Volume 4 Number 3 (2026)
Page: 749-762

Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration
https://edujavare.com/index.php/TLS/index
E-ISSN: 3026-3972

PEMAKNAAN PEROKOK AKTIF PADA PESAN FEAR APPEAL PERINGATAN KESEHATAN BERGAMBAR DI KEMASAN ROKOK

Haikal Wahyudie[1], Yulianti Fajar Wulandari[2], Cindya Yunita Pratiwi[3]

[1,2,3] Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
* Correspondence e-mail: wahyudiehaikal@gmail.com

Article history Submitted: 2026/10/03; Revised: 2026/10/09; Accepted: 2026/10/13

Abstract

This study aims to understand the meanings constructed by active smokers toward fear appeal messages presented in pictorial health warnings on cigarette packages. Fear appeal messages are employed as a health communication strategy to evoke fear by visualizing the harmful effects of smoking, with the expectation of increasing awareness and encouraging changes in attitudes and behavior. However, each smoker has different experiences, perceptions, and backgrounds, resulting in diverse interpretations of these messages. This study employed a qualitative approach using a descriptive method within a constructivist paradigm. Four active smokers were selected as research informants through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and were analyzed using the Miles and Huberman data analysis model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that active smokers interpret pictorial health warnings in various ways, ranging from viewing them as reminders of the dangers of smoking to perceiving them as familiar information that no longer has a significant influence on their smoking behavior. Personal experience, level of nicotine dependence, social environment, and perceptions of health risks were identified as factors influencing the meaning-making process. This study is expected to contribute to the development of health communication studies, particularly regarding the effectiveness of fear appeal messages, and to serve as a reference for developing more effective health communication strategies to increase public awareness of the dangers of smoking

Keywords fear appeal, meaning-making, active smokers, health communication, pictorial health warnings

© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

PENDAHULUAN

Penggunaan tembakau merupakan salah satu persoalan kesehatan masyarakat yang masih menjadi perhatian global. World Health Organization (2024) melaporkan bahwa penggunaan tembakau menyebabkan lebih dari delapan juta kematian setiap tahun, termasuk sekitar 1,2 juta kematian akibat paparan asap rokok orang lain (*secondhand smoke*). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa merokok tidak hanya

.

berdampak pada kesehatan individu yang mengonsumsinya, tetapi juga menimbulkan risiko bagi orang-orang di sekitarnya. Paparan asap rokok berkaitan dengan berbagai gangguan kesehatan, termasuk penyakit pernapasan dan kardiovaskular. Oleh karena itu, pengendalian konsumsi tembakau memerlukan strategi komunikasi kesehatan yang mampu menyampaikan risiko merokok secara jelas dan mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap kesehatan.

Indonesia menghadapi tantangan yang besar dalam pengendalian konsumsi tembakau. Tingginya jumlah perokok, termasuk kelompok anak dan remaja, menunjukkan bahwa perilaku merokok masih menjadi persoalan sosial dan kesehatan yang kompleks (Kementerian Kesehatan RI, 2023; World Health Organization, 2023). Kebiasaan merokok yang terbentuk sejak usia muda berpotensi meningkatkan risiko gangguan kesehatan dalam jangka panjang. Selain itu, konsumsi rokok juga memiliki dimensi sosial-ekonomi karena pengeluaran untuk membeli rokok dapat mengurangi alokasi pendapatan rumah tangga bagi kebutuhan lain, seperti pangan, pendidikan, dan kesehatan. Ahsan et al. (2020) menyoroti persoalan konsumsi rokok pada kelompok berpendapatan rendah yang dapat memperburuk kerentanan ekonomi keluarga. Di sisi lain, keberadaan industri hasil tembakau turut menghadirkan kepentingan ekonomi yang perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan kebijakan pengendalian tembakau. Situasi ini menjadikan komunikasi kesehatan sebagai salah satu aspek penting dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai risiko merokok.

Salah satu strategi komunikasi kesehatan yang diterapkan pemerintah Indonesia adalah penggunaan peringatan kesehatan bergambar atau *Pictorial Health Warning* (PHW) pada kemasan rokok. Kebijakan ini diatur melalui Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2013 tentang Pencantuman Peringatan Kesehatan dan Informasi Kesehatan pada Kemasan Produk Tembakau. Peringatan tersebut memanfaatkan gambar dan teks untuk memperlihatkan dampak kesehatan akibat konsumsi rokok secara langsung kepada konsumen. Dalam perspektif Desain Komunikasi Visual, gambar, warna, tipografi, ukuran, dan komposisi merupakan unsur yang berperan dalam membentuk perhatian serta penyampaian pesan kepada audiens. Rustan (2020) menjelaskan pentingnya pengolahan unsur visual dalam menghasilkan komunikasi yang efektif. Dengan demikian, kemasan rokok tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga menjadi ruang penyampaian pesan kesehatan yang berhadapan langsung dengan citra merek dan kebiasaan konsumsi masyarakat.

Pemaknaan terhadap peringatan kesehatan bergambar dapat dikaji melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang membedakan tanda menjadi ikon, indeks, dan simbol. Dalam konteks kemasan rokok, gambar yang memperlihatkan kerusakan organ atau kondisi fisik akibat merokok dapat dipahami sebagai tanda yang merepresentasikan risiko kesehatan. Hubungan antara tanda dan objeknya menjadi penting untuk diperhatikan karena pesan visual tidak selalu menghasilkan interpretasi yang sama pada setiap individu. Sobur (2021) menempatkan kajian tanda sebagai salah satu pendekatan untuk memahami bagaimana makna dibentuk melalui representasi. Pada kemasan rokok, gambar peringatan berhadapan dengan identitas visual merek yang telah dikenal konsumen. Interaksi antara kedua unsur tersebut dapat memengaruhi cara perokok melihat, memahami, menerima, atau justru mengabaikan pesan kesehatan yang disampaikan.

Selain aspek semiotika, peringatan kesehatan bergambar juga berkaitan dengan konsep *fear appeal*, yaitu pendekatan persuasi yang menggunakan gambaran ancaman untuk mendorong perubahan sikap atau perilaku. Witte (1992) melalui *Extended Parallel Process Model* (EPPM) menjelaskan bahwa respons individu terhadap pesan ancaman dipengaruhi oleh persepsi terhadap tingkat ancaman dan keyakinan mengenai kemampuan mengatasi ancaman tersebut. Ketika ancaman dipersepsikan tinggi dan individu merasa mampu melakukan tindakan pencegahan, pesan berpotensi mendorong pengendalian bahaya. Sebaliknya, ketika ancaman dipersepsikan tinggi tetapi kemampuan untuk mengatasinya dianggap rendah, individu dapat menunjukkan respons defensif, seperti penolakan atau penghindaran pesan. Witte dan Allen (2000) juga menekankan pentingnya memperhatikan hubungan antara persepsi ancaman dan efikasi dalam memahami efektivitas pesan yang menimbulkan rasa takut. Dalam konteks peringatan kesehatan pada kemasan rokok, kecanduan nikotin, kebiasaan merokok, pengalaman pribadi, dan keyakinan terhadap risiko kesehatan dapat memengaruhi respons perokok terhadap gambar yang ditampilkan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas efektivitas peringatan kesehatan bergambar dari berbagai perspektif. Dhani et al. (2021), melalui penelitian dengan metode campuran di empat kota di Indonesia, mengkaji respons kognitif, afektif, dan perilaku merokok setelah paparan peringatan kesehatan bergambar. Penelitian tersebut menunjukkan pentingnya membedakan respons emosional terhadap gambar dari perubahan perilaku merokok. Yuliati et al. (2021) menelaah pengaruh pendekatan pesan dan ukuran gambar terhadap efektivitas peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Kajian tersebut memberikan perhatian pada karakteristik visual yang dapat

.

memengaruhi perhatian dan persepsi konsumen. Sementara itu, Zarghami, Allahverdipour, dan Jafarabadi (2021) menggunakan *Extended Parallel Process Model* untuk mengkaji persepsi risiko kanker paru-paru pada perokok berusia lanjut, termasuk aspek ancaman dan efikasi. Penelitian mengenai *self-efficacy* dalam pesan kesehatan yang dikemukakan Liu et al. (2022) juga relevan untuk memahami peran keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam merespons pesan persuasif. Berbagai kajian tersebut memperlihatkan bahwa respons terhadap pesan kesehatan tidak hanya ditentukan oleh bentuk pesan, tetapi juga berkaitan dengan persepsi risiko dan kemampuan individu untuk melakukan perubahan.

Meskipun demikian, kajian mengenai efektivitas visual, persepsi risiko, dan perubahan perilaku belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana perokok aktif membentuk makna atas pesan *fear appeal* yang terdapat pada peringatan kesehatan bergambar. Pengukuran efektivitas pesan dapat menunjukkan perubahan perhatian, emosi, atau sikap, tetapi belum tentu menjelaskan alasan seseorang menganggap gambar tersebut menakutkan, biasa saja, tidak relevan, atau tidak cukup kuat untuk mendorongnya berhenti merokok. Perbedaan pengalaman, pengetahuan, kebiasaan, dan latar belakang sosial dapat menghasilkan pemaknaan yang beragam terhadap gambar yang sama. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan perokok aktif sebagai audiens yang secara aktif menafsirkan pesan, bukan sekadar penerima informasi kesehatan. Penggunaan perspektif *fear appeal* dan semiotika Charles Sanders Peirce diharapkan dapat membantu menjelaskan hubungan antara tanda visual, persepsi ancaman, dan pemaknaan yang dibentuk oleh audiens. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami proses pemaknaan perokok aktif terhadap pesan *fear appeal* pada peringatan kesehatan bergambar, bukan hanya mengukur tingkat efektivitas pesan atau perubahan perilaku merokok.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perokok aktif memaknai pesan *fear appeal* pada peringatan kesehatan bergambar di kemasan rokok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi kesehatan, khususnya mengenai hubungan antara pesan visual, persepsi ancaman, dan interpretasi audiens. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan praktisi komunikasi kesehatan dalam mengembangkan strategi penyampaian peringatan yang tidak hanya menonjolkan ancaman, tetapi juga mempertimbangkan cara audiens memahami risiko serta kemungkinan tindakan yang dapat dilakukan untuk mengurangi dampak merokok.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan paradigma konstruktivisme untuk memahami pemaknaan perokok aktif terhadap pesan *fear appeal* pada peringatan kesehatan bergambar di kemasan rokok. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman, persepsi, interpretasi, dan makna yang dibentuk informan berdasarkan latar belakang serta pengalaman masing-masing (Creswell & Creswell, 2023). Penelitian dilaksanakan di Jakarta pada April–Juni 2026 dengan unit analisis individu, yaitu perokok aktif yang berdomisili di Jakarta. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria, yaitu perokok aktif berusia 20–55 tahun, pernah melihat peringatan kesehatan bergambar pada kemasan rokok, mampu menjelaskan pengalaman dan pandangannya, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah informan yang dilibatkan sebanyak empat orang dengan latar belakang pekerjaan dan pengalaman merokok yang beragam. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, informan diberi kode Informan 1 hingga Informan 4.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi. Wawancara menggunakan pedoman semi-terstruktur untuk menggali pengalaman merokok, pemahaman terhadap gambar dan tulisan pada kemasan rokok, persepsi mengenai ancaman kesehatan, respons terhadap pesan *fear appeal*, serta interpretasi informan terhadap peringatan tersebut. Wawancara dilakukan secara tatap muka di lokasi yang disepakati bersama informan dan direkam menggunakan telepon genggam setelah memperoleh persetujuan. Observasi dilakukan sebagai data pendukung dengan memperhatikan perhatian, ekspresi, reaksi, dan sikap informan ketika melihat atau membahas peringatan kesehatan bergambar. Penggunaan kedua teknik tersebut memungkinkan peneliti membandingkan informasi verbal dengan respons yang teramati untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pemaknaan informan.

Pengolahan data dilakukan melalui transkripsi rekaman wawancara, pembacaan data secara berulang, pengelompokan informasi berdasarkan tema, dan penyusunan data secara sistematis. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi pengumpulan data (*data collection*), kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Pada tahap kondensasi, data dipilih dan dikelompokkan berdasarkan tema yang relevan, seperti pemahaman terhadap pesan visual, persepsi ancaman kesehatan, respons psikologis, dan interpretasi terhadap pesan *fear appeal*. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi dan tabel

.

untuk mengidentifikasi persamaan serta perbedaan pemaknaan antar-informan. Kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan tema yang ditemukan, kemudian diverifikasi dengan memeriksa kembali kesesuaiannya terhadap data wawancara dan observasi.

Analisis dilakukan dengan menempatkan pengalaman dan interpretasi informan sebagai dasar untuk memahami bagaimana pesan *fear appeal* dimaknai oleh perokok aktif. Konsep *fear appeal* digunakan untuk mengkaji respons informan terhadap ancaman kesehatan yang ditampilkan, sedangkan perspektif semiotika Charles Sanders Peirce digunakan untuk memahami interpretasi terhadap tanda visual dalam peringatan kesehatan bergambar. Kedua perspektif tersebut membantu peneliti menelaah hubungan antara gambar, pesan kesehatan, pengalaman pribadi, dan pemaknaan yang disampaikan informan. Dengan demikian, penelitian ini tidak diarahkan untuk mengukur pengaruh pesan terhadap perubahan perilaku merokok, melainkan untuk mendeskripsikan keberagaman pemaknaan perokok aktif terhadap peringatan kesehatan bergambar pada kemasan rokok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Kode	Usia	Pekerjaan	Pendidikan	Pengalaman merokok	Konsumsi rokok
INF-01	35 tahun	Manajer logistik	S1 Teknik Industri	±15 tahun	1 bungkus/hari (16 batang)
INF-02	22 tahun	Mahasiswa/Content creator	SMA (sedang S1)	±2 tahun	2–3 batang/hari
INF-03	24 tahun	Kurir ekspedisi	SMA	±4 tahun; berhenti ±1 tahun	0 batang
INF-04	52 tahun	Pegawai negeri sipil	D3 Administrasi	±30 tahun	2 bungkus/hari

Keterangan: Tabel menunjukkan karakteristik empat informan berdasarkan usia, pekerjaan, pendidikan, pengalaman merokok, dan konsumsi rokok.

Tabel 2. Pemaknaan Peringatan Kesehatan Bergambar

Kode	Pemaknaan pesan	Respons terhadap pesan	Perilaku merokok

INF-01	Informasi mengenai bahaya dan kerusakan tubuh	Awalnya risih dan jijik, kemudian terbiasa	Tetap merokok
INF-02	Peringatan mengenai risiko kesehatan	Takut, khawatir, dan merasa bersalah	Masih merokok pada situasi tertentu; menggunakan vape/pods
INF-03	Pengingat konsekuensi merokok bagi diri sendiri dan keluarga	Sedih, cemas, dan merasa bersalah	Berhenti merokok
INF-04	Bagian dari kemasan dan formalitas pemerintah	Tidak lagi merasa takut atau jijik	Tetap merokok

Keterangan: Informan memberikan pemaknaan dan respons yang berbeda terhadap peringatan kesehatan bergambar, mulai dari penerimaan sebagai informasi kesehatan hingga pengabaian pesan.

Tabel 3. Respons Psikologis terhadap Pesan Fear Appeal

Kode	**Respons psikologis**	**Kondisi respons**
INF-01	Risih dan jijik	Berkurang setelah paparan berulang
INF-02	Takut, khawatir, dan bersalah	Masih muncul ketika melihat atau membeli rokok
INF-03	Sedih, cemas, dan bersalah	Berkaitan dengan kekhawatiran terhadap diri sendiri dan keluarga
INF-04	Tidak merasa takut atau jijik	Gambar dianggap biasa setelah paparan jangka panjang

Keterangan: Respons psikologis informan bervariasi, baik dalam bentuk emosi yang muncul maupun perubahan intensitasnya akibat paparan berulang.

Tabel 4. Persepsi Ancaman Kesehatan

Kode	**Persepsi keseriusan bahaya (perceived severity)**	**Persepsi kerentanan diri (perceived susceptibility)**
INF-01	Mengakui bahaya merokok dan kerusakan organ	Menilai kondisi fisik masih cukup baik
INF-02	Mengakui bahaya, tetapi menilai pesan kurang kuat	Menganggap risiko lebih kecil karena konsumsi sedikit
INF-03	Memandang ancaman kesehatan sebagai sesuatu yang serius	Merasa rentan mengalami penyakit akibat merokok

.

INF-04	Menilai gambar kurang efektif menunjukkan bahaya	Merasa tidak rentan karena masih sehat dan jarang sakit berat

Keterangan: Seluruh informan mengakui adanya bahaya merokok, tetapi menunjukkan perbedaan dalam menilai keseriusan ancaman dan kemungkinan penyakit terjadi pada diri sendiri.

Tabel 5. Persepsi Efikasi Informan

Kode	**Response efficacy**	**Self-efficacy**
INF-01	Meyakini berhenti merokok dapat mengurangi risiko kesehatan	Merasa belum mampu berhenti karena ketergantungan nikotin dan tekanan pekerjaan
INF-02	Meyakini berhenti merokok bermanfaat bagi kesehatan	Merasa mampu berhenti apabila lingkungan sosial mendukung
INF-03	Meyakini berhenti merokok dapat mengurangi risiko kesehatan	Merasa mampu berhenti berdasarkan pengalaman pribadi
INF-04	Mengakui manfaat berhenti merokok secara teoretis, tetapi meragukannya bagi dirinya	Merasa tidak mampu dan tidak memiliki keinginan berhenti

Keterangan: Keempat informan mengakui manfaat berhenti merokok, tetapi memiliki tingkat keyakinan yang berbeda terhadap kemampuan diri untuk melakukannya.

Tabel 6. Kategori Akhir Pemaknaan Pesan Fear Appeal

Kategori pemaknaan	**Kode informan**	**Karakteristik utama**
Memahami bahaya, tetapi tetap merokok	INF-01	Pesan dipahami sebagai informasi risiko, tetapi belum mendorong perubahan perilaku
Mengalami konflik emosional	INF-02	Muncul rasa takut dan bersalah, tetapi kebiasaan merokok belum berhenti sepenuhnya
Memaknai pesan sebagai pengingat serius	INF-03	Ancaman dikaitkan dengan kehidupan pribadi dan keluarga serta mendukung keputusan berhenti merokok
Menganggap pesan sebagai hal biasa	INF-04	Paparan berulang membuat gambar kehilangan daya emosional

Keterangan: Hasil wawancara menunjukkan empat pola pemaknaan yang berbeda berdasarkan pengalaman merokok, respons psikologis, persepsi ancaman, dan keyakinan terhadap kemampuan berhenti merokok.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat informan memahami peringatan kesehatan bergambar (*pictorial health warning*) pada kemasan rokok sebagai pesan mengenai bahaya merokok. Meskipun menerima tanda visual yang sama, masing-masing informan membentuk pemaknaan dan respons yang berbeda. INF-01 memahami risiko kesehatan, tetapi tetap merokok karena kebiasaan dan tekanan pekerjaan. INF-02 merasakan takut, khawatir, dan bersalah, tetapi belum sepenuhnya menghentikan kebiasaan merokok. INF-03 menghubungkan pesan dengan kesehatan diri dan keluarga hingga memperkuat keputusan berhenti merokok, sedangkan INF-04 menganggap gambar sebagai sesuatu yang biasa karena telah terpapar selama bertahun-tahun. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa pemahaman terhadap pesan kesehatan tidak selalu berbanding lurus dengan perubahan perilaku. Peringatan kesehatan dapat dikenali dan dipahami, tetapi pengaruhnya terhadap tindakan bergantung pada cara individu menafsirkan ancaman serta menempatkan pesan tersebut dalam pengalaman hidupnya.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui semiotika Charles Sanders Peirce yang memandang pemaknaan sebagai hubungan antara *representamen*, objek, dan *interpretant*. Gambar serta tulisan peringatan pada kemasan rokok merupakan representamen, sedangkan objek yang dirujuk adalah risiko kesehatan akibat merokok. Interpretant terbentuk ketika individu menafsirkan tanda tersebut berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kebiasaan, dan kondisi sosialnya. Pada penelitian ini, gambar penyakit tidak hanya dimaknai sebagai representasi risiko medis, tetapi juga sebagai peringatan resmi, sumber kecemasan, pengingat tanggung jawab terhadap keluarga, atau bahkan bagian biasa dari kemasan rokok. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa makna tidak sepenuhnya melekat pada gambar, tetapi terbentuk melalui interaksi antara tanda dan penerimanya. Dalam kerangka Peirce, gambar penyakit dapat dipahami sebagai ikon karena kemiripannya dengan kondisi yang direpresentasikan, sebagai indeks ketika dihubungkan dengan risiko kesehatan akibat merokok, dan tulisan peringatan sebagai simbol karena maknanya dipahami melalui konvensi bahasa. Namun, pengenalan terhadap ketiga bentuk tanda tersebut tidak menjamin bahwa seluruh informan memberikan respons yang sama. Dengan demikian, temuan ini menegaskan pentingnya proses interpretasi dalam komunikasi visual: pesan dapat menyampaikan objek yang sama, tetapi menghasilkan makna personal yang berbeda.

Perbedaan interpretasi tersebut terlihat lebih jelas ketika pengalaman dan kondisi masing-masing informan diperhatikan. INF-01 menerima gambar sebagai

.

informasi mengenai bahaya merokok, tetapi menempatkan rokok sebagai bagian dari cara menghadapi tekanan pekerjaan. INF-02 memaknai peringatan sebagai bentuk tanggung jawab pemerintah dan perusahaan rokok, sekaligus mengalami konflik emosional karena pesan tersebut bertentangan dengan kebiasaan merokoknya. INF-03 menghubungkan gambar dengan kesehatan diri, keluarga, dan masa depan sehingga pesan memperoleh relevansi personal yang lebih kuat. Sebaliknya, INF-04 menafsirkan gambar sebagai formalitas yang telah menjadi bagian rutin dari kemasan rokok. Pola ini menunjukkan bahwa kedekatan pesan dengan persoalan personal dapat menjadi bagian penting dalam proses pemaknaan. Ancaman yang dipahami sebagai kemungkinan yang relevan bagi kehidupan diri dan keluarga memperoleh arti berbeda dari ancaman yang dianggap jauh atau tidak berkaitan langsung dengan kondisi pribadi. Temuan tersebut menguatkan pandangan bahwa komunikasi kesehatan tidak cukup hanya mengandalkan kejelasan tanda visual. Relevansi pesan bagi pengalaman penerima juga perlu diperhatikan agar informasi tidak berhenti sebagai pengetahuan umum.

Dari perspektif *Extended Parallel Process Model* (EPPM), perbedaan respons informan dapat dianalisis melalui persepsi ancaman (*perceived threat*) dan persepsi efikasi (*perceived efficacy*). Witte (1992) menjelaskan bahwa respons terhadap pesan yang membangkitkan rasa takut berkaitan dengan penilaian individu atas ancaman dan kemampuan menghadapi ancaman tersebut. Ketika ancaman dipandang serius dan individu meyakini bahwa tindakan perlindungan efektif serta dapat dilakukan, respons *danger control* lebih mungkin muncul. Sebaliknya, ketika ancaman tidak dianggap relevan atau individu tidak yakin mampu mengatasinya, respons *fear control* dapat lebih menonjol. Pada INF-01, pengakuan terhadap bahaya merokok belum disertai keyakinan dan kesiapan yang cukup untuk berhenti, terutama karena rokok dipandang membantu menghadapi tekanan pekerjaan. Pada INF-04, ancaman cenderung dinilai rendah karena informan merasa masih sehat dan telah terbiasa melihat gambar peringatan. Kedua informan memperlihatkan bahwa pengenalan terhadap bahaya tidak dengan sendirinya menghasilkan tindakan perlindungan.

INF-03 menunjukkan pola yang berbeda. Informan memandang risiko merokok sebagai ancaman yang relevan, sekaligus meyakini bahwa berhenti merokok merupakan tindakan yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko tersebut. Keputusan berhenti merokok memperlihatkan respons yang konsisten dengan *danger control*, yaitu perhatian terhadap ancaman diarahkan pada tindakan untuk mengatasinya. Sementara itu, INF-02 masih memperlihatkan respons yang belum tuntas. Rasa takut dan bersalah menunjukkan bahwa ancaman masih dirasakan,

sedangkan keinginan untuk mengurangi konsumsi rokok menunjukkan adanya keyakinan awal terhadap kemungkinan perubahan. Namun, pengaruh lingkungan pergaulan dan kebiasaan merokok dalam situasi tertentu membuat perubahan tersebut belum berujung pada penghentian sepenuhnya. Karena penelitian ini melibatkan empat informan dan didasarkan pada wawancara, pengelompokan respons tersebut perlu dipahami sebagai interpretasi kualitatif terhadap pengalaman informan, bukan pengukuran tingkat ancaman dan efikasi secara kuantitatif.

Perbandingan antarinforman tersebut memperlihatkan bahwa persepsi ancaman saja belum memadai untuk menjelaskan respons terhadap *fear appeal*. Kesadaran akan bahaya dapat hadir bersamaan dengan perilaku merokok yang tetap berlangsung, seperti terlihat pada INF-01. Sebaliknya, ketika ancaman dipandang relevan dan individu meyakini bahwa dirinya mampu melakukan tindakan perlindungan, pesan dapat berkaitan dengan keputusan berhenti merokok, seperti pada INF-03. Temuan ini sejalan dengan penekanan EPPM bahwa pesan yang membangkitkan rasa takut perlu disertai efikasi respons, yaitu keyakinan bahwa tindakan yang dianjurkan efektif, dan efikasi diri, yaitu keyakinan bahwa tindakan tersebut mampu dilakukan. Dengan demikian, temuan penelitian ini mengafirmasi pentingnya kedua komponen dalam EPPM. Akan tetapi, hasil wawancara tidak membuktikan bahwa gambar peringatan menjadi satu-satunya penyebab INF-03 berhenti merokok. Keputusan tersebut juga berkaitan dengan pemaknaan personal dan tanggung jawab terhadap keluarga. Oleh karena itu, hubungan antara pesan, efikasi, dan perubahan perilaku lebih tepat dipahami sebagai keterkaitan yang muncul dalam pengalaman informan, bukan hubungan sebab-akibat yang telah teruji.

Pengalaman merokok, kebiasaan, kondisi kesehatan yang dirasakan, dan lingkungan sosial juga tampak berperan dalam membentuk interpretasi. INF-04, yang memiliki pengalaman merokok paling panjang, tidak lagi merasakan respons emosional yang kuat terhadap gambar peringatan. Hal ini dapat dibaca sebagai kemungkinan berkurangnya kepekaan terhadap pesan akibat paparan berulang, meskipun wawancara ini belum cukup untuk memastikan mekanisme psikologis tersebut. Di sisi lain, INF-02 menyebut pengaruh lingkungan pergaulan sebagai salah satu alasan kebiasaan merokok tetap berlangsung. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan merokok tidak hanya berada pada tingkat pengetahuan individu, tetapi juga berhubungan dengan rutinitas dan konteks sosial. Sebaliknya, INF-03 mengaitkan keputusan berhenti merokok dengan kesehatan diri dan keluarga. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pesan yang sama dapat memperoleh kekuatan

.

makna ketika terhubung dengan alasan personal yang dianggap penting oleh penerima.

Jika disandingkan dengan penelitian terdahulu mengenai peringatan kesehatan bergambar dan pesan *fear appeal* yang telah dibahas dalam pendahuluan, temuan ini memberikan penekanan pada proses pemaknaan di balik respons terhadap pesan. Kajian mengenai daya tarik visual, persepsi risiko, atau efektivitas peringatan dapat menjelaskan bagaimana pesan diterima dan dinilai oleh khalayak. Penelitian ini melengkapi pembahasan tersebut dengan memperlihatkan bagaimana penerima menafsirkan gambar berdasarkan pengalaman merokok, hubungan sosial, dan keyakinan terhadap kemampuan diri. Untuk menegaskan persamaan atau perbedaan secara spesifik, hasil penelitian ini perlu dibandingkan dengan temuan empiris masing-masing studi terdahulu, bukan hanya menyebut nama peneliti. Apabila penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gambar peringatan mampu meningkatkan kesadaran risiko, penelitian ini mendukung temuan tersebut pada tingkat pemahaman informan. Namun, jika peningkatan kesadaran dipandang sebagai indikator keberhasilan perubahan perilaku, pengalaman INF-01 dan INF-04 memberikan catatan kritis: memahami ancaman tidak selalu berarti menghindari ancaman. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada pembedaan antara pemahaman pesan, respons emosional, dan tindakan yang dilakukan setelah pesan dimaknai.

Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa peringatan kesehatan bergambar tetap berperan sebagai sarana penyampaian informasi mengenai bahaya merokok, tetapi tidak dapat diandalkan sebagai satu-satunya upaya untuk mendorong penghentian merokok. Pesan yang menampilkan konsekuensi kesehatan perlu dilengkapi dengan informasi mengenai tindakan yang dapat dilakukan, dukungan untuk berhenti merokok, serta akses terhadap konseling atau layanan pendampingan. Pendekatan tersebut relevan dengan EPPM karena pesan tidak hanya perlu menjelaskan ancaman, tetapi juga membantu penerima memahami efektivitas tindakan perlindungan dan membangun keyakinan bahwa perubahan dapat dilakukan. Selain itu, variasi pesan visual dan edukasi yang berkelanjutan dapat dipertimbangkan untuk mengurangi kemungkinan pesan diperlakukan sebagai bagian biasa dari kemasan. Namun, efektivitas strategi tersebut tetap perlu diuji melalui penelitian lanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa pemaknaan perokok terhadap *fear appeal* pada peringatan kesehatan bergambar merupakan proses interpretatif yang berkaitan dengan persepsi ancaman, persepsi efikasi, pengalaman

merokok, dan lingkungan sosial. Semiotika Peirce membantu menjelaskan perbedaan makna yang dibentuk oleh setiap informan, sedangkan EPPM membantu menerangkan mengapa pemahaman dan respons emosional tidak selalu berujung pada tindakan perlindungan. Temuan ini mengafirmasi pentingnya interpretasi penerima dan keseimbangan antara ancaman serta efikasi dalam komunikasi kesehatan. Pada saat yang sama, penelitian ini memberikan catatan bahwa perubahan perilaku tidak dapat dijelaskan hanya dari keberadaan gambar peringatan. Makna yang dibangun individu dan kondisi yang mendukung atau menghambat perubahan perlu turut diperhitungkan ketika merancang strategi komunikasi kesehatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemaknaan perokok aktif terhadap pesan *fear appeal* pada peringatan kesehatan bergambar di kemasan rokok, dapat disimpulkan bahwa pesan visual yang sama menghasilkan pemaknaan yang berbeda pada setiap informan. INF-01 memahami bahaya merokok, tetapi tetap mempertahankan kebiasaannya; INF-02 merasakan takut, khawatir, dan bersalah, tetapi belum berhenti merokok sepenuhnya; INF-03 memaknai peringatan sebagai pengingat akan risiko kesehatan bagi diri dan keluarga yang berkaitan dengan keputusan berhenti merokok; sedangkan INF-04 menganggap gambar sebagai sesuatu yang biasa karena paparan berulang. Berdasarkan semiotika Charles Sanders Peirce, peringatan kesehatan bergambar memuat unsur ikon, indeks, dan simbol, tetapi maknanya bergantung pada proses interpretasi penerima pesan. Dalam perspektif *Extended Parallel Process Model* (EPPM), perbedaan respons tersebut berkaitan dengan persepsi ancaman dan efikasi dalam menghadapi risiko. Dengan demikian, pemahaman terhadap bahaya merokok tidak selalu diikuti perubahan perilaku karena pemaknaan pesan turut dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan, kondisi pribadi, dan lingkungan sosial.

Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan dengan karakteristik yang lebih beragam serta menggunakan pendekatan atau teori lain untuk memperluas kajian tentang pemaknaan pesan *fear appeal*. Secara praktis, pihak terkait dapat mempertimbangkan variasi desain dan gambar peringatan kesehatan agar pesan tidak mudah diabaikan akibat paparan berulang. Selain itu, komunikasi kesehatan sebaiknya tidak hanya menampilkan dampak buruk merokok, tetapi juga memberikan informasi mengenai langkah-langkah berhenti merokok dan akses terhadap dukungan yang sesuai. Bagi masyarakat, khususnya perokok, peringatan kesehatan bergambar diharapkan tidak sekadar dipandang sebagai bagian dari

.

kemasan, melainkan sebagai informasi mengenai risiko merokok bagi kesehatan diri sendiri maupun orang di sekitarnya.

REFERENSI

Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: Effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications, 9*(1), 1–11.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

Dhani, R., Artini, A., Pannindriya, S. T., Albert, A., Ahsan, A., & Kusuma, D. (2021). Effects of pictorial health warnings on cognitive, affective, and smoking behavior: A mixed methods study in four cities in Indonesia. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention, 22*(2), 397–405.

Hoseani, A., & Yohana, N. (2020). Analisis semiotika Charles Sanders Peirce dalam komunikasi visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(2), 45–56.

Larasati, A., & Lestari, P. (2022). Analisis unsur komunikasi dalam pelayanan publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi, 4*(2), 48–55.

Liu, X., et al. (2022). The role of self-efficacy in fear appeal health messages. *Frontiers in Psychology*.

Mendri, N. K. (2022). *Ilmu komunikasi dan informasi*. Media Sains Indonesia.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.

Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.

Paramasari, S. N., & Nugroho, A. (2021). Strategi komunikasi kesehatan dalam upaya membangun partisipasi publik pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 5*(1), 123–132.

Popova, L. (2020). Extended Parallel Process Model and health communication: A review of current research. *Health Communication Journal, 35*(8), 1023–1031.

Ridha, et al. (2025). *Perkembangan teknologi komunikasi dan tantangan komunikasi digital*.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

World Health Organization. (2024). *Tobacco*. World Health Organization.

Yuliati, N., et al. (2021). Effect of message approach and image size on pictorial health warning effectiveness on cigarette pack in Indonesia.

Yudi Asmara Harianto. (2022). *Komunikasi persuasif dan perubahan sikap audiens*.

Zarghami, M., Allahverdipour, H., & Jafarabadi, M. A. (2021). Extended Parallel Process Model (EPPM) in evaluating lung cancer risk perception among older smokers.