mudah dilihat dan dibaca.

Pasal 8

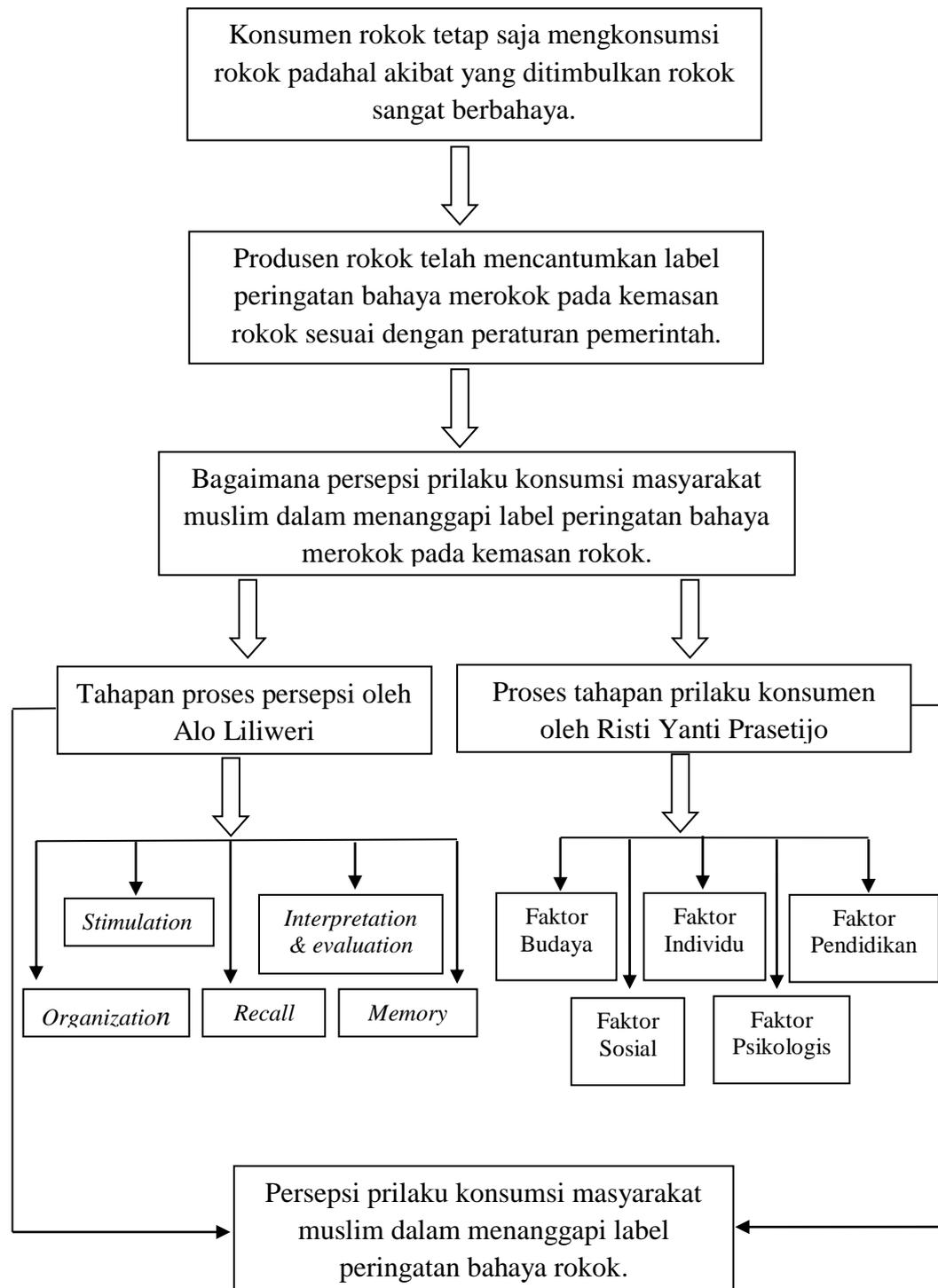
- (1) Peringatan kesehatan pada setiap label harus berbentuk tulisan.
- (2) Tulisan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) berupa “ Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin. Serta Merokok membunuhmu “.

Pasal 9

- (1) Tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 ayat (2) dicantumkan dengan jelas pada label di bagian kemasan yang mudah dilihat dan dibaca.
- (2) Tulisan peringatan kesehatan dicantumkan pada salah satu sisi lebar setiap kemasan rokok, dibuat kotak dengan garis pinggir 1 (satu) mm, warna kontras antara warna dasar dan tulisan, ukuran tulisan sekurang-kurangnya 3 (tiga) mm, sehingga dapat jelas dibaca.²⁹

²⁹Indonesia. *Kumpulan Undang – Undang dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia* (Jakarta : Medya Duta 2003)

F. Gambaran tentang Pesepsi dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim tentang Himbauan pada Kemasan Rokok.



Sumber: Olahan data

G. Masyarakat Muslim

Masyarakat yaitu sekumpulan orang-orang yang terdiri dari berbagai kalangan, baik golongan mampu ataupun golongan tak mampu, yang tinggal dalam satu wilayah dan telah memiliki hukum adat, norma-norma serta berbagai peraturan yang siap untuk ditaati. Istilah masyarakat ini merupakan istilah serapan dari bahasa Arab yaitu *musyarak* yang berarti ikut berpartisipasi. Dalam bahasa Inggris berarti sekumpulan orang yang membentuk sebuah sistem dan terjadi komunikasi di dalamnya.

Masyarakat Muslim itu sendiri adalah masyarakat terbuka yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan kehidupan secara universal, tanpa memandang asal-usul suku bangsa dan perbedaan agama.³⁰

Dalam tulisannya Labib Fardany Faisal mendefinisikan bahwa masyarakat Muslim adalah masyarakat yang dinaungi dan dituntun oleh norma-norma Islam, satu-satunya agama Islam. Masyarakat yang kolektif atau orang perorangan yang bertekad untuk bersungguh-sungguh dalam meniti *siratul mustaqim*. Masyarakat yang didominasi oleh *istiqomah, kejujuran, kebersihan rohani, dan saling kasih mengasihi*.

Adapun karakteristik Masyarakat Muslim adalah

- a. Masyarakat yang Islami
- b. Masyarakat yang mempunyai sifat – sifat positif
- c. Menjunjung tinggi nilai – nilai kebajikan yang diajarkan oleh Islam.
- d. Masyarakat yang disiplin, baik ibadah maupun muamalah.

³⁰Tim Penulis Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Depdikbud, ed. II. (Jakarta Balai Pustaka,) , 1994, hlm. 635

- e. Masyarakat yang mempunyai perasaan takut pada larangan – laranganNYA.³¹

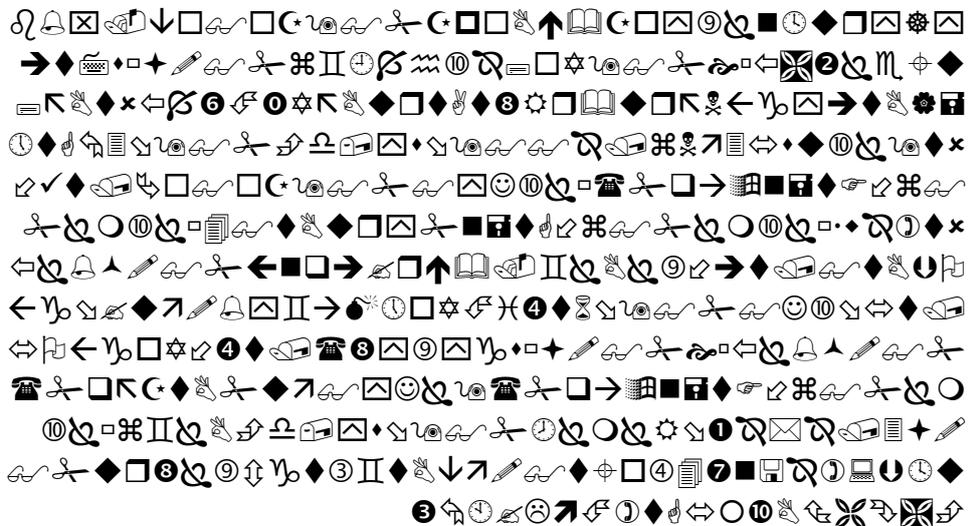
Adapun prinsip – prinsip masyarakat muslim adalah

- a. Berketuhanan Yang Maha Esa, Q.S Al-Ikhlās 1



Artinya: *Katakanlah: "Dia-lah Allah, yang Maha Esa.(Q.S Al-Ikhlās 1)*.

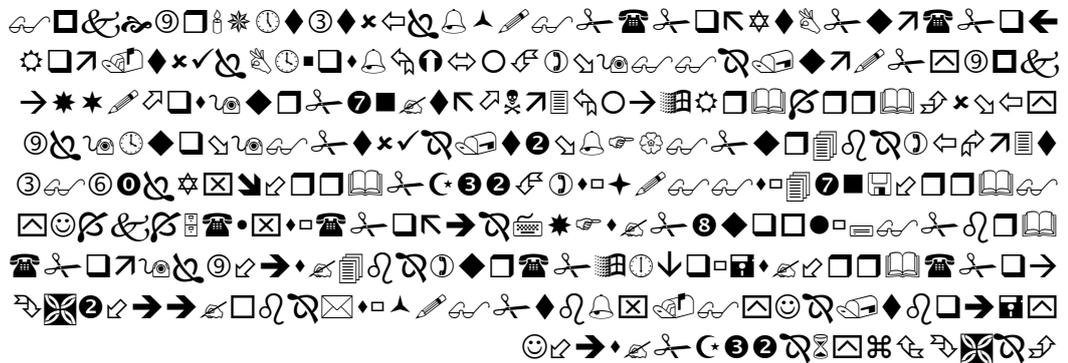
- b. Umat yang satu (satu kesatuan umat) Q.S Al-Baqoroh (2) 213.



Artinya: *Manusia itu adalah umat yang satu. (setelah timbul perselisihan), Maka Allah mengutus Para Nabi, sebagai pemberi peringatan, dan Allah menurunkan bersama mereka kitab yang benar, untuk memberi keputusan di antara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan. tidaklah berselisih tentang kitab itu melainkan orang yang telah didatangkan kepada mereka Kitab, Yaitu setelah datang kepada mereka keterangan-keterangan yang nyata, karena dengki antara mereka sendiri. Maka Allah memberi petunjuk orang-orang yang beriman kepada kebenaran tentang hal yang mereka perselisihkann itu dengan kehendak-Nya.dan Allah selalu memberi petunjuk orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus.(Q.S Al-Baqoroh (2) 213).*

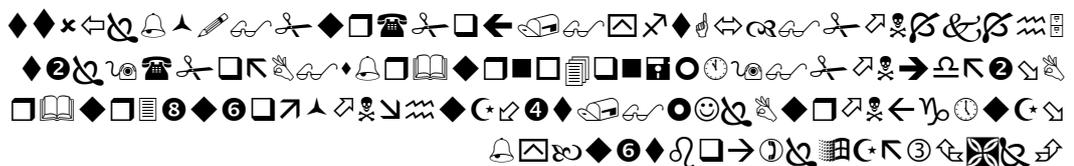
³¹Murtadha Muthahhari, *Masyarakat dan Sejarah*,(BandungMizan1986), hlm. 15

c. Menjunjung tinggi keadilan, Q.S An-Nisa (4) 135.



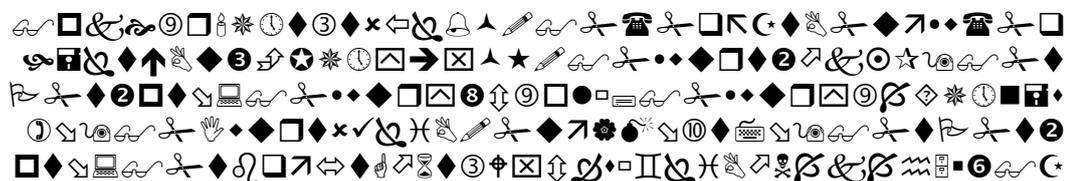
Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. jika ia Kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.*(Q.S An-Nisa (4) 135).

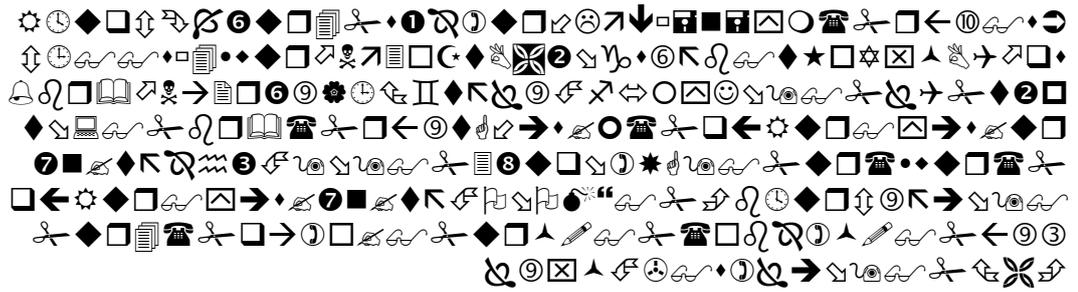
d. Musyawarah, Q.S Asyura (42),38



Artinya: *Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarat antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.*(Q.S Asyura (42),38).

e. Tolong Menolong dalam kebaikan, Q.S Al-Maidah (5) 2





Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya. (Q.S Al-Maidah).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.

Untuk suatu pembahasan yang bersifat ilmiah senantiasa menggunakan metodologi yang berfungsi sebagai alat atau cara dalam memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada kaitannya dengan pembahasan tersebut, sehingga nanti akhirnya akan mendapatkan suatu kesimpulan yang lebih baik dan berguna. Penelitian ini memusatkan pada Persepsi dan perilaku konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan pada kemasan Rokok Gudang Garam di Desa Mojoroto Kota Kediri

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³² Penelitian ini berusaha untuk mempelajari suatu ilmu dalam prakteknya, melakukan analisa untuk mengetahuinya.

Untuk menjawab masalah dan mengungkap tujuan penelitian untuk mengetahui Persepsi dan perilaku konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok Gudang Garam, serta ditinjau dari sudut pandang Masyarakat Muslim, maka peneliti menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif. Metode Deskriptif (*Descriptive research*) yaitu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu

³²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosada Karya, 2002) 3

sistem pemikiran atau pemikiran atau kelas peristiwa pada masa sekarang.³³Tujuannya adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, *factual* dan *akurat* mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Lingkup fokus pembahasannya padaHimbauan Pada Kemasan Rokok Gudang Garamdi tinjau dari Persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat muslim di desa Mojoroto Kota Kediri.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, kelompok atau gejala-gejala tertentu.Dengan pengertian pengujian secara rinci terhadap satu latar, satu objek, satu tempat penyimpanan, atau satu peristiwa tertentu. Sedangkan jika ditinjau dari wilayahnya, maka penelitian studi kasus hanya meliputi daerah (subyek yang sangat sempit) yang ditinjau dari penelitian studi kasus lebih mendalam.³⁴

2. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif.Kehadiran peneliti dilapangan adalah penting dan sangat diperlukan secara optimal.Peneliti merupakan instrumen kunci dalam menangkap makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data, analisis, penafsiran data dan pada

³³Moh. Nazir, Metode penelitian(Jakarta : Ghalia Indonesia, 1999) 63

³⁴Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta : Rhineka Cipta 1998) 120

akhirnya sebagai pelopor hasil penelitian.³⁵ Dengan demikian peneliti dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkan.

3. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah di Kantor Desa Mojoroto Kota Kediri. Kantor yang sangat strategis berada ditengah-tengah desa Mojoroto Kota Kediri.

4. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan, seperti dokumen dan lain-lain.³⁶ Sumber data ini dapat berupa benda, gerak manusia, dan sebagainya. Sumber data ini terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama. Untuk memperoleh data yang akurat dalam membahas sebuah persoalan. Sumber data primer berupa kata-kata dan tindakan terkait dengan fokus penelitian yang diperoleh secara langsung dari pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian, yaitu Bapak Perangkat Desa serta Masyarakat Mojoroto.

³⁵Husain Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Social* (Jakarta : Bumi Aksara, 1998) 90

³⁶Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rhineka Cipta, 2002) 114

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.³⁷ Data berupa dokumen atau buku, seperti: Sketsa desa Mojoroto, Daftar isian potensi desa Mojoroto, Struktur

5. Metode pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan dilakukan secara sistematis dengan prosedur berstandar. Agar dalam penelitian ini dapat diperoleh data yang relevan dilapangan dalam rangka mendeskripsikan dan menjawab permasalahan yang diteliti, maka peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan :

a. Metode Wawancara atau Interview

Wawancara adalah suatu komunikasi verbal atau percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran serta perasaan yang tepat atau proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.³⁸

Wawancara dilakukan kepada kepala desa Mojoroto Kota Kediri dan Masyarakat Muslim desa Mojoroto Kota Kediri untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana gambaran atau keadaan desa Mojoroto

³⁷Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta : UPFE UMY, 2003) 42

³⁸Cholid Narbuko dan Abu Ahmad, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Bumi Aksara, 2002) 83

serta Persepsi dan perilaku konsumsi Masyarakat Muslim tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok Gudang Garam yang kemudian peneliti kelola menjadi data yang akurat dan kemudian diverifikasi untuk dijadikan bahan pembahasan penelitian.

b. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja dimulai dengan pengamatan kemudian pencatatan terhadap gejala-gejala yang diselidiki.

Penelitian juga berpartisipasi dalam penelitian ini, karena partisipasi atau keterlibatan langsung peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data yang otentik.

Berdasarkan keterangan diatas bahwa metode observasi itu adalah suatu cara pengumpulan data melalui pengamatan. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang bagaimana Persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok Gudang Garam.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non-insani yaitu benda-benda tertulis, buku-buku, majalah, catatan harian.³⁹ Disini peneliti akan meminta beberapa dokumen.

³⁹Suharsini Arikunto, *Opsit*, 149

6. Analisis Data

Analisis data disini merupakan upaya mencari data dan menata hasil observasi dan wawancara serta data lainnya, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagian temuan lain. Untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan mencari makna. Dari hasil temuan-temuan data tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan dalam proses memperoleh kesimpulan terhadap data-data yang telah dianalisis.

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian adalah tehnik deskriptif dengan membuat gambaran yang sistematis dan actual. Analisi ini dilakukan dengan tiga cara :

1) Reduksi data atau penyederhanaan (*date reduction*)

Reduksi data adalah proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan informasi data mentah atau data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi data dapat dilakukan dengan membuat ringkasan, mengembangkan sistem pengkodean, menelusuri tema, membuat gugus-gugus dan menuliskan memo.

Langkah yang pertama peneliti lakukan dengan membuat surat izin penelitian, untuk mempermudah dalam menggali data dan informasi di Desa Mojoroto Kota Kediri, data berupa wawancara dideskripsikan menjadi sebuah gagasan atau pernyataan dengan bahasa tulis, data yang berupa dokumentasi diperoleh dari Kantor Desa Mojoroto Kota Kediri dan

untuk menamba kajian dicari di perpustakaan.

2) Paparan atau Sajian Data (*date display*)

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi yang kompleks dalam bentuk sistematis, sehingga menjadi bentuk yang sederhana dan selektif serta dapat dipahami maknanya. Penyajian data dimaksudkan untuk menentukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Setelah proses data secara utuh dengan berbagai unsur-unsur penelitian, kemudian agar data tersebut dapat menjawab fokus bahasan. Sedangkan data yang tidak relevan, disisihkan dan tidak disertakan dalam materi kajian skripsi. Untuk itu pentingnya paparan data selain untuk memberikan gambaran kepada pembaca juga sebagai hasil dari wawancara dan observasi di Desa Mojojoto Kota Kediri.

3) Penarikan Kesimpulan (*conclusion verifying*)

Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data secara terus menerus baik pada saat pengumpulan data atau setelah pengumpulan data. Pada awalnya kesimpulan biasa dibuat longgar dan terbuka kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar pada pokok temuan. Kesimpulan akhir dirumuskan setelah pengumpulan data tergantung pada kesimpulan catatan lapangan, pengodean, penyimpanan data dan metode pencarian

ulang yang dilakukan⁴⁰.

Tahap penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir peneliti setelah paparan data yang utuh diverifikasi menjadi data yang valid dan temuan-temuan dalam penelitian dianalisa dengan konkrit, maka hasil penelitian tersebut dikelola dalam bentuk kesimpulan akhir hasil penelitian bagaimana persepsi dan perilaku masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok Gudang Garam di Desa Mojojoto Kota Kediri.

7. Pengecekan keabsahaan data

Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *criteria kredibilitas*(data kepercayaan). Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang hasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang ada dalam latar penelitian. Untuk menetapkan kredibilitas data tersebut digunakan tehnik pemeriksaan sebagai berikut :

a. Perpanjangan keikutsertaan peneliti.

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Berguna bagi penemuan lapangan yang sesuai (validitas) dengan faktanya.

b. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-

⁴⁰Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Rake Sarakin, 1996) 104

unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Maka tingkat akurasi data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan dijadikan bahan kajian pada proses perumusan hasil penelitian.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁴¹

8. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini meliputi empat tahap, yaitu:

- a. Tahap sebelum kelapangan, menyusun proposal penelitian, menentukan fokus penelitian, konsultasi fokus penelitian pada pembimbing dan menghubungi lokasi penelitian dan mengurus ijin penelitian.
- b. Tahap pekerjaan lapangan, meliputi kegiatan pengumpulan data atau informasi terkait dengan fokus penelitian dan pencatatan data.
- c. Tahap Analisis data, meliputi analisis, penafsiran, pengecekan keabsahan data, dan member makna.
- d. Tahap penulisan laporan, meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian, konsultasi hasil penelitian kepada pembimbing, dan perbaikan hasil konsultasi penelitian.

⁴¹Moleong, *Opsit*, 175-178

⁴²Wawancara dengan Pak Suyadi Kepala RT Gang 8 Desa Mojoroto Kota Kediri, 25 November 2015

⁴³[http://www.visi-misi desa Mojoroto Kota Kediri.co.id//](http://www.visi-misi.desa.Mojoroto.Kota.Kediri.co.id/)

⁴⁴Diambil dari Dokumentasi Kantor Kelurahan Desa Mojoroto Kota Kediri, 27 Oktober 2015.

⁴⁵Wawancara dengan Bapak Tono Jogo Boyo RT 01, tanggal 12 Oktober 2015.

⁴⁶Wawancara dengan Hengki .K. Mahasiswa RT 15, tanggal 7 September 2016.

⁴⁷Wawancara dengan Mas Heri Prasetyo Anak Ketua RT 08, tanggal 10 Oktober 2015.

⁴⁸Wawancara dengan Reza Pelajar RT 15, tanggal 7 September 2016.

⁴⁹Wawancara dengan Bapak Didit Setiawan, Ketua RT 05, tanggal 10 Oktober 2015.

⁵⁰Wawancara dengan Noval Mahasiswa RT 29, tanggal 8 September 2016.

⁵¹Wawancara dengan Bapak Yoni Ketua RW 04, tanggal 13 Oktober 2015.

⁵²Wawancara dengan Bapak Bani Ketua RW 03, tanggal 13 Oktober 2015

⁵³Wawancara dengan Okta Pelajar RT 27, tanggal 8 September 2016

⁵⁴Wawancara dengan Bapak Ariyadi, Ketua RT 06, tanggal 10 Oktober 2015.

⁵⁵Wawancara dengan Bapak Puji Kepala Sekolah RT 27, tanggal 7 september 2016.

⁵⁶Wawancara dengan Bapak Heru Anak Ketua RT 02, tanggal 12 Oktober 2015.

⁵⁷Wawancara dengan Bapak Hadi Jogoboyo RT 37, tanggal 7 September 2016

⁵⁸Wawancara dengan Mas Heri Mahasiswa Gang 13, tanggal 17 Oktober 2015

⁵⁹Wawancara dengan Pak Budi Salles RT 32, Tanggal 7 September 2016.

⁶⁰Wawancara dengan Mas Heri Prasetyo Anak Ketua RT 08, tanggal 10 Oktober 2015.

⁶¹Wawancara dengan Noval Mahasiswa RT 29, tanggal 8 September 2016.

⁶²Wawancara dengan Bapak Yoni Ketua RW 04, tanggal 13 Oktober 2015.

⁶³Wawancara dengan Reza Pelajar RT 15, tanggal 7 September 2016.

⁶⁴Wawancara dengan Bapak Ariyadi, Ketua RT 06, tanggal 10 Oktober 2015.

⁶⁵Wawancara dengan Bapak Heru Anak Ketua RT 02, tanggal 12 Oktober 2015.

⁶⁶Wawancara dengan Bapak Ariyadi, Ketua RT 06, tanggal 10 Oktober 2015.

⁶⁷Wawancara dengan Bapak Didit Setiawan, Ketua RT 05, tanggal 10 Oktober 2015.

⁶⁸Wawancara dengan Bapak Heru Anak Ketua RT 02, tanggal 12 Oktober 2015.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Konsumsi rokok oleh mayoritas masyarakat muslim di desa Mojoroto Kota Kediri menjadi fenomena yang sulit untuk dihentikan. Usaha pemerintah untuk mengurangi konsumsi rokok masyarakat dengan mewajibkan perusahaan rokok mencantumkan label peringatan bahaya merokok dikemasan rokok memang telah dilakukan, namun para perokok tetap saja membandel untuk tetap melakukan kebiasaannya merokok. Salah satu faktor yang paling dominan dari faktor – faktor lain adalah faktor budaya karena faktor budaya yang menjadi pendorong yang sangat kuat bagi masyarakat dalam mengkonsumsi rokok dan selain itu masyarakat tidak terlalu memperdulikan bahaya rokok pada label peringatan, yang mereka lihat hanya dengan keberadaan perusahaan rokok banyak memberikan manfaat untuk warga sekitar bisa bekerja untuk menambah penghasilannya. Serta zat yang terkandung dalam rokok memberikan efek ketagihan, yang menurut mereka bisa menghilangkan stres.

Tahapan-Tahapan Proses Perseptual Perokok Terhadap Label Peringatan Bahaya Merokok yang Tertera Pada Kemasan Rokok Antara Lain: Perokok memahami bahwa label tersebut menjelaskan bahwa rokok yang mereka konsumsi sebenarnya tidak baik untuk kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit, Perokok tau akan bahayanya rokok tetapi semua perokok tetap saja refleks untuk melakukan kebiasaannya

merokok setelah mengetahui makna dari label dan harapan dari pecantuman label tersebut. Pengetahuan perokok terhadap label peringatan bahaya merokok tidak lantas membuat para perokok untuk berhenti merokok, mereka tetap mengonsumsi rokok karena pengalaman orang – orang terdahulu yang tidak pernah sakit walaupun sudah mengonsumsi rokok dalam jangka waktu lama, Para perokok berfikir dari pengalaman pribadi dan melihat realitas yang ada bahwa mengonsumsi rokok tidaklah menyebabkan penyakit seperti yang dijelaskan dalam label dikemasan, Pemikiran individu yang menganggap bahwa merokok tidak akan berbahaya bagi mereka. Dengan kata lain efek yang diakibatkan karena merokok tidak se-ekstrim yang dijelaskan dilabel peringatan tersebut.

Dari kesimpulan diatas, maka diketahui bahwa pengertian akan makna yang konsumen letakkan pada stimulus dari label peringatan bahaya merokok yang mereka lihat dan pengalaman masa lalu menjadi faktor penting dalam pembentukan persepsi seseorang. Tidak ada persepsi yang bersifat obyektif, karena masing – masing individu melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingannya. Persepsi merupakan suatu proses kognitif psikologis yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan persepsi bersifat pribadi.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian dan penarikan kesimpulan diatas. Maka peneliti mencatat beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan :

1. Bagi Perusahaan / Pemerintah

Bagi pemerintah seharusnya dalam membuat peraturan tentang pencantuman label peringatan bahan merokok dikemasan rokok jangan setengah – setengah. Indikator – indikator yang harus dipenuhi perusahaan rokok dalam pembuatan label seharusnya dipertimbangkan oleh pemerintah agar tujuan yang diharapkan dari pencantuman label tersebut dapat terwujud.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan hal lain yang berhubungan dengan pembentukan persepsi perilaku konsumsi masyarakat muslim tentang himbauan pada kemasan rokok. Selain itu bisa berpresepsi sebagai penambahan indikator format atau aturan pembuatan label / iklan dalam tujuan mempersuasifkan konsumen dalam menanggapi nilai suatu produk dilihat dari label / iklan yang tercantum didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002. Carla johnso, Monle lee, *Prinsip – prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta : Pustaka.
- Carla johnso dan Monle lee , *Prinsip – prinsip pokok periklanan dalam perspektif global* , Jakarta : Pustaka
- Hadi, Sutrisno. *StatistikII*,Yogyakarta:FakultasPsikologi UGM,1984.
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*,Jakarta:PT Bumi Aksara,2004.
- Indonesia, *Kumpulan Undang – Undang Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, Jakarta : Medya Duta. 2003.
- Kamus Bahasa Indonesia / Tim, Penyusun Kamus Pasti Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Cet 1, Jakarta : Balai Pustaka. 1989.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Depdikbud, Cet 2, Jakarta : Balai Pustaka . 1994.
- Kerlinger,*Asas-asasPenelitian Behavioral*, Jakarta: GadjahMada University Press,1990.
- Kertajaya Hermawan Kertajaya, *Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing*, Bandung : Mizan, 2006.
- Kotler, Philip,*Manajemen Pemasaran*.ed 11. Jakarta : PT. Tema Baru, 2005.
- Khotler, Philip, *Marketing Manajemen*, Jakarta : Erlangga , 1996.
- Krasovec.Sandra. A.Klimchuk ,*Desain Kemasan : Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan* (Bob. Sabran. Terjemahan). Jakarta : Erlangga 2006.
- LiliweriAlo. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana, 2011.
- Mahmud, Machfoedz,*pengantar Pemasaran Modern*Yogyakarta, UPP AMP YKN, 2005
- Margono, *MetodologiPenelitianPendidikan*, Jakarta, RinekaCipta, 2000.
- MangkuatmojoSoegyarto,*StatistikLanjutan*,Jakarta:PTAsdiMahasatya,2004

- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Ekonomi, 2004.
- Muthahhari Murtadha, *Masyarakat dan Sejarah*: Bandung Mizan, 1986
- Nasution, *penelitian kualitatif dan kuantitatif*, Bandung: Pustaka ilmu, 1999.
- Priyatno, Duwi, *Belajarpraktisanalisis parametric dan non parametric denganspss&prediksi pertanyaanpendadaran skripsi dantesis*, Yogyakarta: GAVAMEDIA, 2012.
- Rahmamat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset, 1998.
- Sevilla, C. G, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta, UII Press 1993.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Singarimbun, M.E, *Metodelogi Penelitian Survey*, Jakarta: New Aqua, 1989.
- Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012
- Usman, Husaini *Pengantar Statistik II*, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Widyatama, Rendra, *Pengantar periklanan*, yogyakarta : Pustaka Book Publisher, 2007.
- Dokita, co/blog/bahaya-merokok-bagi-kesehatan. Dinkes tanggal 25 mei 2016.
- <http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi>. Dinkes tanggal 5 april 2016 .

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Persepsi Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Tentang Himbauan Pada Kemasan Rokok Gudang Garam (GG) (Study Kasus Di Desa Mojojoto Kota Kediri)

A. Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim

1. Apa yang Bapak ketahui tentang konsumsi rokok ?
2. Apa latar belakang Bapak konsumsi rokok ?
3. Sejak usia berapa Bapak konsumsi rokok ?
4. Apa yang Bapak rasakan tentang konsumsi rokok ?

B. Himbauan Pada Kemasan Rokok

1. Apa yang Bapak ketahui tentang label pada kemasan produk rokok ?
2. Bagaimana pendapat Bapak mengenai isi dalam label pada kemasan rokok?
3. Apakah label kemasan produk rokok bisa memberikan pengaruh pada orang yang tidak merokok (mengurangi jumlah perokok di desa Mojojoto)?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



SITI MASRUROH, lahir di Kediri pada 17 September 1992. Putri kedua dari dua bersaudara, pasangan Bapak Mashudi dan Ibu Siti Munawaroh karier pendidikannya pada sekolah Tingkat Kanak-kanak Kusuma Mulya dan lulus pada tahun 1998. Kemudian melanjutkan pendidikannya pada sekolah Miftahul Afkar dan lulus pada tahun 2004. Pada tahun yang sama sampai tahun 2007 peneliti sekolah di Mts Banyakan. Sekolah Menengah Atas peneliti tamatkan di MAN Kediri 1 pada tahun 2010. Selanjutnya peneliti melanjutkan studi ke Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri tahun 2010, dengan spesialis jurusan Syari'ah Ekonomi Syari'ah(SE. Sy).