

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Merokok merupakan suatu perilaku yang pada akhir-akhir ini telah umum dilakukan oleh banyak orang, tidak terkecuali mahasiswa. Perilaku tersebut dilakukan di mana saja dan kapan saja. Dalam pengamatan penulis perilaku merokok tampak dijumpai ketika para mahasiswa berangkat ke kampus, menunggu jam kuliah mulai, selesai kuliah, saat berada di kantin dan lain-lain. Kenyataan tersebut merupakan suatu hal yang berlawanan dengan fungsi kampus sebagai tempat pendidikan.

Perilaku merokok tersebut sudah menjadi kebiasaan sehingga pelaku tidak memperhatikan tempat dan waktu. Munculnya peraturan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai kampus bebas asap rokok didasari oleh beberapa hal, yakni masukan dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merasa terganggu karena banyak orang yang merokok di dekatnya (di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) yang kemudian mengutarakan ketidaknyamanannya pada pihak universitas. Selain itu, rokok bisa merusak jaringan seluruh tubuh manusia. Karena Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah sebagai salah satu institusi pendidikan yang mendidik generasi muda, maka Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tidak ingin mahasiswanya hancur. Oleh karena itu, saat rapat universitas diadakan, masalah itu diangkat Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta dan dibahas dalam rapat untuk mencari solusi terbaik. Dari hasil rapat tersebut kemudian ditetapkan surat keterangan rektor No.054/SK-UMY/III/2005 tentang peraturan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bersih dan bebas asap rokok pada tanggal 26 Maret 2005 oleh Bp. Khoiruddin Bashori selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada saat itu (Wawancara dengan PR III Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 27 Januari 2009).

Sebagai tindak lanjut dari peraturan di atas, dilakukan pemasangan baliho dan papan slogan *No Smoking Area*. Baliho dipasang di area pintu gerbang utama Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sedangkan papan slogan dipasang di lobi tiap-tiap fakultas di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Keduanya dibuat guna mengkomunikasikan pesan bahwa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan kampus yang bebas asap rokok. Pada kenyataannya, meskipun sudah dilakukan pemasangan baliho dan papan slogan *No Smoking Area*, masih banyak dijumpai sebagian mahasiswa yang tetap merokok di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sebagaimana yang terlihat dari hasil observasi awal terhadap 14 mahasiswa yang ada di lobi Fakultas Hukum, ternyata 3 diantaranya terlihat sedang merokok. Hal ini tentu bertentangan dengan peraturan yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Observasi, 10 Januari 2009).

Para perokok tersebut bukannya tidak tahu bahwa kebiasaan tersebut mempunyai dampak yang berbahaya. Berbagai macam kajian telah banyak dilakukan untuk memberikan pengertian akan akibat dari merokok. Salah satu

bentuk upaya penyuluhan untuk menghentikan kebiasaan tersebut secara langsung maupun tidak langsung dengan berbagai media baik berupa poster sampai media internet. Menurut informasi dari situs [www. stop-merokok.com](http://www.stop-merokok.com) dapat diketahui bahwa dalam asap rokok terkandung zat karsinogen, yaitu suatu zat yang dapat menjadi faktor penyebab penyakit kanker (<http://www.stop-merokok.com>, akses tanggal 18 November 2008)

Di dalam setiap bungkus rokok pun terdapat pesan kesehatan bagi para perokok. Pesan tersebut berbunyi: “merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin”. Adanya pesan tersebut tentunya dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada para perokok akan bahaya merokok. Artinya bahwa dengan mengetahui akan bahaya merokok mereka dapat bertanggungjawab terhadap perilaku yang dikerjakannya.

Pemerintah dalam rangka mengurangi resiko akibat bahaya merokok telah menerapkan berbagai kebijakan. Salah satu bentuk kebijakan yang diambil adalah adanya Perda Pemerintah DKI Jaya mengenai larangan merokok di tempat umum di Jakarta. Adanya perda tersebut memberikan payung hukum untuk memberikan sanksi bagi para perokok yang melakukan kebiasaannya di tempat umum (Seputar Indonesia Sore, 19 November 2008).

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta termasuk salah satu institusi yang mengeluarkan kebijakan untuk mengurangi kebiasaan merokok. Kebijakan yang dikeluarkan adalah dengan himbauan untuk menghentikan kebiasaan tersebut dan memberlakukan area bebas rokok. Adanya kebijakan

mengenai kampus sebagai daerah bebas rokok diharapkan akan mengurangi perilaku perokok di kampus. Kampus dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Lingkar Selatan Yogyakarta merupakan suatu institusi pendidikan. Tempat tersebut merupakan salah satu area yang diharapkan bebas dari asap rokok sebagai bentuk peringatan bagi mahasiswa untuk tidak merokok di kampus, di dalam lobi tersebut di pasang suatu slogan yang bertuliskan *no smoking area*. Pemasangan slogan tersebut dalam rangka peringatan mengenai larangan merokok di kampus.

Rokok ini tidak hanya dikonsumsi oleh para pria, namun ada juga wanita yang mengkonsumsi rokok. Penulis sempat berbincang-bincang dengan seorang mahasiswi yang ternyata dia adalah seorang perokok. Akan tetapi mahasiswi tersebut tidak merokok di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Alasan dia merokok adalah agar terlihat 'keren', selain itu teman-temannya juga perokok aktif. Menurutnya jika seorang cewek itu merokok maka dia akan terlihat 'gaul'. Namun apabila seorang perokok berada di tengah-tengah orang yang tidak merokok maka akan merasa risih untuk merokok (Wawancara dengan Dewi (nama samaran), salah seorang mahasiswi UMY, 9 Januari 2009). Jadi frekuensi komunikasi dengan teman mempunyai beberapa akibat, menjadikan seseorang menjadi merokok dan menyebabkan seseorang tidak melakukan perbuatan merokok.

Salah satu faktor yang menyebabkan perilaku merokok adalah faktor sosial khususnya teman dekat dengan jenis kelamin sama. Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai dorongan untuk mengadakan hubungan dengan

orang lain atau dengan kata lain manusia mempunyai dorongan sosial. Dengan adanya dorongan sosial tersebut, manusia akan mencari orang lain untuk mengadakan interaksi. Di dalam interaksi sosial, individu akan menyesuaikan diri dengan yang lain atau sebaliknya, sehingga perilaku individu tidak dapat lepas dari lingkungan sosialnya. Demikian juga halnya dengan perilaku merokok yang dapat timbul dari pengaruh lingkungan sosial khususnya teman dekat dengan jenis kelamin yang sama (Sarafino dalam Wityanti, 2003: 14).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : “PENGARUH FREKUENSI KOMUNIKASI DENGAN TEMAN SEKAMPUS TERHADAP TINGKAT KESADARAN UNTUK TIDAK MEROKOK DI KAMPUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY).”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan atas latar belakang masalah di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Apakah ada pengaruh frekuensi komunikasi dengan teman sekampus terhadap tingkat kesadaran untuk tidak merokok di kampus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh frekuensi komunikasi

dengan teman sekampus terhadap tingkat kesadaran untuk tidak merokok di kampus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Praktis

Bagi mahasiswa hendaknya lebih selektif dalam memilih teman bergaul. Sebab pengaruh pergaulan sosial termasuk dengan teman sekampus dapat menimbulkan perubahan perilaku seseorang termasuk perilaku merokok.

### b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi khususnya aspek psikologi komunikasi yang berkaitan dengan perilaku dan kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh pergaulan sosial.

## **D. Kerangka Teori**

### **1. Frekuensi Komunikasi**

Salah satu konsep dasar dari teori komunikasi interpersonal menyatakan bahwa proses komunikasi bersifat sirkuler/lingkaran (siklus). Seseorang yang menyampaikan pesan sebagai sumber informasi akan merangsang terbentuknya pesan baru yang dibentuk oleh orang lain yang bertindak sebagai penerima pesan. Selanjutnya akan terjadi proses melingkar, yaitu salah seorang bertindak sebagai penyampai pesan dan salah seorang lainnya bertindak sebagai penerima pesan. Dengan kata lain,

terjadi aksi dan reaksi yang merupakan proses interaktif antara komunikator dan komunikan.

Sebagai proses yang bersifat sirkuler yang didalamnya terjadi aksi-reaksi, maka salah satu faktor yang turut menentukan keberhasilan penyampaian pesan dan pengaruhnya terhadap perilaku komunikan adalah frekuensi komunikasi. Semakin tinggi intensitas frekuensi komunikasi antara satu orang dengan yang lainnya, maka akan membentuk hubungan kekerabatan yang lebih erat. Jika kondisi ini sudah terbentuk, potensi keberhasilan pesan media dalam menimbulkan kesadaran dan pengaruh perilaku komunikan akan semakin terbuka (Rothschild, 1987: 370).

Frekuensi komunikasi ini berhubungan dengan teori persahabatan. Persahabatan adalah hubungan interpersonal diantara dua orang yang bersifat produktif dan saling memberikan manfaat bagi keduanya. Pertama persahabatan merupakan bentuk komunikasi interpersonal, yang didalamnya terjadi interaksi komunikasi antara kedua belah pihak. Selanjutnya, hubungan yang terbentuk tersebut akan mengarah pada aspek pribadi. Kedua, hubungan tersebut bersifat produktif yang saling memberikan manfaat bagi keduanya. Ketiga, persahabatan akan memiliki dukungan emosional dan saling memberikan perhatian. Disini terlihat adanya hubungan antara persahabatan dan komunikasi, yaitu semakin sering frekuensi komunikasi antara dua orang, maka semakin besar pula potensi persahabatan diantara keduanya (Wright, dalam De Vito, 2007: 260).

## 2. Teori Kesadaran (*Awareness*)

Tingkat kesadaran seseorang ditentukan oleh dua faktor utama yaitu kognitif dan afektif. Kedua faktor tersebut nantinya akan menentukan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh pesan komunikasi. Dalam konteks ini, diperlukan adanya pemahaman terhadap cara seseorang dalam mempelajari pesan komunikasi dan perilaku yang diwujudkan sebagai bentuk respon atas pesan tersebut. Pesan komunikasi harus mampu menjelaskan maksud/tujuan utama dan manfaat yang akan diperoleh komunikan apabila mengikuti pesan tersebut. Hal tersebut akan membentuk ingatan tersendiri dalam pikiran seseorang dan selanjutnya akan menimbulkan kesadaran tersendiri untuk melaksanakan pesan komunikasi yang diwujudkan dalam bentuk perilaku tertentu. Sehingga pesan komunikasi harus mampu membangun citra tersendiri agar mampu menumbuhkan kesadaran komunikan sehingga mau mengikuti apa yang diinginkan oleh pesan komunikasi dan nantinya diwujudkan dalam bentuk perilaku (Rothschild, 1987: 185).

Unsur kognitif seringkali dibedakan antara orientasi psikoanalitik yang mempelajari proses yang paling dalam yaitu kesadaran (*awareness*) dan perilaku (*behavior*) sebagai proses luar dan bentuk respon atas rangsangan yang ditimbulkan oleh pesan komunikasi. Dengan demikian antara kognitif dan perilaku (*behavior*) merupakan dua elemen yang berbeda dalam pembentukan kesadaran seseorang terhadap pesan komunikasi, meskipun keduanya sulit dibedakan. Bahkan didalam teori



komunikasi interpersonal dikenal adanya dimensi diri (*dimensions of self*), yang salah satu titik perhatiannya terpusat pada kesadaran diri (*self awareness*). Konsep kesadaran diri ini mengkaji tentang bagaimana anda memahami diri sendiri, terbuka dan pada akhirnya mau menerima orang lain. Konsep kesadaran diri ini (*self awareness*) ini juga menjadi salah satu kunci keberhasilan komunikasi (De Vito, 2007: 57).

#### **a. Perspektif Kognitif**

Sisi kognitif dari psikologi sosial semakin dramatis dianggap penting. Saat ini, kebanyakan psikolog sosial percaya bahwa bagaimana orang bertindak dalam berbagai situasi sosial secara akurat dipengaruhi oleh pikiran mereka tentang situasi tersebut. Jadi, memahami kognisi sosial sebenarnya merupakan kunci untuk memahami pola-pola hubungan sosial yang semakin kompleks. Namun demikian, penekanan pada proses-proses kognisi bukan berarti bahwa psikolog sosial mengabaikan perilaku sosial.

Perspektif kognitif direfleksikan dalam penelitian psikologi sosial pada banyak hal, namun ada dua hal yang mungkin paling penting. Pertama, psikolog sosial telah mencoba menerapkan pengetahuan dasar tentang ingatan, penalaran (*reasoning*), dan pembuatan keputusan pada berbagai aspek dari pemikiran dan perilaku sosial (Albarracin dan Wyer, dalam Baron dan Byrne, 2002: 15).

Aktifitas komunikasi salah satunya akan melahirkan pembentukan kesan yang ditimbulkan dari pesan komunikasi. Berkaitan

dengan pembentukan kesan (*impression formation*), psikolog sosial telah banyak membuat kemajuan dalam bidang ini dan mencapai pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kesan pertama dibentuk dan mempengaruhi penilaian atau keputusan kita tentang orang lain (Fiske, Lin dan Neuberg dalam Baron dan Byrne, 2002: 65). Alasan utama dibalik kemajuan ini berasal dari perspektif kognisi. Singkatnya, psikolog sosial telah menemukan bahwa mengamati pembentukan kesan dari sudut pandang proses kognitif ternyata sangat bermanfaat. Sebagai contoh, ketika kita bertemu dengan orang lain untuk pertama kalinya, kita tidak menaruh perhatian yang sama besar tentang berbagai hal dari dirinya. Kita malah lebih fokus pada hal-hal tertentu saja, yang dianggap paling berguna. Sementara itu, dalam rangka membuat kesan pertama yang mendalam, kita harus memasukkan berbagai jenis informasi ke dalam memori sedemikian rupa sehingga kita dapat menggunakannya lagi di lain waktu. Tentu saja, kesan pertama kita tentang seseorang akan bergantung pada karakteristik kita. Terbukti bahwa kita sulit untuk tidak melihat seseorang lewat sifat-sifat, motif, dan niat kita (Schul dan Vinokur dalam Baron dan Byrne, 2002: 66).

Dalam teori kognitif, proses kognitif menjadi dasar dari timbulnya prasangka. Hal ini berkaitan dengan kategorisasi dan *ingroups* serta *outgroups*. Kategorisasi atau penggolongan terjadi apabila seseorang mempersepsi orang lain atau sesuatu kelompok

memperepsi kelompok lain, dan memasukkan apa yang dipersepsi itu ke dalam suatu kategori tertentu. Misalnya seseorang dimasukkan ke dalam kategori sekse, dalam kategori umur, pekerjaan atau juga dapat dimasukkan ke dalam kategori kelompok tertentu. Proses kategorisasi ini mempunyai dampak yang luas, misalnya kulit putih dengan kulit hitam (ini kategorisasi dalam warna kulit). Hal ini dapat berakibat adanya prasangka antara kulit putih dan kulit hitam. Ini berarti bahwa dengan adanya kategorisasi dapat menimbulkan prasangka antar pihak satu dengan pihak lain atau antara kelompok satu dengan kelompok lain.

Kategorisasi juga dapat merujuk ke *ingroup* dan *outgroup*, apabila adanya kategorisasi kita (*us*) dan mereka (*them*), dan ini yang menimbulkan *ingroup* dan *outgroup*. Seseorang dalam suatu kelompok merasa dirinya sebagai *ingroup* dan orang lain dalam kelompok lain sebagai *outgroup*. Dalam *ingroup* adanya beberapa dampak yang dapat timbul, yaitu:

- 1) Anggota *ingroup* mempersepsi anggota *ingroup* yang lain lebih mempunyai kesamaan apabila dibandingkan dengan anggota *outgroup*. Ini yang sering disebut sebagai *similarity effect*. Jadi, adanya asumsi bahwa keadaan *ingroup* mempunyai sifat-sifat yang berbeda dengan *outgroup*.

- 2) Kategorisasi *ingroup* dan *outgroup* mempunyai dampak bahwa *ingroup* lebih favorit daripada *outgroup*. Ini yang lebih sering disebut sebagai *ingroup favoritism effect*.
- 3) Bahwa seseorang dalam *ingroup* memandang *outgroup* lebih homogen daripada *ingroup* baik dalam hal kepribadian maupun dalam hal-hal yang lain. *They are all alike, whereas we are quite diverse*. Ini yang sering disebut sebagai *outgroup homogeneity effect* (Tajfel *et al.* 1971 dalam Taylor *et al.*, 1994). Hal-hal tersebut di atas dapat menimbulkan prasangka satu dengan yang lain. tidak jarang terjadi adanya prasangka antara satu kelompok dengan kelompok yang lain yang dapat dilihat dalam keadaan sehari-hari. Berkaitan dengan prasangka tersebut, maka masalah yang timbul adalah bagaimana dapat menghilangkan atau mengeliminasi prasangka tersebut (Walgito, 1990: 86-87).

#### **b. Perspektif Afektif dan Hubungan Timbal Balik dengan Kognitif**

Persepektif afektif merujuk pada kondisi yang ada pada diri seseorang, seperti perasaan dan suasana hati ketika menerima sebuah pesan komunikasi. Ada hubungan yang saling mempengaruhi antara afek (suasana hati dan perasaan pada saat ini) dan kognisi (cara kita memproses, menyimpan, mengingat dan menggunakan informasi sosial) (Forgan, Isen dan Baron dalam Baron dan Byrne, 2002: 105).

Hasil berbagai penelitian yang berbeda menunjukkan bahwa kondisi afektif (perasaan dan suasana hati) berpengaruh terhadap

kognitif (kesan pertama). Dengan kata lain, suasana hati saat ini dapat secara kuat mempengaruhi reaksi kita terhadap rangsang yang baru pertama kali kita temui. Rangsangan tersebut bisa berbentuk orang, makanan, atau bahkan lokasi geografis yang belum pernah kita kunjungi sebelumnya. Pengaruh ini mempunyai beberapa implikasi praktis yang penting. Contohnya adalah pada wawancara pekerjaan, suatu konteks dimana pewawancara bertemu dengan banyak orang untuk pertama kalinya. Banyak bukti menunjukkan bahwa bahkan pewawancara yang berpengalaman pun tidak dapat menghindari suasana hatinya saat itu, mereka memberikan penilaian berada dalam suasana hati yang baik dibandingkan dengan orang yang mereka wawancara ketika mereka sedang berada dalam suasana hati yang buruk (Baron dan Byrne, 2002: 106).

Pengaruh afek lainnya pada kognisi adalah pengaruh pada ingatan. Disini muncul dua macam pengaruh yang berbeda namun saling terkait. Salah satunya diketahui sebagai ingatan yang bergantung pada suasana hati (*mood-dependent memory*), yaitu apa yang kita ingat saat berada dalam suasana hati tertentu, sebagian besar ditentukan oleh apa yang kita pelajari sebelumnya ketika berada dalam suasana hati tersebut.

Pengaruh kedua dikenal dengan istilah efek kesesuaian suasana hati (*mood congruence effects*) yaitu kecenderungan untuk menyimpan atau mengingat informasi positif ketika berada dalam suasana hati yang

positif dan informasi negatif ketika berada dalam suasana hati yang negatif. Dengan kata lain, kita memperhatikan atau mengingat informasi yang sesuai dengan suasana hati saat itu (Blaney dalam Baron dan Byrne, 2002: 106).

Suatu cara sederhana untuk berpikir mengenai perbedaan antara ingatan yang bergantung pada suasana hati dengan efek kesesuaian suasana hati adalah dalam ingatan yang bergantung pada suasana hati, sifat atau ciri dari informasi itu sendiri tidak berpengaruh, yang relevan hanya suasana hati saat anda mempelajarinya dan suasana hati ketika anda mencoba mengeluarkan kembali informasi tersebut. Sedangkan dalam efek kesesuaian suasana hati, sifat atau ciri afektif dari informasi, yaitu apakah informasi itu positif atau negatif adalah penting. Ketika kita berada dalam suasana hati positif, kita cenderung untuk mengingat informasi positif, dan ketika kita berada dalam suasana hati yang negatif, kita cenderung untuk mengingat informasi negatif (Baron dan Byrne, 2002: 106).

Suasana hati kita saat ini berpengaruh pada komponen kognisi lain yang juga penting yaitu kreativitas. Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa berada dalam suasana hati gembira dapat meningkatkan kreativitas, mungkin karena perasaan senang dapat mengaktivasi ide dan asosiasi yang lebih banyak dibanding perasaan negatif, dan sebagian kreativitas terdiri dari penggabungan asosiasi-asosiasi tersebut ke dalam pola baru. Informasi yang memicu reaksi

afektif akan diproses secara berbeda dibanding informasi jenis lain, dan akibatnya, informasi ini hampir tidak mungkin untuk diabaikan atau dibuang. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa informasi yang emosional mungkin menjadi sumber yang kuat bagi kontaminasi mental (*mental contamination*) yaitu suatu proses dimana penilaian, emosi atau perilaku kita dipengaruhi oleh pemrosesan mental yang tidak disadari atau tidak terkontrol. Secara khusus, Edwards dan Bryan mengemukakan bahwa informasi yang memicu reaksi emosional secara khusus, cenderung menghasilkan kontaminasi mental karena kontrol individu yang lemah terhadap reaksi emosional, dan karena reaksi semacam itu lebih menggunakan pemrosesan integratif dibandingkan dengan analitis. Akibatnya, begitu kita terpapar pada informasi yang mengaktifkan emosi, kita tidak bisa mengabaikannya, tidak peduli seberapa keras kita berusaha (Baron dan Byrne, 2002: 107).

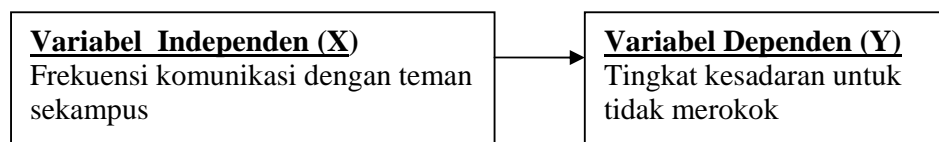
Sebaliknya, beberapa penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh kognisi pada afek, khususnya mengenai pikiran dan perasaan. Satu penjelasan terhadap teori ini adalah teori emosi dua faktor (*two factor theory of emotion*). Teori ini menjelaskan bahwa kita sering tidak mengetahui perasaan atau sikap kita sendiri. Sehingga kita menyimpulkannya dari lingkungan, dari situasi dimana kita mengalami reaksi-reaksi internal ini. Contohnya, jika kita mengalami perasaan tertentu karena kehadiran seseorang yang menarik, kita bisa menyimpulkan bahwa kita sedang jatuh cinta. Sebaliknya, jika kita

mengalami perasaan tertentu ketika kita sedang mengemudi lalu ada pengemudi lain yang memotong jalur kita, kita dapat menyimpulkan bahwa perasaan yang kita rasakan adalah marah.

Kognisi juga dapat mempengaruhi emosi adalah melalui aktivitas skema yang didalamnya terdapat komponen afektif yang kuat. Contohnya, orang tertentu yang kita anggap sebagai bagian dari suatu kelompok tertentu. Skema kita tentang kelompok tersebut dapat memberikan petunjuk mengenai ciri apa yang mungkin dimiliki orang itu yang selanjutnya menginformasikan kita mengenai bagaimana perasaan kita terhadap orang tersebut. Jadi, skema atau stereotip tentang ras, etnik, atau agama yang teraktivasi dengan kuat dapat sangat berpengaruh terhadap perasaan atau suasana hati kita saat ini (Baron dan Byrne, 2002: 111).

#### **E. Kerangka Pikir dan Perumusan Hipotesis**

Berdasarkan uraian latar belakang dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat merumuskan kerangka pikir sebagai desain penelitian seperti yang ditunjukkan pada Bagan 1 di bawah ini:



Bagan 1. Sketsa Hubungan Antar Variabel



Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji pengaruh frekuensi komunikasi dengan teman sekampus terhadap tingkat kesadaran untuk tidak merokok di kampus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Variabel independen yang diteliti yaitu frekuensi komunikasi dengan teman sekampus. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kesadaran untuk tidak merokok.

Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

$H_0$  : Ada pengaruh frekuensi komunikasi dengan teman sekampus terhadap tingkat kesadaran untuk tidak merokok di kampus pada mahasiswa UMY.

$H_1$  : Tidak ada pengaruh frekuensi komunikasi dengan teman sekampus terhadap tingkat kesadaran untuk tidak merokok di kampus pada mahasiswa UMY.

## **F. Definisi Konseptual dan Operasional**

Batasan konsep dalam penelitian ini adalah :

### 1. Variabel Independen (X)

Frekuensi adalah kekerapan terjadinya sesuatu dalam waktu-waktu tertentu (Effendy, 1989:147).

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 1990:10).

Jadi frekuensi komunikasi dengan teman sekampus berarti seberapa sering mengadakan interaksi dengan teman satu kampus. Ukuran yang digunakan untuk melihat frekuensi komunikasi dengan teman sekampus adalah:

- a. Frekuensi atau tingkat keseringan berinteraksi dengan teman sekampus.
- b. Durasi yang berupa lamanya berinteraksi dengan teman di kampus.
- c. Adanya perhatian terhadap teman sekampus.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat kesadaran untuk tidak merokok yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

Tingkat : taraf, derajat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001: 1197).

Kesadaran : keinsafan, keadaan mengerti (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001: 975).

Merokok : menghisap rokok (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001: 960).

Dengan demikian, tingkat kesadaran untuk tidak merokok dapat didefinisikan sebagai taraf/derajat kesadaran pengertian seseorang untuk tidak menghisap rokok.

Ukuran yang digunakan untuk mengukur kesadaran untuk tidak merokok adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa memiliki kesadaran tentang dampak buruk yang ditimbulkan dari asap rokok baik bagi kesehatan diri pribadi maupun orang lain.
- b. Mahasiswa menyadari bahwa merokok merupakan salah satu bentuk pemborosan dan aktifitas yang tidak bermanfaat.

- c. Mahasiswa menyadari bahwa gaul dan jantan tidak identik dengan merokok.
- d. Mahasiswa menyadari bahwa merokok dapat mengganggu dan mengurangi kenyamanan orang lain yang ada di sekitarnya.
- e. Mahasiswa menyadari bahwa merokok dapat membahayakan kesehatan reproduksi perempuan.
- f. Mahasiswa menyadari bahwa merokok di sembarang tempat/ruang publik merupakan tindakan yang dilarang oleh hukum.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *eksplanatif* (*explanatory research*). Jenis penelitian ini untuk menjelaskan suatu fenomena bertujuan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel yang telah dirumuskan atau untuk menguji hipotesis (Singarimbun,1989:5). Informasi yang dibutuhkan bagi penelitian ini didapatkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan secara korelasional yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan cara menguji variabel yang dihipotesiskan (Jalaluddin Rakhmat,1995:31).

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi di Kampus Terpadu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Ring Road Selatan,

Yogyakarta. Tempat yang diambil adalah lobi kampus dan pintu gerbang utama menuju kampus terpadu UMY yang menjadi lokasi pemasangan balihok dan papan nama yang bertuliskan slogan *No Smoking Area*. Pemilihan lokasi tersebut karena lobi kampus merupakan tempat yang menjadi pertemuan mahasiswa dan dimana ada slogan *no smoking area*. Berdasarkan pengamatan penulis setiap mahasiswa yang berada di lobi kampus tersebut akan membaca slogan yang terlihat secara jelas dan akan berkaitan dengan sikap dari pembaca.

### 3. Populasi dan Pengambilan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari berbagai hal sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Penelitian ini mengambil populasi individu yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Menurut Ida Bagoes Mantra dan Kastro dalam Masri Singarimbun (1989:150) dalam metode pengambilan sampel yang akan digunakan perlu memperhatikan hubungan antara biaya, tenaga, dan waktu dengan besarnya presisi. Hal yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah dengan biaya, waktu dan tenaga yang terbatas dicapai tingkat presisi tertentu.

Metode pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel gugus sederhana (*simple cluster sampling*). Yaitu suatu metode sampling dimana unit analisa atau satuan penelitian sudah tersusun dalam suatu daftar dan dikelompokkan

dalam gugus-gugus yang disebut *cluster*. *Cluster* ini merupakan satuan-satuan darimana sampel akan diambil. Selanjutnya jumlah gugus yang akan diambil sebagai sampel harus dilakukan secara acak. Kemudian untuk unsur-unsur penelitian dalam gugus tersebut diteliti semuanya (Singarimbun dan Effendi, 1989: 166).

Unit analisa data yang sudah dikelompokkan dalam gugus-gugus sampel (*cluster*) dan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagaimana dalam tabel 1.1. di bawah:

Tabel 1.1. Populasi Penelitian

FAKULTAS	JML MAHASISWA
1. Fisipol :	
• Hubungan Internasional	914
• Ilmu Pemerintahan	488
• Ilmu Komunikasi	1020
TOTAL MAHASISWA FISIPOL	2422

Sumber: Biro Akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2008

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2002: 112), apabila jumlah subjek yang diteliti lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini diambil 10% dari total anggota populasi yang tersebar dalam beberapa gugus (*cluster*). Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 242,2 dan dibulatkan menjadi 250 mahasiswa Fisipol UMY. Pengambilan sampel yang merujuk pada pendapat Suharsini Arikunto di atas, didasarkan atas pertimbangan besarnya ukuran populasi penelitian dan demi efektifitas serta efisiensi penyelesaian penelitian sesuai waktu yang diharapkan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### a. Kuesioner atau angket

Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data menggunakan daftar yang berisi pertanyaan mengenai suatu hal yang ditunjukkan kepada responden untuk memperoleh jawaban (Sutrisno Hadi, 1995:158). Metode kuesioner ini merupakan metode pokok dalam data pada penulisan skripsi ini mengingat permasalahan yang diteliti erat sekali hubungannya dengan masyarakat. Jenis kuesioner yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yaitu kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain (Masri Singarimbun, 1989:177).

##### b. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan dengan sengaja melalui pengamatan dan penelitian terhadap obyek yang ditentukan. Metode observasi bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologik dan psikologik, dua di antaranya yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi, 1995:137). Adapun jenis observasi yang

digunakan dalam penelitian ini adalah observasi sistematis di mana obyek yang akan diobservasi sudah dibatasi lebih dulu secara tegas sesuai dengan tujuan dari penelitian, di samping itu sebagai alat untuk penyelidikan. Observasi dilakukan untuk mencari data awal untuk penelitian lebih lanjut (Jalaluddin Rakhmat, 1995:83). Yang diamati adalah perilaku merokok mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

c. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi (Singarimbun, 1989:192). Wawancara merupakan salah satu bagian yang penting dari suatu penelitian. Hal tersebut dikarenakan dari wawancara akan didapatkan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung kepada responden. Wawancara ini dilaksanakan pada tahap awal penelitian bersamaan dengan observasi pendahuluan guna memperoleh data awal sebagai gambaran penelitian yang akan dilakukan. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMY yang berstatus sebagai perokok aktif dan tersebar di berbagai *culster* (fakultas) yang ada di kampus UMY.

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini dan nantinya dapat memberikan gambaran umum dari lokasi penelitian (Sutrisno Hadi, 1995:138).

## 5. Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk menghitung skor jawaban responden peneliti menggunakan skala pengukuran yang berpedoman pada skala Likert yang dibagi ke dalam 5 kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Kategori sangat tinggi dengan skor 5
- b. Kategori tinggi dengan skor 4
- c. Kategori sedang dengan skor 3
- d. Kategori rendah dengan skor 2
- e. Kategori sangat rendah dengan skor 1

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu teknik analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik (Singarimbun, 1989:263). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh intensitas membaca slogan *no smoking area* dan frekuensi komunikasi dengan teman sekampus terhadap tumbuhnya kesadaran untuk tidak merokok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Rank Spearman* yang digunakan untuk mencari hubungan dan hipotesis antara dua variabel yang datanya berbentuk ordinal. Adapun rumus dasar yang digunakan adalah :



$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum X^2 \cdot \sum Y^2}}$$

Dimana :

$$\sum X^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_x$$

$$\sum Y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_y$$

$$\sum T_x = \frac{tx^3 - ty}{12}$$

$$\sum T_y = \frac{ty^3 - tx}{12}$$

Keterangan :

$R_s$  = Koefisien korelasi variabel XY

$\sum d^2$  = Jumlah kuadrat selisih antar jenjang variabel XY

$\sum T_x$  = Jumlah kudrat kembar pada variabel X

$\sum T_y$  = Jumlah kudrat kembar pada variabel Y

$\sum X^2$  = Jumlah kudrat pada variabel X

$\sum Y^2$  = Jumlah kudrat pada variabel Y

n = Jumlah responden

t = Jenjang kembar

2,3, dan 12 = Bilangan konstan

Koefisien korelasi menurut Jalaludin Rakhmat (1995:27) adalah

r menunjukkan bilangan antara + 1,00 dan - 1,00. bila tidak ada hubungan di antara varibel sama sekali, nilai r sama dengan nol. Bila hubungan di antara variabel bertambah, nilai r bertambah dari

nol ke plus atau minus satu. Bila tanda positif, variabel dikatakan berkorelasi secara positif. Bila r negatif, variabel dikatakan berkorelasi secara negatif.

Nilai koefisien korelasi tersebut juga berlaku pada koefisien korelasi tata jenjang atau koefisien korelasi bertingkat.

Untuk menguji apakah korelasi yang dikemukakan itu signifikan atau tidak, maka diuji dengan nilai kritis *student* (t) atau taraf signifikansi dengan menggunakan rumus :

$$t = rs \sqrt{\frac{n - 2}{1 - (rs)^2}}$$

Keterangan :

t = nilai kritis *student*

rs = koefisien korelasi variabel xy

n = jumlah responden

1 dan 2 = bilangan konstan

Sehingga hasil perhitungan r dapat dikonsultasikan dengan harga keabsahan standar dengan memperhatikan derajat keabsahan (df) dan batas kepercayaan 90% atau taraf signifikansi 10% .

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas (*validity* atau kesahihan) berkaitan dengan permasalahan "apakah instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut,

secara singkat dapat dikatakan bahwa validitas alat penelitian yang mempersoalkan apakah alat itu dapat mengukur apa yang akan diukur (Arikunto, 1999: 21). Dalam penelitian ini, jenis validitas bersifat empirik, yaitu jenis data yang menentukan data-data di lapangan dari hasil uji coba yang berwujud data kuantitatif dan hasil dari data di lapangan dianalisis dengan teknik korelasi *product moment* dengan rumus:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh  $\geq$  daripada koefisien di tabel nilai-nilai kritis r, yaitu pada taraf signifikansi 5% atau 1% maka instrumen yang diujicobakan tersebut dinyatakan valid.

Selain membandingkan r hitung dengan r tabel, uji signifikansi dapat juga dilakukan lewat uji t dengan prosedur sebagai berikut:

- 1) Menentukan r hitung pada setiap variabel.
- 2) Menghitung nilai t hitung dengan rumus:

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{N-2}}} \quad N = \text{jumlah variabel}$$

- 3) Membandingkan t hitung dengan t tabel pada  $\alpha = 0,05$  dan  $df = N - 2$ .
- 4) Jika t hitung  $>$  t tabel, maka variabel tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji kestabilan dan konsistensi instrument dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan

konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Singarimbun, 1989:140). Kuesioner dikatakan *reliable* apabila kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten. Jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah. Penguji reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan *Cronboch Alpha Coeficient*. Data yang diperoleh dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronboch Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6 (Nurgiyantoro, Gunawan dan Marzuki, 2004:349).

Dalam pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right)$$

Keterangan :

- n = Jumlah butir
- Vi = Varians butir
- $\alpha$  = Jumlah
- Vt = Varians nilai total