

**SKRIPSI**

**PENERAPAN KOMUNIKASI PERSUASIF PADA KAWASAN BEBAS  
ASAP ROKOK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**Disusun dan diusulkan oleh :**

**EVI SEPTIANA**

**Nomor Stambuk :1056 500017 15**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2022**

**PENERAPAN KOMUNIKASI PERSUASIF PADA KAWASAN BEBAS  
ASAP ROKOK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh

EVI SEPTIANA

Nomor Stambuk :1056 500017 15

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Persuasif Pada Kawasan Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar

Nama Mahasiswa : Evi Septiana

Nomor Induk Mahasiswa : 105650001715

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
Syukri, S.Sos., M.Si

  
Wardah, S.Sos., M.A

Mengetahui:

**Dekan**

**Ketua Program Studi**

**Fisip Unismuh Makassar**

**Ilmu Komunikasi**



  
Syukri, S.Sos., M.Si  
NBM: 923568

## PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan atau undangan menguji ujian skripsi Dekan Fisip Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan Nomor : 077/FSP/A.4-II/VIII/44/2022 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S.I.Kom) dalam program studi Ilmu komunikasi di Makassar pada hari Rabu tanggal 31 Bulan Agustus Tahun 2022

### TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris

  
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si  
NBM: 730727

  
Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si  
NBM: 992797

### Penguji :

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si (Ketua) (  )
2. Syukri, S.Sos., M.Si (  )
3. Wardah, S.Sos., M.A (  )
4. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom (  )

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Evi Septiana

Nomor Stambuk : 105650001715

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah pelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun ini pencabutan gelar akademik.

Makassar, 28 Agustus 2022

Yang menyatakan,

Evi Septiana

## ABSTRAK

**EVI SEPTIANA. Penerapan Komunikasi Persuasif Kawasan Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar. (dibimbing oleh Syukri dan Wardah).**

Dengan di keluarkannya kebijakan tentang Kawasan Bebas Rokok di Kampus Unismuh Makassar merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas hidup Manusia, serta menciptakan lingkungan yang sehat. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum berbagai macam data yang dikumpul dari lapangan secara objektif dengan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara terhadap sejumlah informan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan persuasif hanya berupa himbauan saja, tidak ada ketegasan dari pihak kampus tentang larangan bebas asap rokok. Faktor penghambatnya pemberlakuan bebas asap rokok ini karena kebiasaan Mahasiswa itu sendiri sudah terlalu kecanduan merokok di dalam kampus akhirnya sulit untuk mengubah kebiasaan itu sendiri. Selain itu, salah satu kendalanya mungkin belum terlalu bandenya instrumen yang dipakai, kemudian peraturan tentang kebijakan kawasan bebas asap rokok belum banyak yang baca.

Adapun faktor-faktor pendukung terkait dengan peraturan kawasan bebas asap Rokok di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar adalah, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan mengamanatkan kepada Pemerintah untuk mengatur penetapan kawasan bebas asap rokok. Surat edaran Rektor berupa SK tentang kawasan bebas asap rokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, di sisi lain kampus merupakan lembaga yang terdidik sehingga mampu berpikir rasional terkait dengan larangan merokok.

**Kata kunci** : Penerapan, Komunikasi, Persuasif

## ABSTRACT

**EVI SEPTIANA. Application of Persuasive Communication in Smoke-Free Areas at the University of Muhammadiyah Makassar. (supervised by Syukri and Wardah).**

Campus, it is an effort to improve the quality of human life, as well as create a healthy environment. This research uses descriptive qualitative research, which is a form of research that aims to provide an overview of various kinds of data collected from the field objectively and qualitatively. Data collection techniques used are observation, interviews with a number of informants. Analysis of the data used in this study is the interactive model of Miles and Huberman.

The results showed that the application of persuasion was only an appeal, there was no firmness from the campus about the prohibition of being smoke-free. The inhibiting factor for implementing smoke-free implementation is because students' habits themselves are too addicted to smoking on campus, so it is difficult to change the habit itself. In addition, one of the obstacles may be that there are not too many instruments used, then the regulations on policies for smoke-free areas have not been widely read.

The supporting factors related to the regulation of smoke-free areas at the Muhammadiyah University Makassar Campus are, Law Number 36 of 2009 concerning health mandates the Government to regulate the determination of smoke-free areas. The Chancellor's circular letter in the form of a decree regarding smoke-free areas on the Muhammadiyah Makassar University campus, on the other hand the campus is an educated institution so that it is able to think rationally regarding the smoking ban.

Keywords: Application, Communication, Persuasive

## KATA PENGANTAR

*Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Alhamdulillah , penulis memanjatkan puji syukur atas Kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif Kawasan Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah menemani penulis selama ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada yang tercinta terkhusus dan istimewa untuk kedua Orang tua penulis, Orang tua yang tiada henti-hentinya mendoakan dan memberikan dorongan baik moril maupun materil, kepercayaan, kesabaran, serta senantiasa mengalunkan doa dan kasih sayang yang tak henti-hentinya kepada penulis. Doa dan dedikasi yang selalu diberikan kepada penulis dan selalu menjadi motivasi terbesar penulis dalam menyelesaikan studinya.

Selain itu skripsi ini selesai juga berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itulah dalam kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua, Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendoakan penulis memberikan semangat dan bantuan baik secara moril maupun materil.
2. Bapak Syukri, S.Sos, M.Si. selaku pembimbing I dan Ibu Wardah, S.Sos ,M.A selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

3. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Syukri, S.Sos.,M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Para Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik yang selama ini memberikan ilmunya kepada penulis serta dorongan dan semangat yang selalu diberikan.
6. Seluruh Staff dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang senantiasa membantu penulis dalam pengurusan administrasi.
7. Para teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Serta semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar, 25 maret 2022

Evi Septiana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENERIMAAN TIM</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	14
C. Hambatan dalam Komunikasi Persuasif.....	37
D. Konsep Kebijakan Kawasan Bebas Asap Rokok.....	38
E. Kerangka Konseptual.....	41
F. Fokus Penelitian.....	43
G. Deskripsi Fokus Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
A. Waktu dan Lokasi penelitian.....	45
B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	45
C. Sumber Data.....	36
D. Informan Penelitian.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Teknik Pengabsahan Data.....	49

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
B. Hasil Penelitian.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari setiap orang pasti dipengaruhi oleh komunikasi pribadi atau diri sendiri dengan orang lain, bahkan kita sering menerima pesan dari orang lain yang kita tidak kenal sama sekali baik itu komunikasi yang intens maupun bukan. Komunikasi dapat ditentukan berhasil atau tidaknya tergantung bagaimana komunikator atau pengirim pesan dapat mempengaruhi komunikan atau penerima pesan, sehingga komunikan atau penerima pesan dapat bersikap dan perilaku atau bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Namun permasalahannya adalah komunikator sangat perlu mengetahui pesan, dari saluran yang bagaimana yang dapat mengubah sikap dan perilaku komunikan.

Persuasi merupakan suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data atau fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak di pengaruhi ( Devito, 2010: 387 ). Sebagai komunikasi persuasif harus berkaitan dengan seluruh komponen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, hingga komunikan. Setiap bagian yang ikut andil di dalamnya merupakan bagian yang saling terkait dan tidak dapat dihilangkan salah satunya. Pesan merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam proses persuasi, karena untuk membuat komunikan terpersuasi dengan baik, komunikan harus dapat memahami dengan baik mengenai pesan yang disampaikan persuader atau komunikator.

Rokok saat ini sudah seperti kebutuhan yang sangat penting terlebih oleh bebasnya diperjualbelikan produk rokok saat ini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2016) Rokok adalah gulungan tembakau kira-kira sebesar jari kelingking yang dibungkus daun nipah atau kertas. Rokok adalah produk tembakau yang dihirup asapnya yang dihasilkan dari tanaman *nocotiana tabacum*, *ticotinia rustica*, dan spesies lainnya atau sistensisnya yang asapnya mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan. Pada saat ini rokok sudah seperti kebutuhan pokok bagi masyarakat umum, khususnya bagi pecandu rokok. Hidup yang sehat dan hidup di lingkungan adalah idaman semua orang.

Tetapi banyak tidak menyadari untuk mempertahankan lingkungan yang bersih, seperti halnya kebiasaan merokok di sembarangan tempat, bukan hanya mengganggu kesehatan orang lain ketika berada di dekat yang merokok namun kebersihan yang sering kali tak terjaga pada saat selesai menggunakan rokok. Dampak dari asap rokok tersebut tidak hanya berdampak pada orang yang merokok tetapi juga berdampak pada orang yang menghirup asap rokok tersebut.

Apa lagi para perokok berat, sejak muda juga sudah menanggung risiko penyakit kronis. Seperti *tuberculosis*, asma, leukemia, hingga penyakit alergi limfoma. Di Indonesia usia perokok paling muda, sekalipun anak balita ada. Akan tetapi jika diambil usia rata-rata, orang mulai merokok di usia 15 tahun tentu dalam menanggung risiko tersebut sangat besar sekali. Hal ini mengakibatkan bertambahnya kasus penyakit kasastropik akibat merokok.

Tapi kepedulian masyarakat untuk menurunkan jumlah kasusnya belum sepenuhnya baik.

Dalam mewujudkan Indonesia sehat, Pemerintah mengeluarkan peraturan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Dalam Negeri No.188/Menkes/PB/2011 No. 7 Tahun 2011 tentang Pedoman Kawasan Tanpa Rokok. Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan dan atau mempromosikan produk tembakau. Kawasan Tanpa Rokok meliputi fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat bermain anak, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, tempat umum, dan tempat lainnya yang ditetapkan (Permenkes No. 188 Tahun 2011).

Peraturan daerah No. 13 Tahun 2011 tentang Kawasan Tanpa Rokok disahkan oleh DPRD dan ditetapkan oleh Walikota Makassar pada tanggal 9 september 2013. Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk melakukan kegiatan produksi, penjualan, iklan, promosi, dan atau penggunaan rokok. Penetapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) merupakan upaya perlindungan untuk masyarakat terhadap resiko ancaman gangguan kesehatan karena lingkungan tercemar asap rokok.

Sejak disahkan tahun 2013, Pemerintah Kota Makassar telah mengeluarkan aturan serius untuk mengatasi bahayanya rokok bagi pengguna maupun para perokok pasif. Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 4 terkait Kawasan Tanpa Rokok. PERDA ini terdiri dari 13 bab dan 26 pasal.

Provinsi Sulawesi selatan telah mengeluarkan peraturan (PERDA) Nomor 4 Tahun 2013 yang mengatur tentang Kawasan Tanpa Rokok. Namun terkadang masih di temukannya orang merokok pada Kawasan Tanpa Rokok. Pengaturan pembatasan terhadap orang kepada orang yang merokok adalah kewajiban Negara agar setiap Warga Negara dapat menikmati udara yang bersih dan lingkungan yang sehat ( PERDA Kota Makassar, nomor 4 Tahun 2013).

Melalui perda ini tentunya akan mendukung organisasi atau lembaga-lembaga yang turut serta dalam mengurangi jumlah hal-hal negatif diakibatkan oleh rokok. Perokok di Makassar berjumlah 287.300 orang (22,1% dari total penduduk). Dengan rata konsumsi 10,6 batang per hari, usia perokok 10-14 tahun (2,2 persen), 5-9 tahun (0,8 persen). Project Director Hasanuddin Contact, Prof Alimin Maidin saat berkunjung keRedaksi Tribun Timur, Selasa (15/01/2019) mengatakan dari 1,6 juta Penduduk Makassar , sebanyak 22,6 % itu adalah perokok, dan 90% nya adalah laki-laki. Kawasan Tanpa Rokok bukan hanya dikenakan bagi para perokok saja namun juga bagi yang mengedarkan, menjual ataupun yang memuat lima point penting seperti: merokok, menjual rokok, menyelenggarakan iklan rokok, mempromosikan rokok, dan memproduksi atau membuat rokok.

Salah satu kawasan bebas asap rokok yang sekarang ini mulai digagas pemerintah adalah kampus-kampus yang merupakan tempat perokok aktif pada usia produktif khususnya para mahasiswa yang biasanya menggunakan rokok pada tempat umum seperti kampus-kampus dan ruang kelas. Salah satu kampus yang sekarang menerapkan adalah Universitas Muhammadiyah

Makassar sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan Rektor tentang kawasan bebas asap rokok, dari peraturan tersebut dapat dilihat pula penerapan yang dilakukan oleh pihak kampus terhadap mahasiswa yang menggunakan rokok pada area kampus akan dikenakan sanksi berupa teguran maupun yang masuk skala berat berupa skorsing..

Universitas Muhammadiyah Makassar adalah salah satu Universitas yang mendukung UU yang di keluarkan Pemerintah mengenai larangan merokok. Larangan merokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar di tetapkan dan di resmikan pada hari Sabtu pagi pada 13 Mei 2017 di area parkir kampus. Peresmian tersebut langsung di hadiri Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Ketua Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Sul-Sel, rektor Universitas Muhammadiyah Makassar serta beberapa dosen, Mahasiswa dan sejumlah undangan.

Sesuai janji yang telah dilontarkan Ketua Badan Pembina Harian (BPH) Universitas Muhammadiyah Makassar, Dr.H.M Syaiful Saleh, dalam berbagai kesempatan Unismuh Makassar kini resmi menjadi Kawasan Bebas Rokok. Peresmian itu di lakukan melalui acara launching Kawasan Bebas Rokok (KBR) di pelataran Parkir Kampus Unismuh Makassar pada Sabtu Pagi 13 Mei 2017 yang ditandai dengan penandatanganan Pakta Integritas Kawasan Bebas Rokok Unismuh pada kain putih berukuran panjang 20 meter dan tinggi 2,4 meter.

Menurut beberapa Dosen dan Beberapa Mahasiswa, peraturaan itu sangat bermanfaat karena isi kampus Unismuh Makassar akan bebas asap rokok dan mengurangi perokok yang ada di Indonesia. Namun ada pula Mahasiswa

Unismuh Makassar dan Karyawan tidak sepakat atas peraturan yang ditetapkan oleh kampus, Mahasiswa Unismuh Makassar yang tidak sepakat mengatakan bahwa peraturan yang ditetapkan sangat ketat, serta kapasitas dan Kenyamanan kampus tidak sesuai apa yang diinginkan Mahasiswa. Mahasiswa yang tidak sepakat dengan peraturan tersebut melakukan tindakan aksi Demo di depan Gedung Rektorat Unismuh Makassar.

Di dalam orasi mereka mengatakan bahwa peraturan tersebut tidak sesuai dengan keinginan Mahasiswa, karena dianggap sebagai penindasan terhadap mahasiswa dan tidak memberikan kenyamanan kapasitas yang sepenuhnya kepada Mahasiswa. Selama diselenggarakannya peraturan tersebut, masih banyak sekali mahasiswa yang tidak menghiraukan bahkan mereka tetap merokok dikawasan yang sudah diberi peraturan bebas rokok. Berdasarkan data yang maka peneliti inggi melihat bagaimana proses penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam beberapa bulan setelah di keluarkannya kebijakan area bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar masih kita jumpai beberapa oknum yang merokok di area kampus, sehingga ini alasan peneliti menjadikan kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai objek peneliti, yaitu sejauh mana komunikasi persuasif larangan merokok di lingkungan Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Beberapa mahasiswa khususnya mereka yang merupakan perokok masih acuh tak acuh terhadap kebijakan tersebut. Maka dari itu berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik memberikan judul **“Penerapan Komunikasi Persuasif**

## **Kawasan Bebas Asap Rokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar”.**

Semoga dari penelitian ini nantinya dapat memberi manfaat bagi semua pembaca terkhusus bagi masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar yang menjadi sasaran dari penelitian ini nantinya. Memberikan kesadaran bagi banyak orang tentang bahaya merokok bagi diri sendiri maupun untuk orang yang ada di sekitar kita. Dan yang paling penulis harapkan adalah kesadaran masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar untuk menaati aturan area peraturan bebas asap rokok di wilayah kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar ?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar .

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar .

#### **D. Manfaat Penelitian**

Jadi permasalahan diatas maka dapat diklarifikasi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan informasi mengenai penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar
- b. Penelitian ini nantinya dapat menambah khasanah pengetahuan bagi seluruh kalangan dalam hal ini penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok dan apa yang menjadi alasan diterapkannya kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar.
- c. Memberikan kontribusi pemikiran terhadap pemahaman teori, konsep, maupun praktek, serta sebagai media referensi dalam melakukan penelitian mengenai peraturan kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan informasi atau masukan terhadap pegiat anti rokok tentang penerapan kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar dan pada umumnya bagi masyarakat luas.

- b. Memberikan rekomendasi kepada para perokok aktif khususnya orang awam tentang kawasan yang merupakan bebas asap rokok khususnya di Universitas Muhammadiyah Makassar.



**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**A. Penelitian Terdahulu**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode dan hasil penelitian	Perbedaan hasil penelitian
1.	<p>Penelitian Hijrah (2018). Tentang Keefektifan Kebijakan Area Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar</p>	<p>Jenis penelitian ini adalah penelitian social budaya yang bertujuan untuk mengetahui efektifitas kebijakan area bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa civitas akademika masih tidak mau memahami kebijakan ini dan menganggap bahwa kebijakan yang di keluarkan oleh</p>	<p>Pada penelitian ini ditemukan penerapan hanya bersifat himbauan, nasehat dan peringatan saja sehingga para civitas akademika masih banyak yang enggan menaati kebijakan tersebut di karenakan kurangnya pengawasan dari pihak kampus untuk lebih menindak lanjuti kebijakan tersebut.</p>

		kampus ini tidak layak untuk di laksanakan, dengan anggapan kebijakan tersebut tidak berpihak pada dirinya.	
2.	Nur Ayu Ainunnisa (2020) tentang Komunikasi persuasif dalam meningkatkan Literasi sastra pada kalangan Difabel Netra (studi kasus komunikasi persuasif komunitas difalitera dalam meningkatkan literasi sastra dalam kalangan Difabel Netra)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data tehnik yang di gunakan penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Sementara itu, sampel di ambil dengan menggunakan tehnik <i>purvosive sampling</i> . Penelitian ini menemukan bahwa proses komunikasi persuasif yang terjadi adalah proses komunikasi di mana	Pada penelitian ini di temukan factor proses komunikasi dari persuasive yang berlangsung yaitu kredibilitas dan keaktifan pembujuk, kecerdasan dan keterbukaan persuade sehingga menciptakan hubungan interaktif, pesan yang tersusun dengan menarik, sedangkan factor penghambatnya adalah factor teknis dan hambatan perilaku.

		<p>pengurus dan relawan Difa-litera komunitas menyampaikan pesan dengan menggunakan pendekatan personal sehingga terjalin komunikasi yang interaktif. Pada penelitian ini teknik komunikasi yang digunakan adalah teknik komunikasi persuasif seperti teknik integrasi, teknik pembayaran, dan teknik icing.</p>	
3.	<p>Aen Istianah Afiati (2015) dengan judul Komunikasi Persuasif dalam pembentukan sikap (studi deskriptif kualitatif pada pelatih</p>	<p>Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk</p>	<p>Pada penelitian ini Komunikasi persuasif dalam hal ini cukup efektif untuk mempengaruhi atau membentuk sikap dari</p>

	Pendidikan Militer Tamtama TNI AD di sekolah calon Tamtama Rindam IV Diponegoro kebumen)	tehnik analisis data peneliti menggunakan model <i>Miles</i> dan <i>Huberman</i> . Sedangkan untuk menganalisis validasi data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian ini, komunikasi persuasif digunakan dalam militer pendidikan. Komunikasi persuasif yang dilakukan pelatih kepada siswa dalam Secara Rindam IV Diponegoro melalui pendekatan personal dalam konseling kegiatan, dan langsung memberikan contoh kepada siswa	siswa, karena kesadaran terhadap perubahan berasal dari orang yang di bujuk diri sendiri.
--	--	---	---

Sumber: Diolah dan dikembangkan oleh peneliti (2022)

## B. Pengertian komunikasi persuasif

### 1. Komunikasi

Menurut Carl I Hovland (Dalam Sunarjo dan Djoenaesih, 1983:30) menyatakan komunikasi merupakan efek umum yang terletak melalui dorongan individu agar berpikir dalam dua segi mengenai pendapatnya sendiri dan mendapatkan pendapat baru yang telah di ajukan kepada pihak lain. Pengertian Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communis* atau dalam bahasa inggrisnya *common* berarti sama (Zahara, 2018).

Apabila kita berkomunikasi berarti kita dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi pengertian komunikasi secara harfiah adalah proses menghubungi atau mengadakan perhubungan. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi, baik berupa pesan, symbol, gagasan, yang dilakukan oleh komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) untuk suatu efek yang di inginkan.

Kegiatan komunikasi tidak selalu bersifat informative untuk dimengerti orang lain saja, tapi juga bersifat persuasif untuk beberapa tujuan tertentu, seperti agar orang lain menerima paham yang dimaksudkan oleh komunikator, atau melakukan suatu kegiatan, tanpa terpaksa sesuai kehendak komunikator. Istilah komunikasi setiap hari kian populer. Begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. Ada komunikasi timbal balik, ada komunikasi tatap muka,

ada komunikasi langsung , komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah, dan lain sebagainya.

Terdapat banyak pengertian atau definisi tentang komunikasi, dikarenakan banyaknya definisi yang telah dibuat oleh para pakar menurut bidang ilmunya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, matematika, ilmu elektronika, dan sebagainya. Jadi pengertian komunikasi tidak sesederhana yang kita lihat sebab para pakar memberi definisi menurut pemahaman dan perspektif masing-masing. Ada definisi yang panjang dan ada pula yang pendek, ada yang sederhana dan ada pula yang kompleks. Demikian pula apa yang ditekankan dalam definisi yang mereka buat kadang berbeda satu sama lain.

Misalnya para pakar filsafat memberi pengertian atau definisi dengan menekankan aspek arti (*meaning*) dan signifikansi pesan, kalangan psikolog melihat hubungan sebab akibat dari komunikasi dalam hubungannya dengan individu, para pakar sosiologi dan antropologi melihat bagaimana komunikasi digunakan dalam konteks masyarakat dan budaya, para pakar ilmu politik melihat komunikasi dalam kaitannya dengan pengaruh yang ditimbulkannya terhadap masalah-masalah pemerintahan, para insinyur elektronika melihat bagaimana metode mengirim pesan-pesan melalui arus listrik. Istilah komunikasi berpangkal

pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Lain halnya dengan steven, justru ia mengajukan sebuah definisi yang lebih luas, bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli. Apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya. Misalnya seorang berlindung pada suatu tempat karena diserang badai, atau kedipan mata sebagai reaksi terhadap sinar lampu juga adalah peristiwa komunikasi.

Di sisi lain, Komunikasi adalah istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang bersumber dari kata komunis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan di terima oleh komunikan. Hovland mendefinisikan proses komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (Mulyana, 2014).

Dalam komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi berlangsung apabila adanya kesamaan makna. sesuai dengan definisi tersebut pada dasarnya seseorang melakukan komunikasi adalah untuk mencapai kesamaan makna antara manusia yang terlibat dalam komunikasi yang terjadid, dimana kesepahaman yang ada dalam benak komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan).

Beberapa pakar juga meyakini bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk mengubah seseorang, baik itu tingkah laku, kepercayaan, maupun persepsi, seperti yang diungkapkan oleh Gerald R. Miller, yakni “Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima lalu kemudian definisi dari Everett M. Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Mulyana, 2016).

#### Hambatan Dalam Komunikasi

Hambatan merupakan hal-hal yang membuat proses dalam komunikasi yang sedang berlangsung menjadi tidak efektif. Menurut (Feriyanto dan Endang, 2015:30) ada 6 hal yang menghambat kelancaran dalam komunikasi diantaranya:

- a. Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas untuk dirinya atau pengirim pesan, hal ini dapat dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional.
- b. Hambatan dalam penyandian/symbol, penyebabnya adalah karena bahasa yang digunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, simbol yang digunakan antara pengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang digunakan terlalu sulit.

- c. Hambatan media, adalah hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan dengan baik.
- d. Hambatan dalam bahasa sandi, hambatan terjadi dalam menafsirkan sandi oleh penerima.
- e. Hambatan dari penerima pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/mendengarkan pesan, misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut.
- f. Hambatan dalam memberikan umpan balik. Umpan balik yang diberikan menggambarkan apa adanya akan tetapi Umpan balik yang diberikan menggambarkan apa adanya akan tetapi memberikan interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

## **2. Unsur-unsur komunikasi.**

Analisis 5 unsur Definisi Komunikasi menurut Harold Lasswell dalam (Roudhona, 2007), komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa? dengan akibat atau hasil apa? (who? says what? in which channel? to whom? with what effect?) .

- a. Who? (siapa/sumber).

Sumber atau komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai sesuatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator..

b. Says what?(pesan).

Apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber(komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat symbol verbal/nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, symbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.

c. In which channel?(saluran/media).

Wahana atau alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan(penerima) baik secara langsung/tatap muka maupun tidak langsung/melalui media cetak atau elektronik dll.

d. To whom? (untuk siapa/penerima).

Orang/kelompok/organisasi/suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (destination) /pendengar (listener /khalayak (audience) / komunikan/penafsir/penyandi balik (decoder).

e. Whith what effect

Adalah apa yang terjadi setelah proses komunikasi persuasif telah dilaksanakan, khususnya kepada penerima apakah dampak dari pada komunikasi yang telah di lakukan oleh sumber kepada penerima.

### 3. Persuasif

Manusia dikehidupan sehari – hari tidak akan pernah lepas dengan komunikasi. Manusia dan komunikasi adalah satu kesatuan slogan yang sering di ucapkan ataupun didengar yaitu “We can’t, not communication” kita tidak bisa untuk tidak berkomunikasi. Komunikasi sendiri telah banyak dipaparkan oleh para ilmuwan secara paradimatis komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung atau melalui media (Machmud, 2010).

Ada beragam pengertian tentang komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut K. Anderson (1972: 218), mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan.

Sedangkan R. Bostrom ( 1971:6) mengatakan bahwa komunikasi persuasive adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah , memodifikasi atau membentuk respon ( sikap atau perilaku) dari penerima. Selain itu, komunikasi persuasive juga diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar bertindak sesuai dengan keinginan komunikator( Barata, 2003:70).

Menurut De Vito (2011 : 499) usaha melakukan persuasi ini memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau

kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha mengubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar.

Menurut Olzon & Zanna ( dalam Aen Istianah Afiati 2015) persuasi didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain . adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua ( DeVito dalam Riyanto & Mahfud, 2012:51) yaitu : (1) mengubah atau menguatkan keyakinan (believe) dan sikap(attitude) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku (behavior) tertentu yang diharapkan.

Menurut Maulana dan Gumelar (2013:9) Persuasi adalah proses yang bertujuan guna mengubah sikap ataupun perilaku orang lain dalam sebuah peristiwa, ide, ataupun objek lainnya melalui bahasa verbal atau nonverbal yang didalamnya tersirat informasi, perasaan dan penalaran. Sering kali para ahli komunikasi menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Hal ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (coersion) pada umumnya, antara persuasi dan koersi memiliki tujuan yang sama yakni untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku (Effendy, 2015:21).

Bila pada persuasi dilakukan dengan halus, luwes yang mengandung sifatsifat manusiawi tanpa adanya paksaan sedangkan, koersi sanksi dan ancaman seperti perintah, instruksi, pemerasan. Bila

disimpulkan definisi komunikasi persuasi yaitu suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar bisa menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Kemudian, proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator. Suatu ajakan atau bujukan tanpa adanya unsur ancaman ataupun paksaan. Secara singkat bisa dikatakan bahwa komunikasi persuasi adalah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain.

Nothstine juga menjelaskan pengertian yang sama mengenai persuasif (dalam Soemirat dkk, 2008) “komunikasi persuasif harus mempertimbangkan beberapa faktor yaitu kejelasan tujuan, komunikasi, dan metode yang tepat agar komunikasi dapat mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya”. Dalam proses menyentuh rasa yakin dan percaya target yang akan dipersuasi, persuader biasanya menggunakan pendekatan psikologis, dan menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah, sehingga muncul perasaan senang pada diri orang yang akan di persuasi (*the liking process*).

H. A. W. Widjaja (2010 :66 ) mengungkapkan pengertian komunikasi persuasif sebagai berikut: komunikasi persuasif berasal dari istilah *persuasion* (inggris). Sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa latin “persuasio”, kata kerjanya adalah *to persuade*,

yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.

Komunikasi adalah proses dimana terjadinya pertukaran informasi atau pesan. Sedangkan persuasif yang merupakan kata serapan dari bahasa Inggris 'persuasion' yang berarti merayu, meyakinkan, dsb. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan sebuah proses pertukaran informasi/pesan dimana komunikator berusaha mempengaruhi pemikiran atau perilaku komunikan melalui pesan /informasi yang disampaikan. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar komunikasi persuasif berjalan dengan baik yaitu kejelasan tujuan, aspek keragaman sasaran persuasif, serta pemilihan strategi komunikasi yang tepat. Komunikasi Persuasif sendiri memiliki beberapa bentuk (teori):

1. Teori Perubahan Sikap: Teori ini menjelaskan tentang perubahan sikap individu. Perubahan sikap terjadi dari waktu ke waktu dan terjadi karena perbedaan sikap individu dalam menanggapi suatu rangsangan. Contohnya : perubahan sikap seseorang yang tadinya tersenyum kemudian menjadi kesal karena seseorang mendorongnya hingga tercebur kekolam renang.
2. Teori Konsistensi Afektif-Kognitif merupakan sikap yang mengacu pada perasaan, emosi, atau nilai seseorang. Sedangkan konsistensi kognitif merupakan sikap yang mengacu pada pikiran, pengetahuan, atau pengalaman. Namun jika sikap efektif berubah maka kognitif pun

akan berubah, begitu pula sebaliknya. Contohnya : pada awal Budi berpikir bahwa presiden adalah orang yang hidup mewah. Namun ketika melihat presiden memotong rambut ditempat cukur biasa, maka akan muncul inkonsistensi dalam diri Budi akibat kedua kognisi ini. Sehingga budi akan melakukan sesuatu untuk membuat konsistensi yang menyenangkan untuknya. Misalnya dengan mengubah struktur kognitif melalui pernyataan pada dirinya sendiri bahwa presiden juga manusia biasa.

### 3. Teori Belajar

Berbicara mengenai kegiatan seseorang untuk mengubah perilaku. Kegiatan belajar akan selalu diikuti dengan perubahan baik secara kognitif, psikomotor, maupun efektif. Misalnya perubahan dalam hal kecakapan, keterampilan, sikap, pengertian, nilai, dsb. Contohnya ketika Budi yang merupakan seorang pelajar sekolah, belajar dengan giat sehingga berhasil lulus ujian dengan hasil yang memuaskan. Lalu orang tuanya memberikan hadiah kepada Budi sebagai ungkapan penghargaan mereka. Berkat penghargaan tersebut Budi menjadi bersemangat lagi dalam belajar agar mendapatkan hadiah lagi nanti.

### 4. Teori Penilaian Sosial

Mempelajari proses psikologis yang mendasari perubahan dan pernyataan sikap melalui komunikasi. Bahwa manusia membuat deskripsi dan kategorisasi khusus (perbandingan-perbandingan), untuk menilai stimulus-stimulus yang datang dari luar. Menurut Teori ini

seseorang mengetahui apa sikapnya dan mampu menentukan perubahan, apa yang ditolaknya dan apa yang diterimanya. Contohnya kelompok orang yang pro Ahok, yang tidak pro, dan yang netral, dalam kasus penodaan agama yang menjeratnya.

#### 5. Teori Persepsi

Berbicara tentang keinginan seseorang untuk membentuk sesuatu sehingga diciptakanlah suatu persepsi. Persepsi ini membuat seseorang berusaha agar tujuannya tercapai. Contohnya seseorang pelajar yang mendengar gurunya berkata jika bekerja keras, maka seseorang akan berhasil. Disitulah kemudian diciptakan persepsi bekerja keras yang seperti apa yang bisa membuatnya berhasil.

#### 6. Teori Keseimbangan

Mengungkapkan bahwa seseorang tertarik pada yang lain berdasarkan atas kesamaan sikap dalam menanggapi tujuan tertentu. Misalnya pendapat seseorang dalam memecahkan suatu masalah, akan didukung oleh orang lain yang sependapat dengannya.

#### 7. Teori Fungsional

Mempelajari tentang perubahan sikap seseorang tergantung pada kebutuhannya. Sikap ini berfungsi untuk mengekspresikan nilai yang dianut oleh seseorang. Contohnya seseorang yang menginginkan dirinya yang dianggap toleran, akan bersikap positif terhadap keragaman.

#### 8. Teori Ditorsi Kognitif

Pada teori ini seseorang dengan gangguan psikologis tertentu akan menyebabkannya berpikiran secara berlebihan dan tidak rasional dalam menanggapi stimulus. Misalnya rasa kagum berubah menjadi rasa muak ketika seseorang yang dikagumi berbuat kesalahan yang kecil saja.

#### 9. Teori Era Digital

Komunikasi persuasif di gunakan untuk mempengaruhi keyakinan, nilai, hingga sikap. Burgoon & Hufferd di tahun 2002 memberikan penjelasan tentang teori persuasif, dimana komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk mempengaruhi pikiran dan pendapat orang lain agar sesuai dengan apa yang kita inginkan. lebih lanjut lagi bujukan atau ajakan yang di komunikasikan memiliki sifat mengajak atau membujuk tanpa paksaan. tidak heran persuasif juga sering di sebut sebagai proses dimana yang tadinya orang sukar rela menjadi sukarela untuk menerima informasi.

#### 10. Teori Efek Media Masa

Teori ini membahas mengenai perubahan pada diri seseorang akibat di pengaruh oleh media massa. Cukup banyak teori efek media massa dalam komunikasi persuasif yang berkembang.

#### Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasive menurut Sumirat & Suryana (2014:225) adalah:

a. *Persuader*

*persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

b. *Persuadee*

*persuadee* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/disalurkan oleh *persuader* /komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

c. Persepsi

persepsi persuade terhadap persuader dan pesan yang disampaikan akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasive yang terjadi

d. Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn ( dalam Ritonga 2005 : 5 ), pesan persuasive dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan menipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan. Makna menipulasi dalam pertanyaan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya , tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran , sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

e. Saluran Persuasif

Merupakan perantara ketika seseorang persuadee mengopeerkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran ( channel) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun nonformal, secara tatap muka ( face to fice communication).

f. Umpan balik dan efek

Menurut Sastro ( dalam Sumirat & Suryana,2014:238) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik esternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahami atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya. Sedangkan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi. ( Sastropetro dalam Sumirat & Suryana, 2014).

Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat, maupun perilaku pada diri persuadee merupakan tujuan utama. Inilah letak

pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

g. Tujuan Pesan komunikasi persuasif

Menurut Soemirat & Suryana (2015 : 5.35) mengemukakan bahwa ada tiga tujuan komunikasi persuasif, yaitu :

Pertama, Membentuk Tanggapan ( *Shapping Responses* ) salah satu tujuan komunikasi persuasif adalah membentuk cara sasaran memberikan tanggapannya. Pembentukan tanggapan tersebut dilakukan pada sasaran yang mengetahui banyak tentang topik yang dibicarakan ataupun tidak. Akibat pembentukan tanggapan tersebut terlihat pada saat sasaran persuasi mengetahui sedikit tentang topik yang dibicarakan.

Kedua, Penguatan Tanggapan adalah terdapatnya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan atau isu. Menurut Fotheringham dalam Sumirat & Suryana ( 2016 : 5.36), maksud dari penguatan tanggapan disini adalah kontinuitas sasaran persuasi yang melakukan apa yang telah mereka lakukan. Jika pembentukan tanggapan dihubungkan dengan nilai-nilai yang mapan dalam khalayak , maka penguatan tanggapan juga berkaitan dengan nilai-nilai dan sikap.

Ketiga, Pengubahan Tanggapan adalah pengubahan tanggapan sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep, atau gagasan. Persuader brupaya untuk mengubah

tanggapan sambil meminta kepada sasaran untuk mewakili dana atau menghentikan beberapa perilaku.

### **Prinsip komunikasi persuasif**

Menurut Littlejohn dan Jabusch mengungkapkan bahwa keberhasilan komunikator dalam mengukuhkan atau mengubah sikap atau kepercayaan dan dalam mengajak pendengar untuk berbuat sesuatu akan bergantung pada pemanfaatan prinsip-prinsip persuasive.

Empat prinsip utama terdiri dari ;

1. Prinsip Pemaparan Selektif (Selective Exposure Principle).

Prinsip ini menerangkan bahwa hukum pemaparan selektif.

Hukum ini setidaknya memiliki dua bagian, yaitu

- a. Pendengar akan secara aktif mencari informasi yang mendukung opini, kepercayaan, nilai, keputusan dan perilaku mereka.
- b. Pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai dan perilaku mereka yang sekarang.

Prinsip pemaparan selektif ini mempunyai implikasi penting terhadap pembicaraan persuasif komunikator. jika Komunikator ingin menyakinkan khalayak yang menganut sikap yang berbeda dengan sikap anda sendiri. Sadarilah bahwa

pemaparan selektif akan terjadi dan berlangsung secara induktif.

## 2. Prinsip Partisipasi Khalayak.

Persuasi akan berhasil bila komunikan berpartisipasi aktif dalam presentasi Komunikator, misalnya dalam mengulang atau mengikhtisarkan apa yang di sampaikan. Agitator yang berhasil mengumpulkan massa sering kali mengajak massanya menyanyikan slogan-slogan, mengulangi semobyan dan sebagainya. Implikasinya sederhana, persuasi adalah proses transaksional, proses ini melibatkan baik pembicara maupun pendengar. Komunikator akan lebih berhasil jika komunikator dapat mengajak komunikan berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi.

## 3. Prinsip Inokulasi.

Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan berupa argument untuk menentanginya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan seperti mempersiapkan argument dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan di lakukan.

Persis seperti menyuntikkan sejumlah kecil kuman ke dalam tubuh yang akan membuat tubuh mampu membangun sistem kekebalan, menyajikan kontra-argumen dan kemudian

menjelaskan kelemahannya akan memungkinkan khalayak mengebalkan diri mereka sendiri terhadap kemungkinan serangan atas nilai dan kepercayaan mereka. misalnya adalah komunikator sedang menyakinkan sekelompok remaja untuk tidak mulai merokok, komunikator tahu bahwa mereka akan menghadapi rekan-rekan atau iklan yang mengajak mereka untuk mulai merokok. Komunikator dapat membuka kontra argument seperti ini ‘tentu saja , iklan-iklan akan mengatakan bahwa merokok itu hebat dan modern.

Dalam semua iklan rokok, tokoh-tokohnya selalu berpakaian bagus dan sedang menghadiri pesta yang menyenangkan. Tetapi cobalah amatilah lebih dekat, cobalah cium bau pakaian dan napas mereka, cobalah lihat paru mereka, cobalah lihat tingkat harapan hidup mereka’.

Menurut papageorgis dan Mc Guire memprediksikan bahwa suatu jenis imunitas umum akan berkembang apabila orang di ekspos pada serangan-serangan terhadap keyakinan dasar dan penolakan terhadap serangan tersebut yaitu mereka memprediksikan bahwa prosedur ini akan menumbuhkan resistensi umum yang membuat keyakinan dasar itu tidak mungkin berubah bahkan ketika ia di ekspos pada serangan-

serangan. Mereka mengharapkan hasil ini karena dua alasan, yaitu :

- a. Pengalaman melihat serangan pertama di tolak akan menurunkan kredibilitas serangan-serangan berikutnya.
- b. Pemaparan sebelumnya terhadap serangan dapat membuat seseorang lebih menyadari bahwa keyakinannya benar-benar rentan dan memotivasi orang itu untuk mengembangkan argument-argumen pendukung tambahan. Hasil mereka menunjukkan bahwa pemberian imunitas menyebabkan kekebalan terhadap kontra argument yang sama. Kenyataannya, posisi sikap akhir dalam dua kondisi ini tidak berbeda secara signifikan. Ini, tentunya meningkatkan efektifitas sebuah pemberian imunitas para pengembang program imunitas tidak harus mengantisipasi semua serangan terhadap suatu keyakinan yang mungkin kemudian akan di alami oleh seseorang.

#### 4. Prinsip Besaran Perubahan.

Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang di inginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. karena Makin besar dan makin penting perubahan yang ingin dihasilkan atas diri khalayak, makin sukar tugasnya.

Manusia berubah secara berangsur. Persuasi, karenanya, paling efektif bila diarahkan untuk melakukan perubahan kecil dan dilakukan untuk periode waktu yang cukup lama.

#### 4. Model komunikasi persuasif

Adapun model komunikasi persuasif yang paling sederhana atau biasa disebut Model SMCR seperti yang diungkapkan oleh *Shannon* dan *Weaver* adalah sebagai berikut:

Salah satu model komunikasi yang paling sederhana, paling tua dan banyak direferensikan adalah *Source, Message, Channel, and Receiver* (SMCR) model dari *Shannon* dan *Weaver* (1949). Karya *Shannon* dan *Weaver* bertajuk *The Mathematical Theory of Communication* merupakan pelopor komunikasi yang menekankan komunikasi sebagai transmisi pesan. Model ini berangkat dari salah satu dari tujuh tradisi ilmu komunikasi –yakni aliran sibernetik- yang melihat komunikasi sebagai proses pengolahan informasi.

Dalam model SMCR paling tidak berisi empat elemen yakni sumber, pesan, saluran dan penerima.

##### 1. Sumber

Dalam istilah *Shannon* dan *Weaver* disebut *information source* adalah pihak yang melakukan *encoder* pesan. Dalam percakapan *information source* melibatkan otak.

2. Pesan adalah kode berisi tujuan komunikasi, disampaikan sumber kepada penerima melalui serangkaian proses yang disebut *transmitter*, yakni

pemancar yang mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan .

### 3. Saluran

*Transmitter* adalah perangkat yang menghasilkan sinyal berupa kode. Pesan dapat berupa verbal, nonverbal, visual, musikal atau bentuk lain. Pesan di transmisikan melalui udara yang berfungsi sebagai saluran (medium) membawa pesan sampai ke penerima (*destination*).

### 4. Penerima

*Destination* berakhir di otak penerima (receiver), lalu *receiver* mengode ulang pesan (*decoding*), dan menyaring informasi melalui tahap interpretasi.

Menurut Devito, (2010: 387) Persuasi merupakan suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data atau fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak di pengaruhi. Selain itu De Vito juga menjelaskan komunikasi persuasif dalam buku komunikasi antar manusia sebagai berikut: pembicaraan persuasif mengetengahkan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya. Dari penjelasan tersebut De Vito mengemukakan terdapat dua macam tujuan dan tindakan yang ingin kita capai dalam melakukan pembicaraan

persuasif. Tujuan tersebut dapat berupa untuk mengubah sikap atau perilaku receiver atau untuk memotivasi perilaku receiver.

Agar dapat mengubah sikap, perilaku, dan pendapat sasaran persuasi, seorang persuader harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan

Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, atau perilaku. Apabila bertujuan untuk mengubah sikap maka berkaitan dengan aspek motorik.

2. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi

Sasaran persuasi memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa, hingga gaya hidup. Sehingga sebelum melakukan komunikasi persuasif sebaiknya persuader mempelajari dan menelusuri aspek-aspek keragaman sasaran persuasi terlebih dahulu.

3. Memiliki strategi komunikasi yang tepat

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi. Hal yang perlu diperhatikan seperti siapa sasaran persuasi, tempat dan waktu pelaksanaan komunikasi persuasi, apa yang harus disampaikan, hingga mengapa harus disampaikan .

Dari beberapa definisi persuasi oleh para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif merupakan proses pertukaran

informasi dengan tujuan memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku satu orang atau lebih yang dilakukan komunikator baik yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal sehingga timbul rasa yakin dan percaya terhadap pesan yang disampaikan. Ada beberapa unsur dalam proses komunikasi persuasif yang saling berkaitan diantaranya sumber dan penerima, pesan, umpan balik, efek(effect), dan lingkungan.

### **C. Hambatan dalam Komunikasi Persuasif**

Menurut Fisher dalam Soemirat (2017), kegagalan atau hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi yaitu dikarenakan oleh dua faktor, yakni faktor mekanistik komunikasi manusia dan faktor psikologis.

Hambatan komunikasi secara mekanistik disebabkan oleh saluran pesan yang terbatas, terganggu, tercemar, atau dalam kondisi rusak. Hal ini dapat disebabkan oleh internal atau eksternal persuadee. Internal persuadee misalnya salah dalam mengartikan dan memahami pesan, dan eksternal persuadee misalnya isu-isu, gosip, kabar burung tentang isi pesan atau bahkan persuader. Hambatan komunikasi secara psikologis bersifat internal.

Hambatan ini muncul karena adanya distorsi makna dalam pesan. hal ini dapat disebabkan oleh kultur, konflik peran, konflik dalam sistem sosial, dan lain-lain. Jadi, hambatan psikologis ini disebabkan karena adanya ketidakselarasan pemahaman dalam diri persuader dan persuadee. Herbert dan Gullet dalam Soemirat (2017) menjelaskan bahwa hambatan dalam komunikasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor berikut:

1. *Dogmatisme*. Sikap seseorang dalam mempertahankan pendapat, sikap, dan perilakunya ketika menerima pesan yang tidak sesuai dan persepsinya dan dapat merusak posisinya;
2. *Stereotipe*. Pendapat mengenai sesuatu yang sudah diyakini sebelumnya. Stereotipe dapat diartikan pula sebagai prasangka yang bersifat objektif. Apa yang dipahami dan diyakini sulit dirubah, karena selalu mengaitkan dengan hal-hal lain. Sebagai contoh, stereotipe jika perempuan tidak menyapu dengan bersih, maka kelak akan mendapatkan jodoh yang brewok;
3. Pengaruh lingkaran Seseorang yang melihat pesan persuasi sebatas baik atau buruk, benar atau salah, hitam atau putih. Seseorang yang demikian, akan mendengarkan dan terpengaruh oleh orang yang disukainya dan akan menolak pesan jika yang menyampaikan adalah orang yang tidak disukainya.

Dengan demikian, hambatan yang muncul dalam proses komunikasi persuasif dapat datang dari bagaimana cara persuadee memandang atau menerima pesan persuasif. Dogmatisme, stereotipe dan pengaruh lingkaran mungkin saja muncul diantara persuadee. Namun, hambatan ini tidak sepenuhnya akan merusak proses komunikasi, apabila persuader memahami kondisi dan karakteristik persuadee dengan baik dan tepat.

#### **D. Konsep Kebijakan Kawasan Bebas Asap Rokok**

Kawasan tanpa rokok merupakan ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan,

dan/atau mempromosikan produk tembakau, meliputi fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat anak bermain, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, dan tempat umum dan tempat lain yang ditetapkan Kemenkes RI, (2013). Tujuan dari diadakan kawasan bebas rokok adalah untuk menurunkan angka kesakitan dan angka kematian dengan cara mengubah perilaku masyarakat untuk tetap sehat, meningkatkan produktivitas kerja yang optimal, mewujudkan kualitas udara yang sehat dan bersih bebas dari asap rokok, menurunkan angka perokok dan mencegah perokok pemula serta mewujudkan generasi muda yang sehat Kemenkes RI (2011).

Rokok adalah gulungan tembakau kira-kira sebesar jari kelingking yang dibungkus daun nipah atau kertas. Rokok adalah produk tembakau yang penggunaannya dengan cara dibakar dan dihisap asapnya dan atau dihirup asapnya yang dihasilkan yang dihasilkan dari tanaman *Nicotiana tabacum*, *Nicotiana glauca*, dan spesies lainnya atau sintesisnya yang asapnya mengandung nikotin dan tar dengan atau tanpa bahan tambahan (KBBI, 2016). Menurut Imarina (Latief, 2015) mengemukakan bahwa rokok adalah silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm dengan diameter sekitar 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah di cacah. Ada dua jenis rokok, yaitu berfilter dan tidak berfilter. Filter pada rokok terbuat dari busa serabut sintesis yang berfungsi menyaring nikotin.

Menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdes) pada tahun 2010, Usia rata-rata seseorang mulai merokok secara nasional adalah usia 17,6 tahun. Namun untuk usia yang paling dini ada yang memulai merokok dari usia 5-9 tahun sebanyak

1,7%, usia 10-14 tahun sebesar 17,5%, pada usia 15-19 tahun 43,5%, pada usia 20-24 tahun sebesar 14,6%, data tersebut menunjukkan betapa memprihatinkannya perilaku merokok pada remaja di Indonesia.

Di Provinsi Riau, presentase penduduk yang perokok jenis kelamin laki-laki dengan prevalensi 66,8% sedangkan untuk jenis kelamin perempuan dengan prevalensi 3,6% dengan total prevalensi 36,6% (Riskesdes, 2010). Dalam mewujudkan Indonesia sehat, pemerintah mengeluarkan peraturan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Dalam Negeri No.188/Menkes/PB/2011 No. 7 Tahun 2011 Tentang Pedoman Kawasan Tanpa Rokok. Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan dan atau mempromosikan produk tembakau.

Kawasan Tanpa Rokok meliputi fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat bermain anak, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, tempat umum, dan tempat lainnya yang ditetapkan Permenkes No.188 Tahun 2011. Peraturan Daerah No. 13 tahun 2011 tentang Kawasan Tanpa Rokok di sahkan oleh DPRD dan ditetapkan oleh Walikota Makassar pada tanggal 9 september 2013. Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk melakukan kegiatan produksi, penjualan, iklan, promosi, dan atau penggunaan rokok. Penetapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) merupakan upaya perlindungan untuk masyarakat terhadap resiko ancaman gangguan kesehatan karena lingkungan tercemar asap rokok.

### **E. Kerangka Konseptual**

Berbagai penelitian yang mengkaji tentang rokok dan peraturan merokok memang sudah banyak dilakukan yang menunjukkan keragaman dari berbagai segi. Hal itu tampak dari sudut pandang ilmu kesehatan, sosial, ekonomi, psikologi maupun agama. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Doll dan Hill, dua orang dari Inggris dalam Aditama (1997) meneliti tentang hubungan dengan penyakit dengan kebiasaan merokok, berdasarkan penelitiannya, mereka menyimpulkan bahwa penyakit yang disebabkan oleh merokok, kanker paru, kanker kerongkongan, kanker saluran pernafasan lainnya bronkitis dan emfisema. Kebijakan Area Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar telah diterapkan oleh pimpinan Universitas. Bentuk dari kebijakan yang dikeluarkan adalah melalui media presentasi, baliho, spanduk stiker, leaflet, publikasi di media massa, dan melalui kelompok-kelompok masyarakat.

Larangan merokok di area kampus universitas Muhammadiyah Makassar banyak menuai pendapat baik dari dosen ataupun mahasiswa. Ketika berbicara larangan merokok kalangan perokok terhadap peraturan ini, di ambil alih oleh para perokok aktif dikarenakan kebiasaan merokok yang telah membudaya yang membuat dirinya menjadi sampingan untuk menghindari stres atau efek dari kecanduan dari zat yang terdapat dalam rokok.

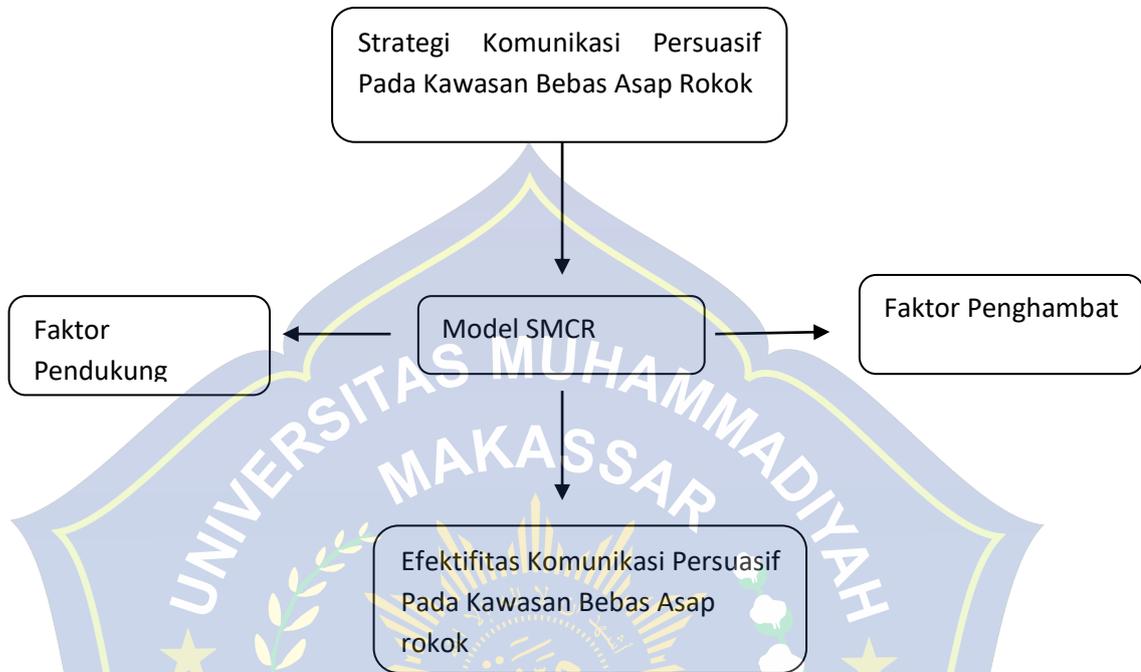
Lain halnya dengan yang tidak merokok dengan larangan merokok di lingkungan kampus, dengan alasan mengganggu kesehatan apabila merokok memberi dampak apabila menghirup asap yang keluar dari ujung rokok dan terhirup oleh orang lain atau perokok pasif. Kebijakan area bebas asap rokok

dapat berjalan dengan efektif ketika implementasi dari kebijakan itu dapat diterapkan di area universitas dan dapat memberi efek jera dari sanksi yang diberikan kepada yang melanggar kebijakan tersebut. Dari berbagai permasalahan anata pro dan kontra maka diperlukan sebuah solusi untuk memecahkan masalah yang terjadi bahkan, penerapan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan terhadap mahasiswa yang menolak dengan kehadiran kebijakan itu dan bahkan dianggap sebagai sebuah penindasan terhadap mahasiswa.



Tabel 1. Kerangka Pikir

Model SMRC Shannon dan Weaver.



Sumber : Shannon dan Weaver (1949).

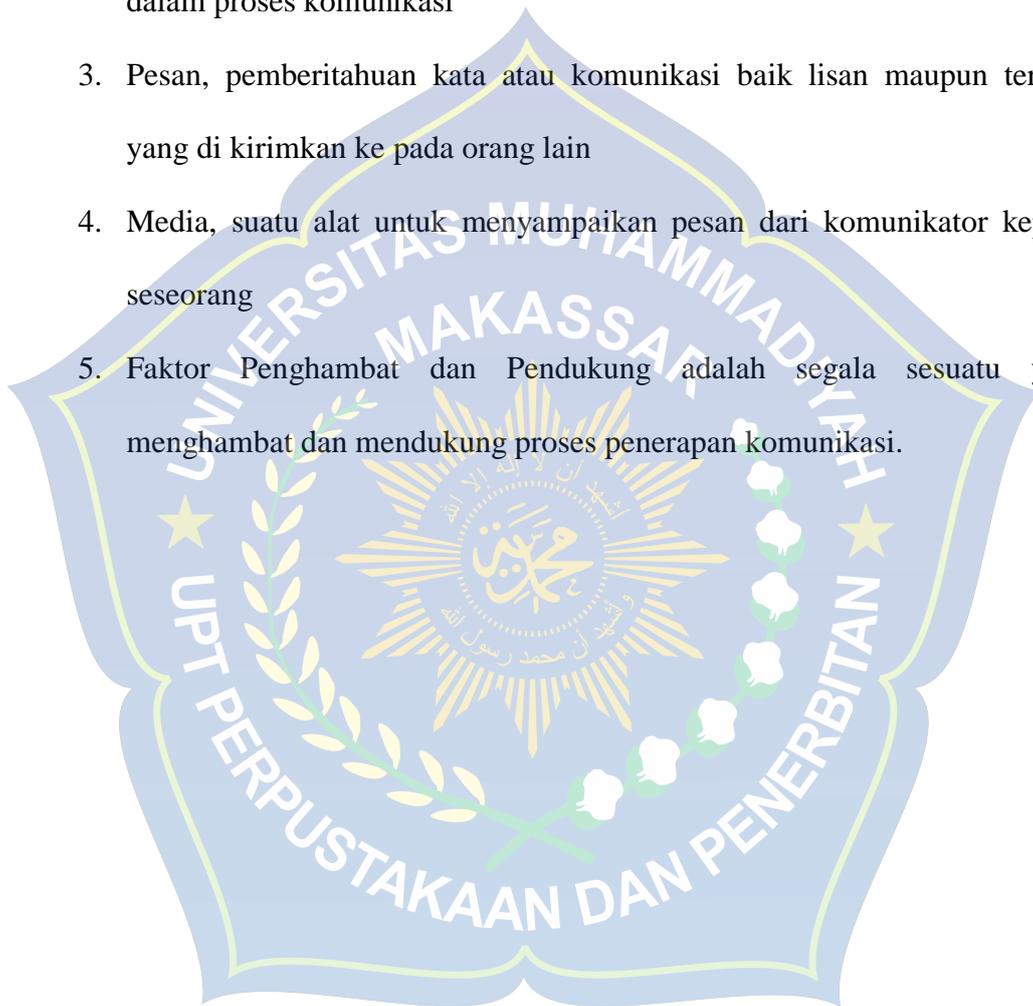
#### F. Fokus Penelitian

Berdasarkan indikator maka fokus penelitian tentang bagaimana penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar, Sampai pada faktor pendukung dan penghambat penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar.

#### G. Deskripsi Fokus Penelitian.

Sesuai dengan kerangka piker, maka deskripsi focus penelitian ini adalah :

1. Komunikasi Persuasif, merupakan suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data atau fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak di pengaruhi.
2. Komuniaktor, orang yang bertindak sebagai pengiring/penyampai pesan dalam proses komunikasi
3. Pesan, pemberitahuan kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis yang di kirimkan ke pada orang lain
4. Media, suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada seseorang
5. Faktor Penghambat dan Pendukung adalah segala sesuatu yang menghambat dan mendukung proses penerapan komunikasi.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Adapun waktu dan lokasi yang diperlukan penelitian ini berlangsung selama kurang lebih dua bulan setelah diseminarkannya proposal penelitian ini pada tanggal 26 April 2022 sampai tanggal 26 Juni 2022. Penelitian ini mengambil lokasi di Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini dilakukan di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Alasan penulis memilih penelitian di lokasi tersebut dikarenakan tempat yang strategis dan mendukung terlebih lagi di area tersebut sudah ada larangan merokok akan tetapi masih banyak yang melanggar.

#### **B. Jenis dan Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian mengklasifikasi, mendeskripsikan dan melakukan wawancara mendalam terhadap objek peneliti. Sedangkan tipe penelitian yaitu penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian yang meneliti fenomena khusus yang hadir ditengah konteks yang terbatas. Maksud dari penelitian ini mengumpulkan dan mendapatkan data yang mendalam secara langsung dari lokasi penelitian dan memberi gambaran jelas mengenai masalah yang diteliti.

### C. Sumber Data

1. Data Primer , adalah wawancara mendalam dengan mewawancarai dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan secara langsung dengan mendalam mengenai info yang dibutuhkan peneliti.
2. Data Sekunder , adalah studi kepustakaan dengan mengumpulkan dari literature ,buku-buku,arsip,dokumen ,majalah dan hasil yang terkait.

### D. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dilakukan dengan *purposive* sampling Sengaja memilih orang-orang yang dianggap paling mengetahui dan dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan penelitian agar mendapat data yang akurat dan akuntabel. Dengan demikian teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling yang digunakan adalah dalam menentukan informannya. Purposive sampling merupakan penentuan informan tidak didasarkan atas strata, kedudukan, pedoman, atau wilayah tetapi didasarkan pada adanya tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian. Informan yang paling dianggap tepat dapat memberikan informasi yang sesuai yaitu :

No	Informan	Jabatan
1	Drs.H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I	Wakil Rektor IV
2	Mustaqim Muallim S.Ag	Sekretaris BPH
3	Muh. Raufun	Mahasiswa

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti di universitas muhammadiyah Makassar.
2. Wawancara , yaitu pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada informan,dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam ,di universitas muhammadiyah Makassar.
3. Dokumentasi ,yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung diajukan kepada subjek penelitian. Dokumen dapat dibedakan menjadi dokumen primer (dokumen yang ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa), dan dokumen sekunder (jika peristiwa dilaporkan kepada orang lain selanjutnya di tulis oleh orang ini). Di universitas muhammadiyah Makassar..

### **F. Teknik Analisis Data**

Miles dan Huberman (Sugiyono,2013),mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas,sehingga datanya jenuh,aktivitas data tersebut adalah reduksi data (*data reduction*) Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catata lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolokan atau mengkategorisiskan kedalam tiap

permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan dan membuang yang tidak perlu.

Penyajian data (*data display*), setelah data di reduksi langkah analisis selanjutnya adalah penyediaan data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan komunikasi sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antara kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini peneliti berupaya menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

Penerika kesimpulan (*conclusion drawing/verification*), tahapan ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang diperoleh dari hasil penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, keteraturan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

## G. Teknik Pengabsahan

Dalam penelitian kualitatif ,data bisa dikatakan akurat apabila terjadi keselarasan antara yang dilaporkan dengan apa yang perbedaan antara yang sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian. Untuk menguji kebenaran informasi pada metodologi ini dapat digunakan uji kredibilitas. Menurut Sugiyono (2013) kredibilitas suatu penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu:

### 1. Perpanjangan Pengamatan

Hal yang dilakukan ketika peneliti masih melakukan kekeliruan dari hasil penelitiannya sehingga bisa mendapatkan informasi yang lebih akurat lagi dari apa yang sudah didapatkan sebelumnya,hal ini juga akan mempererat hubungan emosional antara peneliti dan masyarakat yang menjadi objek penelitiannya.

### 2. Meningkatkan Ketekunan

Lebih mencermati lagi hal yang ingin diteliti dengan cara lebih memfokuskan diri dari pada hal yang ingin di teliti sehingga lebih sistematis dan lebih cermat lagi untuk melihat apakah data yang digunakan dikumpulkan itu benar atau salah.

### 3. Triangulasi

Pengujian kebenaran informasi dengan berbagai cara dan berbagai kondisi berupa pengujian kebenaran serta akurasi data harus dengan berbagai cara. Hal ini dilakukan dengan tiga cara yakni:

- a. Triangulasi Data dapat dilakukan dengan cara mengecek data dari beberapa sumber tersebut , data di deskripsikan dan dikategorikan berdasarkan pandangannya sama atau tidak.
  - b. Trianguasi Teknik yang dilakukan dengan cara mengecek kebenaran data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
  - c. Triangulasi Waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan waktu atau situasi yang berbeda.
4. Analisis Kasus Negatif  
Analisis kasus yang tidak sesuai atau bertentangan dengan kasus yang sebenarnya dalam jangka waktu yang tertentu apabila pada waktu itu tidak ditemukan lagi data yang lain atau data yang bertentangan maka data yang diperoleh dianggap benar dan menjadikan sebagai referensi.
  5. Menggunakan Bahan Referensi  
Hal ini dilakukan dengan cara memperlihatkan bukti berupa gambar ataupun suara rekaman antara peneliti dan informan sehingga ada pembuktian yang kongkret bahwa peneliti betul-betul melakukan penelitian dan data yang dikumpulkan adalah data berdasarkan penelitian bukan hanya asumsi peneliti atau opini.
  6. Mengadakan *membercheck*  
Hal ini dilakukan berupa pengevaluasian data kembali oleh peneliti atas data yang diperoleh dari informan apakah jawaban yang diberikan informan sesuai dengan pernyataan peneliti atau tidak sehingga data yang

terkumpul lebih kredibel lagi sehingga data yang diperoleh adalah data yang akurat.



## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Makassar.

Universitas Muhammadiyah Makassar atau Unismuh Makassar, adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi.

KAMPUS UNISMUH MAKASSAR



**SUMBER :** *Dokumen Unismuh Makassar 2020*

Unismuh Makassar didirikan oleh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara sebagai hasil karya Panitia Pendiri yang dibentuk pada Musyawarah Wilayah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke 24 di Kabupaten Watan Soppeng pada

tanggal 5 september 1962, dengan Fakultas Ilmu Peneliti. Pada tahun 1966-1967, Unismuh Makassar memindahkan Pusatnya ke Makassar engan menempai gedung Sekolah China yang pada tahun 1966. Kemudian Unismuh Makassar didirikan pada tanggal 19 Juni 1963 sebagai cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendirian Perguruan Tinggi ini adalah realisasi dari hasil Musyawarah Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21 di Kabupaten Bantaeng. Pendirian tersebut didukung oleh Persyarikatan Muhammadiyah sebagai organisasi yang bergerak dibidang pendidikan dan pengajaran dakwah amar ma'ruf nahi munkar, lewat surat nomor : E-6/098/1963 tertanggal 22 Jumadil Akhir 1394 H/12 Juli 1963 M. Kemudian akte pendiriannya dibuat oleh notaries R. Sinojo Wongsowidjojo berdasarkan akta notaries Nomor : 71 tanggal 19 Juni 1963. Universitas Muhammadiyah Makassar dinyatakan sebagai Perguruan Tinggi Swasta terdaftar sejak 1 Oktober 1965.

Unismuh Makassar sebagai PTM mengemban tugas dan peran yang sangat besar bagi agama, bangsa dan negara, baik di masa sekarang maupun di masa depan. Selain posisinya sebagai salah satu PTM/PTS di Kawasan Timur Indonesia yang tergolong besar, juga padanya tertanam kultur pendidikan yang diwariskan sebagai amal usaha Muhammadiyah. Nama Muhammadiyah yang terintegrasi dengan nama makassar memberikan harapan terpadunya budaya, keilmuan dan nafas keagamaan. .

Pada awal berdirinya, Unismuh Makassar membina dua fakultas yakni fakultas keguruan dan seni jurusan bahasa Indonesia, dan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan jurusan pendidikan umum (PU), dan pendidikan sosial (PS) yang dipimpin oleh rektor Dr. H. Sudan. Pada tahun yang sama (1963) Unismuh

Makassar telah berdiri sendiri dan dipimpin oleh rektor Drs. H. Abdul Watif Masri. Perkembangan berikutnya Unismuh Makassar pada tahun 1965 membuka fakultas baru yaitu: fakultas ilmu agama dan dakwah (FIAD), fakultas ekonomi (Fekon), fakultas sosial politik, fakultas kesejahteraan sosial, dan akademi pertanian. Selanjutnya tahun 1987 membuka fakultas teknik, tahun 1994 fakultas pertanian, tahun 2002 membuka program pascasarjana, dan tahun 2008 membuka fakultas kedokteran, dan sampai saat ini, Universitas Muhammadiyah Makassar telah memiliki 7 Fakultas 42 Program Studi dan Program Pascasarjana yang telah terakreditasi BAN-PT. Dalam perkembangannya, Unismuh Makassar memulai pembinaannya dengan dua Fakultas yakni Fakultas Ilmu Pendidikan yang kurikulumnya mengacu IKIP (sekarang Universitas Negeri Makassar), dan Fakultas Agama Islam dengan kurikulum IAIN (sekarang UIN). Kedua Fakultas tersebut membuka cabang berbagai Kabupaten di Sulawesi Selatan. Untuk Cabang Fakultas Ilmu Pendidikan di Kabupaten Bone, Bulukumba, Sidrap, Enrekang dan kotamadya Pare-Pare, Cabang Fakultas Tarbiyah di Kabupaten Jeneponto, Sinjai, Enrekang, Maros, dan Pangkep. Di Kotamadya Makassar, membuka Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Politik. Untuk tetap bersaing di pasar kerja Unismuh Makassar menggunakan tenaga Dosen Yayasan dari berbagai Perguruan Tinggi Negeri. Status Mahasiswa adalah Pegawai Negeri yang sudah bekerja dan mahasiswa murni.

### Daftar Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar

No	Nama	Tahun
1	Drs.A. Watif Masri	1963-1969
2	Drs.H.Muh Tajuddin B.Rom	1970-1974
3	Prof.Dr.H.Fahrudin Ambo Ente	1974-1980
4	Drs.H.Mahmud Lantana Fachry	1980-1985
5	KH.Djamaluddin Amien, BA	1985-1999
6	Prof. Dr. Rahman Rahim	1999-2000
7	AGH.Drs.Ma'mur Ali	1999-2000
8	Prof. Dr.H. Ambo Enre Abdullah	2000-2004
9	Prof. Dr. Irwan Akib M.Pd	2005-2016
10	Prof.Dr.H.Abd Rahman Rahim SE,MM	2016-2020
11	Prof.Dr.H.Ambo Asse, M.Ag	2020-Sekarang

## 2. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Makassar

Ini menjadi pedoman dalam penyelenggaraan Catur Dharma PTM di Unismuh Makassar untuk kurun waktu hingga 2024. Dengan penjelasan sebagai berikut:

### (a) Perguruan Tinggi Islam

Dimaknai sebagai amal usaha muhammadiyah yang bergerak di bidang dakwah dan amar maruf nahi munkar. Dengan demikian Unismuh Makassar sebagai lembaga pendidikan tinggi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan,

teknologi dan seni senantiasa berorientasi pada pengembangan nilai-nilai Islam dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

(b) Terpercaya

Sebagai perguruan tinggi yang bernaung dibawah perserikatan Muhammadiyah, maka Unismuh Makassar selalu berusaha memelihara citra Muhammadiyah khususnya dibidang pendidikan yaitu menunaikan amanah masyarakat dalam penyelenggaraan Catur Dharma PTM sehingga Unismuh Makassar menjadi pilihan utama masyarakat.

(c) Unggul

Pengertian unggul memiliki makna substansif yang bernilai kompetitif tinggi. Keunggulan Unismuh Makassar akan dibangun melalui kegiatan- kegiatan akademik yang bersifat substansial yang dapat dikompetisikan baik dalam ranah nasional maupun internasional. Keunggulan yang dikembangkan mengarah kepada enam bidang keunggulan yaitu; (1) Pendidikan,(2) Penelitian,(3) Pengabdian kepada Masyarakat,(4) Kemahasiswaan,(5) Kelembagaan, dan (6) Al Islam Kemuhammadiyah. Masing-masing bidang didorong untuk memiliki keunggulan spesifik berupa kemampuan mengimplementasikan nilai-nilai Islam ke dalam seluruh bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan budaya sehingga mempunyai nilai kompetitif yang tinggi.

## (d) Mandiri

Kepercayaan masyarakat dan keunggulan diberbagai bidang merupakan modal utama dalam menggapai kemandirian. Ada dua kemandirian yang dimaksud yaitu; (1) Unismuh Makassar sebagai lembaga yang mampu mandiri dalam pengelolaan dan pengembangan diri, dan (2) mandiri dalam mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh civitas akademika, alumni, masyarakat, bangsa dan negara.

## (e) Terkemuka

Terkemuka bagi Unismuh Makassar memiliki makna sebagai cita-cita mulia yang terencana dan terarah untuk (1) memelihara kepercayaan civitas akademika Unismuh Makassar, alumni, dan masyarakat luas bahwa Unismuh Makassar adalah tempat yang tepat untuk: menuntut ilmu, mengembangkan, dan menyebarkanluaskannya, sekaligus sebagai tempat mengabdikan dan beribadah kepada Allah SWT. (2) meraih keunggulan dalam proses pelaksanaan Catur Dharma PTM, dan (3) mewujudkan kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri, serta mampu mensejahterakan seluruh civitas akademika Unismuh .

### **3. Tata Tertib Kehidupan Kampus Sehat Islami Universitas Muhammadiyah**

Bab 3 Larangan Dan Sanksi pasal 6, Setiap warga kampus dilarang:

1. Membawa senjata api , senjata tajam dan benda lain apapun bentuk dan sebutannya yang dapat membahayakan seseorang ;

2. Merokok dalam lingkungan kampus;
3. Melakukan perbuatan keji dan munkar (semua larangan agama) diantaranya pencurian, minum khamar dan sejenisnya, perbuatan seksual, perzinaan, pemerkosaan, dan sejenisnya;
4. Melakukan tawuran, perkelahian, penganiayaan;
5. Melakukan percobaan kejahatan.

#### 4. Jenis Pelanggaran dan Sanksi Universitas Muhammadiyah

- a. Pelanggaran ringan
- b. Pelanggaran Sedang
- c. Pelanggaran Berat

#### 5. Jenis Pelanggaran dan Sanksi

Jenis pelanggaran dalam kode etik mahasiswa ini adalah sebagai berikut :

Setiap pelanggaran terhadap peraturan Kode Etik ini akan dikenakan sanksi sebagai berikut :

- a. Sanksi Ringan berupa Teguran lisan dan / atau tulisan untuk Pelanggaran Ringan
- b. Sanksi Sedang berupa Skorsing selama waktu tertentu untuk Pelanggaran sedang.
- c. Sanksi Berat berupa Pemberhentian sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makasar Untuk Pelanggaran Berat.

Pasal 8 Sanksi Mahasiswa :

1. Sanksi Ringan berupa Teguran lisan dan / atau tulisan untuk Pelanggaran Ringan .
2. Sanksi Sedang berupa Skorsing selama waktu tertentu untuk Pelanggaran sedang.
3. Sanksi Berat berupa Pemberhentian sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makasar Untuk Pelanggaran Berat.
4. Sanksi Ringan atau sanksi sedang dan atau sanksi berat ditujukan pada Pelanggaran Lembaga Kemahasiswaan khususnya terhadap pelaksana dan penanggungjawab kegiatan dan atau Pencabutan SK kepengurusan atau membekukan Lembaga Kemahasiswaan.

**1. Penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar.**

Universitas Muhammadiyah Makassar adalah salah satu Universitas yang mendukung UU yang di keluarkan Pemerintah mengenai larangan merokok. Larangan merokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar di tetapkan dan di resmikan pada hari Sabtu pagi pada 13 mei 2017 di area parkir kampus. Peresmian tersebut langsung di hadiri Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Ketua Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Sul-Sel, rektor Universitas Muhammadiyah Makassar serta beberapa dosen, Mahasiswa dan sejumlah undangan.

Berikut ini adalah hasil penelitian berdasarkan kerja empat elemen dari teori SMCR.:

1. Sumber:

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok. Proses komunikasi berawal dari sumber atau pengirim pesan, yaitu dimana gagasan, ide, atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak penerima pesan. Sumber yang dapat dipercaya akan dapat memperkuat nilai informasi yang disampaikan. Dengan demikian status, kehandalan dan keahlian sumber menambah bobot sumber dalam proses komunikasi. Sumber juga dapat disebut sebagai komunikator, yaitu pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu, sumber disebut sebagai komunikator, sender, encoder ataupun source. Untuk mencapai proses komunikasi yang diinginkan, seorang sumber atau komunikator harus memiliki kepercayaan (*Credibility*), daya tarik (*Attractive*) dan kekuatan (*Power*) yang akan dijabarkan sebagai berikut :

- a. Kepercayaan (*Credibility*) adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima).
- b. Daya tarik (*Attractive*) adalah salah satu factor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas. Factor daya tarik banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi.
- c. Kekuatan (*Power*) adalah kepercayaan diri yang harus dimiliki seorang komunikator jika ingin mempengaruhi orang lain.

Kekuatan bisa diartikan sebagai kekuasaan dimana khalayak dengan mudah menerima suatu pendapat kalau hal itu disampaikan oleh orang yang memiliki kekuasaan.

Berdasarkan wawancara dengan WR 4 Unismuh Makassar mengatakan :

*“Penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas rokok di universitas muhammadiyah makassar yaitu dengan adanya pemberlakuan surat edaran Sk rector tentang larangan merokok di dalam kampus. meskipun penerapan komunikasi persuasive sudah di terapkan dengan baik hanya saja belum cukup di terima oleh mahasiswa karena masih bersifat nasehat,peringatan”*(Wawancara, 27 April 2022)

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator sumber, dapat dipahami bahwa pemberlakuan surat edaran SK dari Rektor tentang larangan merokok di dalam kampus sudah diterapkan hanya saja masih bersifat himbauan, nasehat dan peringatan saja. Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan Sekretaris BPH universitas muhammadiyah Makassar.

*“Mengukur efektivitas itu harus ada indikatornya,apa nanti yang menjadi indikator sehingga dia diannngap efektif. Secara sederhana bahwa komunikasi itu dilakukan bisa berpengaruh secara efektif kepada setiap individu,jadi peraturan itu disampaikan,dijelaskan,di terapkan agar ada kesadaran untuk mengikuti peraturan”* (Wawancara, 28 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator sumber, dapat di pahami bahwa komunikasi harus memiliki tujuan yang pasti arah mana di tujukan agar tersampaikan dan di terapkan di lingkungan kampus.Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan salah satu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

*“Penerapan persuasif dalam lingkungan kampus Muhammadiyah ini berupa himbauan, pemberitahuan kepada setiap mahasiswa agar tidak merokok di kawasan kampus itu sendiri.”* (Wawancara 30 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator sumber, dapat di pahami bahwa penerapan persuasif hanya berupa himbauan saja tidak ada ketegasan dari pihak kampus tentang larangan bebas asap rokok.

### 1. Pesan

Yang dimaksud dengan pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Pesan adalah keseluruhan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan memiliki tema yang menjadi pengarah di dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Berdasarkan sifatnya pesan memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Informatif Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta), kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informative justru lebih berhasil daripada persuasive
- b. Persuasif

Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan).

c. Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan.

Lebih lanjut WR 4 mengatakan Unismuh Makassar mengatakan:

*“pesan yang di sampaikan oleh pihak kampus berupa larangan-larangan bebas asap rokok di kawasan kampus unismuh.” (Wawancara, 27 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator pesan, bahwa pihak kampus telah memberlakukan larangan bebas asap rokok hanya saja tidak di hiraukan oleh mahasiswa karena hanya berupa nasehat.

Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan Sekertaris BPH universitas muhammadiyah Makassar.

*“Menurut saya sepanjang yang saya saksikan ini sudah sering disampaikan kepada mahasiswa melalui penjelasan-penjelasan pimpinan universitas bahkan oleh lembaga mahasiswa .kemudian mahasiswa sudah ada yang menerima dan ada yang belum menerima.Mungkin saja ada mahasiswa yang mempunyai kebiasaan merokok tapi mendengar ada himbauan kebijakan kampus unismuh sebagai kawasan bebas asap rokok mungkin ada yang mengikuti ajakan itu untung mengindahkan kebijakan tersebut dan merokok di luar kampus karena kesadaran.dan faktanya masih banyak mahasiswa yang kita lihat merokok d area kampus.”. (Wawancara 28 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator pesan, bahwa tdk semua mahasiswa mengikuti aturan larangan merokok dikawasan kampus, kebanyakan mahasiswa tidak menghiraukan himbauan tersebut.

Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan salah satu mahasiswa universitas muhammadiyah makassar.

*“Pesan yang di sampaikan oleh pihak kampus hanya berupa himbauan larangan-larangan bebas asap rokok di kawasan kampus unismuh.”( wawancara 30 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator pesan, bahwa pihak kampus memberlakukan larangan bebas asap rokok hanya berupa himbauan saja sehingga mahasiswa acuh tak acuh pada himbauan tersebut.

2. Channel (Saluran) Saluran komunikasi atau cara penyampaian yang digunakan dalam mengirimkan pesan. Media yang digunakan beragam, tergantung pada target audiensnya. Namun, secara umum saluran komunikasi yang paling berdampak pada efektivitas penyampaian pesan adalah kelima indera manusia; pendengaran, penglihatan, penciuman, perasa, dan penyentuhan.

Berdasarkan wawancara dengan WR 4 Unismuh Makassar mengatakan:

*“Berupa memasang papan-papan bicara larangan merokok, nasehat-nasehat, peringatan dan setiap pertemuan ceramah mesjid selalu di sampaikan tentang larangan merokok. Selain itu juga adanya pendekatan-pendekatan individual, individual disini di mulai dari dosenya, dan dosenya menyampaikan kepada kerabat, atau pada. Mahasiswa.” (wawancara, 27 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator channel /saluran bahwa larangan bebas asap rokok selalu di sampaikan setiap pertemuan ceramah apakah itu dalam bentuk nasehat ataupun melalui peringatan.

Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan Sekertaris BPH universitas muhammadiyah Makassar mengatakan bahwa:

*“tertulis seperti papan-papan bicara yang di pasang di setiap lantai di menar a iqra Ada formal dan ada informal ada juga yang di sampaikan*

*dalam bentuk lisan/langsung bisa di sampaikan dalam bentuk himbauan,nasehat,dan dalam pesan-pesan keagamaan dan ada juga di sampaikan dalam bentuk yang melalui ngobrol-ngobrol,cerita-cerita.ada juga melalui verbal ataupun nonverbal”. (wawancara, 28 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indicator channel /saluran bahwa larangan bebas merokok melalui formal dan informal.

Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan salah satu mahasiswa universitas muhammadiyah makassar mengatakan bahwa:

*“berupa himbauan, media,ada yang secara langsung.”(wawancara 30 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator chanel/saluran berupa himbauan media dan secara langsung

4. Receiver (Penerima) Receiver adalah individu yang menerima pesan terkirim. Sebagaimana pengirim pesan, penerima pesan pun memiliki sejumlah elemen yang dapat mempengaruhi penerimaan informasi.

Berikut beberapa faktor yang dimaksud:

- a. Keterampilan Komunikasi Kemampuan komunikasi yang dimiliki penerima pesan mencakup mendengarkan, menulis, membaca, berbicara, dan lainnya menentukan kualitas dari informasi yang diterima. Sikap Tanggapan yang ditunjukkan penerima pesan melalui perubahan sikap saat sebelum dan setelah menerima pesan.
- b. Pengetahuan Ketika pesan disampaikan oleh seseorang dengan pengetahuan yang baik maka perlu pendengar dengan wawasan serupa agar isi dari pesan tersebut memiliki makna yang sama. Sistem Sosial Respons berbeda-beda yang ditunjukkan receiver akan suatu informasi

dapat dipengaruhi sejumlah aspek dalam sistem sosial seperti nilai, norma, kepercayaan, agama, budaya dan sebagainya.

- c. Budaya Internalisasi terhadap budaya tertentu dapat berimbas pada cara penerima pesan dalam menyerap informasi yang diberikan.

Berdasarkan dengan indikator diatas peneliti kemudian mewancarai selaku sekretaris BPH universitas muhammadiyah Makassar:

*“penerima pesan disini mulai dari dosennya, dan dosennya menyampaikan kepada kerabat, atau pada mahasiswa” (wawancara, 28 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas berkaitan dengan indikator receive/penerima adalah dosen, dan mahasiswa itu sendiri.

## **2. Faktor-faktor penghambat dalam penerapan komunikasi persuasif kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar**

Salah satu hal yang menyebabkan suatu proses komunikasi persuasif tidak lancar oleh karena adanya berbagai macam faktor-faktor penghambat. Faktor-faktor tersebut akan sangat berpengaruh dalam pencapaian efektivitas pesan-komunikasi yang disampaikan. Tergantung dari seberapa banyak dan seberapa besar factor-faktor tersebut muncul dalam proses komunikasi.

- a. Dogmatisme.

Dalam penelitian ini berikut akan dipaparkan beberapa hasil wawancara dengan informan penelitian.

Menurut WR 4 Unismu Makassar:

*“Pesan-pesan terkait kampus Unismuh sebaga Kawasan bebas rokok telah disampaikan dalam berbagai kesempatan dan kegiatan. Misalnya dalam penerimaan mahasiswa baru selalu disampaikan bahwa Unismuh adalah kampus Islami yang bebas dari asap rokok. Selain itu penyampaian terkait*

*Kawasan bebas asap rokok ini ditempel didinding setiap lantai dan ruangan. Tetapi kenyataannya masih banyak yang melanggar ini karena masih ditemukan banyak puntung rokok ditangga dan dijalanan di area kampus” (Wawancara, 27 April 2022).*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka bisa dijelaskan bahwa sosialisasi langsung maupun pemasangan berbagai tulisan kampus bebas asap rokok telah banyak dilakukan. Ini terlihat dari setiap lantai di kampus terdapat tulisan yg tertempel didinding terkait larangan ini. Namun dalam prakteknya masih terjadi pelanggaran oleh para mahasiswa, dan juga pegawai, termasuk dalam hal ini security. ada masalah dalam penerapan kampus bebas asap rokok. Hal ini menunjukkan adanya perilaku *dogmatisme* dikalangan para mahasiswa dan karyawan, dan dosen.

Pendapat yang kurang lebih sama disampaikan oleh Sekretaris BPH Unismuh Makassar:

*“Penyampaian kampus Islami dan bebas asap rokok telah dilakukan dan senantiasa dilakukan oleh pihak Universitas keseluruhan pajabat struktural, dosen, dan para karyawan. Semuanya dilakukan baik secara langsung maupun melalui media yang ditempel didinding-dinding ruangan disetiap lantai” (wawancara 28 april 2022).*

Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan, terjadi hambatan kebiasaan. Hal ini juga sudah dijelaskan oleh salah satu dosen muhammadiyah menjelaskan bahwa yang menghambat pemberlakuan bebas asap rokok ini karna kebiasaan mahasiswa itu sendiri sudah terlalu kecanduan merokok di dalam kampus akhirnya sulit untuk mengubah kebiasaan itu sendiri. Selain itu Salah satu kendalanya mungkin belum terlalu banyak instrument yang dipakai, kemudian peraturan tentang kebijakan kawasan bebas rokok belum banyak yang baca. Ini

kebijakannya belum tersosialisasi menggunakan berbagai macam instrument bahwa komunikasi lisannya jalan. Sudah di terapkan tapi perlu dipeerkuat dengan instrumen-instrumen atau alat-alat komunikasi yang lain yang bisa dijangkau dan bisa dibaca oleh semua civitas akademik

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Sesuai dengan hasil Observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat di kemukakan bahwa dampak dari penerapan kawasan bebas asap rokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar banyak manfaatnya sehingga pimpinan rektorat mengeluarkan surat edarak terkait dengan penerapakan kawasan bebas asp rokok di kampus buri tercinta itu. ini sejalan dengan apa yang telah di sampaikan oleh salah satu informan yang telah peneliti wawancairai. dalam merumuskan agenda penerapan kawasan bebas asap rokok di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar birograsi telah melakukan upaya dalam hal ini dilakukan pendekatan persuasif.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh Peneliti kepada salah satu Informan dalam hal ini WR 4 Unipersitas Muhammadiyah Makassar menyatakan bahwa penerapan komunikasi persuasif pada kawasan bebas asap rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar yaitu dengan memberlaku-kankanya surat edaran SK Rektor tentang larangan merokok di dalam kampus, meskipun penerpan komunikasi persuasif sudah di terafkan dengan baik hanya saja belum cukup diterima oleh mayoritas mahasiswa karena masih bersipat nasehat, himbauan atau peringatan.

Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa ketika pihak kampus serius dalam mengupayakan terkait dengan komunikasi persuasif kaitanya dengan penerapan kawasan bebas asap roko maka peneliti oktimas bahwa akan ada sebuah wadah atau tempat yang sumber daya manusia sehat dan unggul dalam hal ini adalah kampus Universitas Negeri Makassar. bahkan ini bisa menjadi kampus percontohan, karena selama ini peneliti melihat bahwa kebijakan seperti ini (Menjadikan kampus sebagai kawasan Bebas asap rokok) sangat jarang di temuai di Indonesia apa lagi di Sulawesi selatan. terbukti dengan adanya surat edaran beru SK dari Rektor tidak sedikit juga mahasiswa yang sepakat dengan surat edaran tersebu, terutama pada kaum hawa dan beberpa mahasiswa yang punya pemikiran yang sama dengan isi surat edaran Rektor tersebut.

Selanjutnya hasil wawancara berikutnya dengan Sekertaris BPH universitas muhammadiyah Makassar. menurutnya bahwa untuk mengukur efektivitas pendekatan persuasif perlu ada indikator keberhasilan sehingga dapat di katakan keberhasilan atau efektifitas atau tidak, secara sederhana bahwa komunikasi itu dilakukan bisa berlaku secara efektif kepada setiap individu atau mahasiswa jadi seharusnya aturan itu harus di sampaikan dengan baik dan penuh dengan kehatian-hatian supaya apa yang kita sampaikan iu bisa di pahami atau bisa di tangkap dengan baik. sehingga tidak terkesan memaksakan aturan yan telah di buat. terlepas dari itu, dalam melakukan pendekatan untuk mengsosialisakan kawasan bebas asap rokok, harus memberikan penjelasan atau mengedukasi mahasiswa terkai pentingnya kawasan bebas asap rokok di terapkan di kampus. lebih lanjut WR 4 Universitas Muhammadiyah Makassar menjelaskan

bahwa pesan yang di sampaikan oleh pihak kampus larangan-larangan bebas asap rokok di kawasan kampus unismu.

Dari beberapa Informan yang telah di wawancari oleh peneliti semua menjelaskan bahwa pendekatan persuasif kepada mahasiswa terkait dengan kawasan bebas asap roko hanya berupa himbauan atau peringatan sehingga para mahasiswa terkadang acuh dengan tanda-tanda larangan meroko. sehingga dapat di simpulkan bahwa Kawasan bebas asap roko di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar belum efektif bahkan pengaruh dari surat edaran atau SK Rektor yang berisi himbauan tentang kawasan bebas asap rokok kurang memberi efek kepada Mahasiswa.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis melalui data yang didapat di lapangan, dengan ini saya selaku peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Penerapan Komunikasi Persuasif pada kawasan bebas asap rokok di universitas muhammadiyah Makassar sudah diterapkan dengan baik hanya saja mahasiswa masih belum cukup menerima nasehat dan peringatan tersebut.
2. Komunikasi Persuasif ini sudah dilakukan, tetapi masih terbatas sehingga belum bisa diukur efektivitas komunikasinya. harus ada pendekatan secara individu, disampaikan, dijelaskan secara pendekatan-pendekatan individual.

#### B. Saran.

1. Strategi komunikasinya sering di sampaikan melalui pidato-pidato,ceramah-ceramah,tetapi penyampaian lewat papan-papan bicara atau poster belum banyak sehingga peraturan tentang ini belum tersosialisasi dengan baik,peraturan tertulisnya belum banyak dibaca oleh civitas akademik,dosen ataupun mahasiswa. Harusnya agar strategi komunikasi ini berjalan dengan baik maka peraturan itu disosialisasikan. Agar peraturan itu mudah dibaca,mudah dilihat oleh civitas akademika.

2. Agar lebih meningkatkan lagi komunikasi persuasif tentang kawasan bebas asap rokok di kawasan unismuh Makassar, sebaiknya pihak kampus terus memperbanyak himbauan atau memasang tanda larangan di dalam area kampus.
3. sebaiknya birokrasi akademik membuat aturan yang berkaitan dengan dengan meninjau lanjuti dari surat edaran rektor berupa SK, untuk membuat aturan tentang kawasan bebas asap rokok yang lebih utuh di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, dan memberikan sanksi bagi yang melanggarnya sehingga mampu memberi efek jera kepada para pelaku yang melanggar aturan tersebut, dengan begitu akan tercipta kampus yang sehat dan bermartabat.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- A.Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Aditama, Tjandra Yoga. 1997. *Rokok dan Kesehatan*. Jakarta: UI-Press.
- Amir Machmud dan Rukmana, 2010. *Bank Syariah, Teori, kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta :Erlangga
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Herdiyan Maulana & Gungum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasif*. Jakarta : Akademia Permata.
- Keban Yeremias. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Grava Media.
- Kampus sehat islami nomor 590 tahun 1443 H/2021 M.buku saku untuk mahasiswa.
- Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat (Ed 1, Cet 5) , (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2008)
- Mulyana, 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Roudhonah, 2007. *Ilmu komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta CV.
- Soemirat & Suryana, Soleh & Asep. 2016. *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Widjaja. 2010. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta:Bumi Aksara.

## B. JURNAL

Aen Istianah Afiati (2015) *Komunikasi Persuasif dalam pembentukan sikap (studi deskriptif kualitatif pada pelatih Pendidikan Militer Tamtama TNI AD di sekolah calon Tamtama Rindam IV Diponegoro kebumen)*. [https://digilib.uin-suka.ac.id>11730119\\_BAB I-IV](https://digilib.uin-suka.ac.id>11730119_BAB I-IV)

Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, 2010, *Riset Kesehatan Dasar* (Riskesdes 2010), Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta. Di akses pada 8 november 2019.

Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2014. *Unsur-Unsur Komunikasi*. Internet. pada <https://sahabatnesia.com/unsur-unsur-komunikasi>

Departemen Kesehatan (2013). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2013 tentang Peta Jalan Pengendalian Dampak Konsumsi Rokok bagi Kesehatan.

<https://protc.id/wpcontent/uploads/2021/05/PERATU1.pdf>

Hijrah, 2018. *Keefektifan Kebijakan Area Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar*. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/4700-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/4700-Full_Text.pdf)

Hafied Cangara, Komunikasi, Teori, Dan Strategi, Jakarta: PT. Persada, 2016), Hlm. 15 Politik: Konsep

Joseph A. Devito, Komunikasi Antar Manusia (Tangerang selatan : Kaharisma Publishing Group).

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2011. *Standar Pertumbuhan Dasn Kesehatan Remaja Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kesehatan.

Kemenkes RI, 2010, Pedoman Teknis Kawasan Tanpa Rokok : Jakarta.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2016. *Tentang Rokok*. Internet. Dikuti pada tanggal 10 September. Tersedia pada <http://kkbi.web.id/rokok..>

Kemenkes Ri. 2013 *.Riset Kesehatan Dasar : RISKESDES*. Jakarta : Balitbang Kemenkes Ri.

Latief, Abdul 2015. *Gambaran Pengetahuan, Perhatian dan Sikap Mahasiswa Terhadap Media Promosi Kesehatan Berupa Gambar Di Kemasan Rokok Pada Perokok Aktif*. Karya Ilmiah Strata Satu, Universitas Jember. Di Akses pada tanggal 10 September 2019 .

Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta:Kencana, 2008), Hlm. 4

Menteri Kesehatan RI., 2013. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Peta Jalan Pengendalian Dampak Konsumsi Rokok Bagi Kesehatan*, Menkes RI, Jakarta: 13.

Nur Ayu Ainunnisa (2020) Komunikasi persuasif dalam meningkatkan Literasi sastra pada kalangan Difabel Netra (studi kasus komunikasi persuasif komunitas difalitera dalam meningkatkan literasi sastra dalam kalangan Difabel Netra). <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/79688/Komunikasi-Persuasif-dalam-Meningkatkan-Literasi-Sastra-pada-Kalangan-Difabel-Netra>

Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti 2007).

Peraturan Walikota Makassar Nomor 13 tahun 2011 Tentang Kawasan Tanpa Rokok.

PERDA No.4 Tahun 2013 tentang Kawasan Tanpa Rokok.

Werner J severin, James W tankard,Jr, Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan dalam Media Massa, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,Cetakan ke-4 Februari 2009).

Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. *Warta Dharmawangsa*, 56, Article 56. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.8>

<https://123dok.com/article/universitas-muhammadiyah-makassar-gambaran-lokasi-penelitian-gambaran-lokasi.z335irmz>

<https://tirto.id/mengenal-smcr-model-komunikasi-yang-dipelopori-david-kenneth-berlo-f8V5>.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan A:

1. Bagaimana penerapan komunikasi persuasive yang dilakukan dalam pemberlakuan kawasan bebas rokok?
2. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan pihak kampus terhadap kebijakan kampus tentang pemberlakuan kawasan bebas asap rokok?
3. Apakah sejauh ini penerapan komunikasi persuasive dianggap sudah diterapkan dengan baik oleh mahasiswa?
4. Bagaimana jika ada mahasiswa yang masih melanggar aturan, apakah ada pemberlakuan sanksi?
5. Apakah sumber dalam komunikasi persuasive ini sangat berpengaruh terhadap penerapan kawasan bebas asap rokok?
6. Apakah pesan yang di sampaikan ke mahasiswa sudah di terima dan di tetapkan?
7. Bagaimana bentuk pesan yang di sampaikan?
8. Apakah dalam penerapan komunikasi persuasive menggunakan saluran komunikasi ? bagaimana bentuk saluran yang digunakan?
9. Apakah sejauh ini penerima pesan sudah menerapkan pola komunikasi yang disampaikan dan bagaimana responnya tentang penerapan kawasan bebas asap rokok?

Pertanyaan B :

1. Bagaimana selama penerapan komunikasi persuasive tentang penerapan kawasan bebas asap rokok terdapat kendala dalam penyampaiannya ke mahasiswa/staf/dosen yang lain?
2. Bagaimana bentuk kendala yang dihadapi?
3. Apa factor yang melatar belakangi sehingga terjadi hal tersebut?
4. Apa factor pendukung dan penghambat dalam penerapan komunikasi persuasive kawasan bebas asap rokok?.

**DAFTAR SAMPEL**

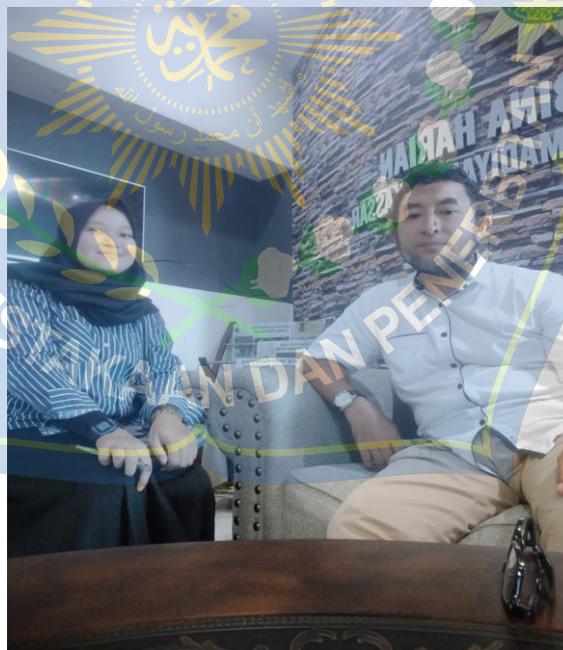
No	Nama	Keterangan
1	Drs.H. Mawardi Pawangi, M.Pd.I	Wakil Rektor IV
2	Mustaqim Muallim S.Ag	Sekretaris BPH
3	Muh.Raufun	Mahasiswa



## DOKUMENTASI



Poster Kawasan tanpa rokok



Wawancara Bersama Bapak Mustaqim Muallim S.Ag/ Sekertaris BPH  
(wawancara 28 april 2022).



Wawancara bersama Drs.H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I Selaku Wakil rector IV  
(wawancara tanggal 27 april 2022)



Wawancara bersama Muh. Raufun (wawancara 30 April 2022)



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Evi Septiana  
NIM : 105650001715  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 30 Agustus 2022  
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

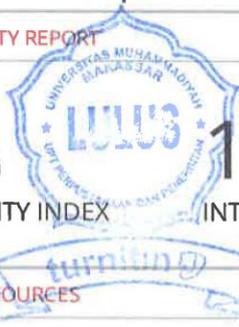
  
Nurshah S. Hum, M.I.P.  
NBM. 904 591

## BAB I Evi Septiana.105650001715

### ORIGINALITY REPORT

**8%**

SIMILARITY INDEX



**11%**

INTERNET SOURCES

**6%**

PUBLICATIONS

**10%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1

[journal.stikeskendal.ac.id](http://journal.stikeskendal.ac.id)

Internet Source

4%

2

Submitted to Skyline High School

Student Paper

3%

3

[repository.ub.ac.id](http://repository.ub.ac.id)

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches



## BAB II Evi Septiana 105650001715

### ORIGINALITY REPORT

<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>14%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>www.universitasjurnalistik.com</b> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</b> Student Paper	<b>5%</b>
<b>3</b>	<b>dakwahalakit.blogspot.com</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>5</b>	<b>Yuanita Sari Yuanita. "Peranan Ulama Kharismatik Memotivasi Prilaku Agamis Masyarakat Kota Palembang", Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis 2021</b> Publication	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>gobejar.blogspot.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>repository.uir.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>

## BAB III Evi Septiana 105650001715

### ORIGINALITY REPORT

<b>9%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>8%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Institut Pemerintahan Dalam Negeri Student Paper	<b>3%</b>
<b>2</b>	Submitted to stipram Student Paper	<b>3%</b>
<b>3</b>	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes	<input checked="" type="checkbox"/> On	Exclude matches	<input checked="" type="checkbox"/> On
Exclude bibliography	<input checked="" type="checkbox"/> On		

## BAB IV Evi Septiana 105650001715

### ORIGINALITY REPORT

**10%**

SIMILARITY INDEX

**8%**

INTERNET SOURCES

**2%**

PUBLICATIONS

**0%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	4%
2	<a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
3	Muh Iqbal, Anwar Parawangi, Arni Arni. "Pola Komunikasi persuasif Pimpinan Universitas dalam Mengatasi Demonstrasi Mahasiswa di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar", Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura, 2022 Publication	2%
4	<a href="https://lpm.kertacendekia.ac.id">lpm.kertacendekia.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes  On Exclude matches  < 2%  
Exclude bibliography  On

# BAB V Evi Septiana 105650001715

## ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX



0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 E-mail : lp3munismuh@plasa.com



Nomor : 1584/05/C.4-VIII/IV/40/2022  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

20 Ramadhan 1443 H  
21 April 2022 M

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Makassar  
di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0649/FSP/A.6-VIII/IV/1443 H/2022 M tanggal 21 April 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **EVI SEPTIANA**  
No. Stambuk : **10565 0001715**  
Fakultas : **Fakultas Sosial dan Politik**  
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**  
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"Penerapan Komunikasi Persuasif Pada Kawasan Bebas Asap Rokok Universitas Muhammadiyah Makassar"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 26 April 2022 s/d 26 Juni 2022.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
MAKASSAR  
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
NBM 101 7716

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**EVI SEPTIANA**, dilahirkan di Nunukan tanggal 20 bulan Mei tahun 1997. Anak Pertama dari enam bersaudara dari pasangan Senong dan Suriani memiliki dua adik laki-laki dan tiga adik perempuan. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 85 LABA Kec.

Enrekang dan lulus pada tahun 2009 kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 3 ANGGERAJA dan lulus pada tahun 2012 dan melanjutkan pendidikan ditahap selanjutnya pada SMK PGRI ENREKANG dan lulus pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi, tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang terdaftar dengan nomor registrasi Mahasiswa 105650001715 dan selesai pada tahun 2022.

Dengan ketekunan hingga motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, peneliti telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penelitian tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan khususnya dalam pengembangan disiplin Ilmu Komunikasi. Akhir kata peneliti mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Penerapan Komunikasi Persuasif Kawasan Bebas Asap Rokok di Universitas Muhammadiyah Makassar”.