BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah merokok merupakan topik pembicaraan yang tak asing dan selalu berkembang, walaupun hal tersebut sudah ada sejak berabad – abad tahun yang lalu. Berawal pada tahun 600 sebelum Masehi, tanaman tembakau mulai ditanam di Amerika Serikat dan pada tahun 1 Masehi penduduk AS mulai merokok. Sementara itu tahun 600, seorang filosof China bernama Fang Yishi mengatakan bahwa kebiasaan jangka panjang dapat merusak paru – paru. Tahun 1929 tercatat sebagai tahun pertama adanya aturan tertulis yakni tentang larangan merokok, yaitu di tempat – tempat ibadah di Negara Bhuton (Aditama, 2004 dalam Spana, 2007).

Merokok adalah suatu kebiasaan yang mengganggu dan merugikan kesehatan. Banyak penyakit yang telah terbukti sebagai akibat dari merokok, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kebiasaan merokok bukan saja merugikan perokok, tetapi juga merugikan orang yang berada di dekatnya. Orang yang tidak merokok tetapi terpaksa menghisap rokok disebut sebagai perokok pasif (Tandra, 2003 dalam Spana, 2007).

Masalah merokok merupakan isu yang sulit untuk dicapai penyelesaiannya dan hingga saat ini masih menjadi pro kontra di kalangan masyarakat. Rokok dibutuhkan oleh sebagian orang, tetapi menyimpan bahaya penderitaan dan

kematian jika mengkonsumsinya. Hal ini didukung dengan fakta bahwa konsumsi tembakau dunia ternyata dapat membunuh satu orang setiap detiknya, saat ini di dunia terdapat 4,9 juta kematian setiap tahunnya dimana 70 persen di antaranya di negara berkembang (Mandan, 2004 dalam Triastera, 2009). Dari segi ekonomi, rokok memberikan kontribusi yang signifikan dengan pemasukan negara. Jika ditinjau dari aspek sumber daya manusia dan sosial ekonomi Indonesia kehilangan investasi pemerintah dan bangsa terhadap pembinaan kesehatan masyarakat.

Industri rokok menyediakan lapangan pekerjaan yang signifikan. Tidak mengherankan jika penanganan terhadap industri ini dilakukan sangat hati – hati karena menyangkut ratusan ribu pegawainya. Di Indonesia sendiri terdapat lebih 100 produsen rokok, walaupun sebagaian besar merupakan produsen berskala menengah dan kecil. Berdasarkan data statistik dari WHO pada tahun 2008 perokok dari ekonomi miskin Indonesia menghabiskan 15 persen penghasilan untuk merokok.[1]

Sesungguhnya, dampak negatif industri rokok sangat dirasakan oleh masyarakat miskin daripada orang kaya. Orang miskin akan jauh lebih rentan terserang penyakit daripada orang kaya. Dan secara tidak sadar, rokok merupakan salah satu faktor jeratan kemiskinan di masyarakat Indonesia. Orang miskin dengan penghasilan keluarga kurang dari 1 juta per bulan harus menghabiskan porsi yang besar dari penghasilannya untuk membeli rokok. Tidak sedikit bahkan menghabiskan ¼ penghasilan hanya untuk membeli 1 sampai 2 bungkus rokok per hari atau Rp. 240.000,- hingga Rp. 480.000,- per bulan. Angka tingkat kemiskinan

[1] Disarikan dari konsumsi rokok, http://www.who.int/tobacco/wntd/2010/en/

di Indonesia mencapai 30 juta jiwa, padahal tingkat konsumsi rokok menghabiskan ¼ dari total penghasilan keluarga miskin.[2]

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2008, Indonesia termasuk dalam kriteria *big smoke* istilah lain dari negara yang menghasilkan pecandu rokok baik kalangan remaja maupun kalangan dewasa pria dan wanita dalam jumlah besar. Pada tahun 2008 perokok Indonesia kalangan anak, remaja dan dewasa mencapai 27,6 persen dari total penduduk Indonesia 225 juta jiwa. Artinya, setiap 4 orang Indonesia, terdapat seorang perokok. Angka presentase tersebut jauh lebih besar daripada Amerika pada tahun 2008 yakni sekitar 19 persen. Perlu diketahui bahwa pada tahun 1965, jumlah perokok Amerika Serikat adalah 42 persen dari penduduknya. Selama 40 tahun lebih Amerika berhasil mengurangi jumlah perokok dari 42 persen hingga kurang dari 20 persen di tahun 2008.[3]

Menurut Sitepoe (2000) dalam Triastera (2009), penghasilan negara meningkat pesat, pendapatan negara dari rokok dapat berupa pajak dan cukai. Pada tahun 1989 pemasukan negara dari cukai rokok hanya sebesar Rp. 1,3 triliun, sedangkan tahun 1998 pendapatan meningkat menjadi Rp. 6,9 triliun. Kenaikan cukai rokok mendatangkan pendapatan yang sangat besar sehingga dapat digunakan untuk pembangunan. Pandangan kontradiktif bahwa merokok adalah dianggap tabu bahkan haram bagi agama dan subbudaya tertentu, namun

[2] Disarikan dari perokok miskin, http://nasional.kompas.com
[3] Disarikan dari perokok miskin, http://nasional.kompas.com

hal itu terkikis dengan adanya sudut pandang lain yang mengatakan bahwa rokok dapat meningkatkan pendapatan negara.

Berdasarkan data Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) 2010 diketahui prevalensi perokok di Indonesia mencapai 34,7 persen dengan jumlah paling tinggi terjadi pada kelompok usia 25 – 64 tahun. Jika penduduk Indonesia mencapai 237,56 juta jiwa, itu berarti ada sekitar 82 juta penduduk yang merokok secara aktif dan kebanyakan ada di pedesaan. Jumlah perokok laki-laki dengan usia diatas 15 tahun sudah mencapai 66 persen. Perokok wanita juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan, pertumbuhan perokok wanita mencapai lima kali lipat dari tahun sebelumnya yaitu 4 persen dari total perokok di Indonesia yang mencapai 82 juta perokok aktif.[4]

Dewasa ini sangat mudah untuk menjumpai wanita yang mempunyai kebiasaan merokok baik di restoran, kafe, diskotik bahkan juga kampus, bagi beberapa kaum perempuan merokok adalah sebuah tren, mode dan solidaritas dengan sesama teman seprofesi. Tindakan individu untuk merokok timbul dari dalam diri individu itu sendiri yang disebabkan berbagai alasan maupun tujuan, seperti halnya; ingin mencoba, mendapatkan citra *macho*, *gentleman* dan *modis*, baik dari status sosial, ekonomi, maupun menerapkan gengsi dari dalam diri perokok itu sendiri (Istiqomah, 2003 dalam Triastera 2009).

Data DepKes dan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dalam Kampanye Hari Tanpa Tembakau Dunia, yang jatuh pada 31 Mei menyebutkan penggunaan

[4] Disarikan dari Kenapa Jumlah Perokok Indonesia Masih Tertinggi Ketiga di Dunia?, http://www.detikhealth.com

tembakau menyebabkan penyakit dan kematian sebanyak 22,6 persen dari 3320 kematian di Indonesia. Tembakau juga menyebabkan 9,8 persen kematian karena penyakit paru *kronik* dan *emfisema* dan 5 persen kasus *stroke* di Indonesia.[5] Sebatang rokok memiliki 4000 bahan kimia dalam bentuk partikel dan racun. Diantaranya *hidrogen sianida* (penghapus cat)*, ammonia* (pembersih lantai)*, naphthylamie, methanol* (bahan bakar roket)*, butane* (bahan pembuat korek api) dan *cadmion* (salah satu bahan dasar aki mobil). Dan ribuan kandungan zat pada rokok, tiga kandungan yang paling berbahaya adalah *tar, nikotin* dan *karbon monoksida.* Bahaya kematian mengintai setiap perokok, termasuk orang di lingkungan sekitarnya (Yonghan, 2004 dalam Spana, 2007).

Rokok mempunyai tingkat popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat, dibuktikan dengan konsumsi rokok di Indonesia merupakan salah satu terbesar di dunia.

Tabel 1.1

Daftar 10 negara perokok terbesar di dunia tahun 2008

No.	Negara	Jumlah Perokok (juta perokok)
1.	China	390
2.	India	144
3.	**Indonesia**	**65**
4.	Rusia	61
6.	Jepang	49
7.	Brazil	24
8.	Bangladesh	23,3
9.	Jerman	22,3
10.	Turki	21,5

Sumber: WHO (2008)

[5] Disarikan dari beberapa media massa, dan juga data dari beberapa buku mengenai perspektif rokok dan kesehatan

Tabel 1.1 menunjukkan konsumen di Indonesia masuk dalam jajaran lima besar konsumen rokok di seluruh dunia. Data yang diperoleh pada tahun 2008 menunjukkan bahwa tingkat perokok di Indonesia berjumlah 65 juta jiwa yang merupakan urutan ke-3 diantara 10 negara di dunia dengan jumlah perokok tertinggi pada tahun yang sama.

Industri rokok meningkat dan jumlah batang rokok yang diproduksipun semakin meningkat padahal luas tanah untuk lahan pertanian tembakau turun. Kejadian ini mengindikasikan banyak terjadi impor tembakau. Pajak dan cukai rokok di Indonesia juga tergolong murah daripada negara lain. Tak hanya itu rokok yang bersifat adiktif, membuat perokok ingin merokok kembali, padahal zat adiktif yang terkandung dalam rokok sangatlah berbahaya dan menyebabkan perokok rentan terhadap berbagai macam penyakit seperti jantung, kanker, paru – paru, dan stroke.

Industri rokok kini gencar beriklan membidik pasar ke kalangan remaja. Menurut mayoritas remaja perokok, merokok merupakan lambang kedewasaan, kejantanan, percaya diri dan gengsi. Pemasar rokok mencoba bersaing dengan membuat inovasi kemasan rokok yang menarik baik dari segi bentuk maupun warna kemasan. Telah banyak diteliti, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 persen adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang

mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (*visual communication*).[6]

Agar berhasil, maka penampilan sebuah kemasan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik pada kemasan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional). Daya tarik visual (estetika) adalah daya tarik yang mengacu pada penampilan kemasan yang mencakup unsur-unsur grafis. Semua unsur grafis dikombinasikan untuk menciptakan suatu kesan untuk memberikan daya tarik visual secara optimal. Daya tarik visual sendiri berhubungan dengan faktor emosi dan psikologis yang menunjukkan bahwa mata dan otak membutuhkan kesederhanaan dan keseimbangan dalam segala hal yang dilihat. Setiap orang hanya akan melihat hal-hal tertentu yang akan direkam otak dan kemudian mempengaruhi pola pikir dan tindakan seseorang. Sedangkan daya tarik praktis (fungsional), merupakan efektivitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan kepada konsumen maupun distributor (Cenadi, 2000).[7]

Sebagai individu yang berbeda, seseorang cenderung melihat dunia menurut cara khusus invidu itu sendiri. Bagi individu, realitas merupakan fenomena yang sangat pribadi, yang didasarkan pada kebutuhan, keinginan, nilai – nilai dan pengalaman pribadi individu itu. Realitas bagi seseorang semata – mata merupakan persepsi individu mengenai apa yang terjadi. Individu bertindak dan bereaksi berdasarkan persepsi individu itu sendiri, tidak berdasarkan realitas yang obyektif. Karena individu membuat keputusan dan mengambil tindakan

[6] Disarikan dari Cenadi, "Peranan Desain Kemasan pada Dunia Pemasaran"(2000)
[7] Disarikan dari Cenadi, "Peranan Desain Kemasan pada Dunia Pemasaran"(2000)

berdasarkan apa yang mereka rasakan sebagai realitas, maka para pemasar perlu memahami gagasan persepsi secara keseluruhan, sehingga dapat dengan mudah menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen (Kotler dan Amstrong, 2008).

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan rokok di dunia sama, yang membedakan adalah regulasi pemerintah setempat. Di Indonesia peringatan bahaya merokok hanya berupa kalimat peringatan dengan *space* yang kecil. Dukungan berhenti merokokpun hanya ada di beberapa tempat seperti rumah sakit dan klinik kesehatan.

Peraturan Pemerintah juga tidak dapat menekan tingkat konsumsi rokok di Indonesia, Presiden mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 81 tahun 1999 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan yang didalamnya menegaskan mengenai penggunaan rokok, kriteria rokok yang boleh masuk di Indonesia dan juga batasan mengenai kegiatan yang berkaitan dengan produk rokok baik berupa iklan, promosi maupun undang – undang mengenai penjualan rokok. Salah satu bunyi pasal yaitu pasal 18 menegaskan bahwa media iklan dilarang merangsang atau menyarankan orang untuk merokok, menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok memberikan manfaat bagi kesehatan. Pemerintah sendiri masih rancu dalam membuat undang – undang untuk menghentikan merokok di Indonesia. Salah satu faktor kegagalan pemerintah menekan laju konsumsi rokok

disebabkan oleh berbagai macam iklan dan juga kreatifitas remaja yang didukung oleh iklan rokok.[8]

Berbeda dengan regulasi yang diterapkan oleh Pemerintah Malaysia. Malaysia telah mengikuti FCTC (*Framework Convention on Tobacco Control*), FCTC merupakan konvensi internasional yang menyepakati sejumlah instrumen pengendalian konsumsi tembakau dunia. Konvensi ini disepakati oleh 192 negara yang tergabung dalam WHO pada 2003. Sekitar 165 negara telah meratifikasinya. Namun Indonesia belum termasuk ke dalam negara yang meratifikasi FCTC. Aturan pelabelan kemasan rokok dengan gambar telah disepakati dalam FCTC.

Di Malaysia tidak ada spanduk, iklan, promosi, bahkan sponsor dari rokok yang diizinkan. Begitu pula dengan kemasan rokok, hampir seluruh kemasan rokok yang beredar di Malaysia menggunakan gambar peringatan kesehatan dengan *space* yang cukup besar sebagai peringatan kesehatan. Gambar yang dicantumkan merupakan gambaran dari efek negatif apabila seseorang merokok seperti, kanker mulut, tenggorokan, lambung, pankreas, hati, ginjal, ureter, kandung kemih, sumsum rahim dan sumsum tulang. Pemerintah Malaysia juga gencar menggalakkan larangan merokok melalui *event – event* tertentu. Pemerintah Malaysia memberikan fasilitas ruangan khusus bagi para perokok, sehingga para perokok tidak dapat merokok di sembarang tempat.

[8] Disarikan dari http://www.philipjusuf.com/2011/11/peraturan-pemerintah-nomor-19-tahun-2003-tentang-pengamanan-rokok-bagi-kesehatan/

Gambar 1.1 Kemasan Rokok Marlboro Indonesia

Gambar 1.2 Kemasan Rokok Marlboro Malaysia

Sumber : http://www.suaranews.com (2011)

Gambar 1.1 dan gambar 1.2 menunjukkan bagaimana perbedaan kemasan rokok dengan merek Marlboro yang beredar di Indonesia dan kemasan rokok merek Marlboro yang beredar di Malaysia. Timbulnya perbedaan pencantuman peringatan kesehatan pada kemasan rokok merek Marlboro disebabkan oleh karena adanya perbedaan regulasi pemerintah mengenai segala aktivitas yang berkaitan dengan rokok yang diterapkan oleh Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Malaysia.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengeksplorasi persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan. Apakah kemasan rokok hanya sebatas kemasan yang tidak berarti bagi konsumen atau kemasan rokok dapat mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen rokok yang akan berdampak pada keputusan membeli. Eksplorasi terhadap desain kemasan terdiri tiga kategori. Pertama adalah inovasi metode membuka, tipe kemasan yang digunakan adalah *fliptop, lighter* dan tipe buku atau novel.

Kategori kedua adalah warna kemasan yaitu merah, hijau, biru dan putih. Ketiga, kemasan yang menggunakan kalimat peringatan kesehatan dan kemasan yang menggunakan gambar peringatan kesehatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berguna untuk mengetahui lebih mendalam mengenai persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fokus terhadap golongan perokok yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam secara individu (*Individual Depth Interview*). Tujuannya adalah mendapatkan informasi dari informan secara mendalam mengenai persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan. Metode kualitatif dalam penelitian ini adalah ***Grounded Theory*** dimana peneliti ingin mengetahui persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan bagi perokok di Indonesia dengan latar belakang pengaruh inovasi kemasan terhadap persepsi konsumen di Skotlandia, UK yang ditulis oleh Moodie, (2011).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi kemasan?

2. Bagaimana persepsi dan sikap perokok terhadap kemasan dengan warna merah, hijau, biru dan putih pada kemasan?
3. Bagaimana persepsi dan sikap perokok terhadap kalimat peringatan kesehatan dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dan sikap perokok pria dan wanita terhadap inovasi kemasan dengan cara membuka kemasan yang berbeda yaitu dengan tipe *fliptop*, *lighter* maupun tipe buku atau novel. Tujuan berikutnya adalah mengeksplorasi persepsi dan sikap perokok pria dan wanita terhadap kemasan dengan warna merah, hijau, biru dan putih pada kemasan, serta mengeksplorasi persepsi dan sikap perokok pria dan wanita terhadap kalimat peringatan kesehatan dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Selain hal tersebut manfaat berikutnya bagi perusahaan adalah sebagai salah satu bagian dari pengembangan konsep perilaku konsumen, khususnya mengenai persepsi pelanggan terhadap produk. Persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan dapat teridentifikasi dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga sebagai

masukan dalam pengembangan ilmu pemasaran, terutama pada bidang strategi pemasaran dalam mendesain kemasan rokok.

Manfaat selanjutnya adalah memberikan masukan bagi pemerintah untuk menetapkan peraturan yang tepat dalam menangani masalah rokok terutama mengenai peraturan pencantuman peringatan kesehatan pada kemasan rokok serta peraturan mengenai kebiasaan merokok di kawasan khusus seperti: rumah sakit, lingkungan pendidikan dan tempat ibadah. Selain itu juga area umum sehingga masyarakat terjamin dan semakin sadar akan bahaya merokok baik bagi perokok aktif maupun perokok pasif.

1.5 Sistematika Penulisan

Miles & Huberman (1994) dalam Triastera (2009) menjelaskan bahwa tidak ada tatanan yang standar untuk membuat sebuah laporan kualitatif. Penulisan laporan kualitatif didasarkan pada pertanyaan penelitian, konteks dan *audiens* yang dituju. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2010).

Bab I Pendahuluan

Bab pertama ini menggambarkan secara singkat mengenai penelitian yang akan dilakukan yang akan diuraikan dalam latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan. Bagian pertama seperti yang telah

disampaikan diatas menjelaskan latar belakang penelitian, bagaimana awal munculnya ide dan permasalahan dalam penelitian ini. Bagian pertama dilanjutkan dengan perumusan masalah. Pada bagian pertama ini juga disampaikan mengenai tujuan diadakannya penelitian yang terutama adalah berusaha menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan, kemudian dilanjutkan mengenai manfaat penelitian. Sebelum menjelaskan tentang paradigma penelitian yang berisi tentang cara pandang peneliti terhadap permasalahan dalam penelitian yang menjadi dasar dalam pendekatan terhadap masalah, disinggung terlebih dahulu mengenai tinjauan konseptual sebagai bekal sekaligus bias peneliti dalam penelitian ini. Setelah penyampaian paradigma, tulisan dilanjutkan dengan tinjauan konseptual yang dimiliki peneliti sebelum peneliti mendekati permasalahan di lapangan yang mempengaruhi pendekatan peneliti terhadap permasalahan.

Bab II Tinjauan Konseptual

Bab kedua ini membahas semua teori yang berkaitan dalam penelitian ini sebagai dasar dan atau pedoman penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ketiga ini membahas metodologi yang dipakai dalam penelitian ini, mulai dipaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam usaha untuk mendekati permasalahan dan

menjawab pertanyaan penelitian. Bagian ini akan menjelaskan tentang desain penelitian yang digunakan, metode pemilihan informan, metode pengambilan data, prosedur penelitian sampai metode analisis data yang digunakan.

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini berisikan tahap – tahap dalam melakukan penelitian kemudian berisikan analisis data yang telah dikumpulkan dan diperoleh selama dilakukannya penelitian dengan menggunakan alat analisis yang telah ditentukan. Selanjutnya, dipaparkan mengenai pembahasan yang dilakukan dalam usaha untuk menjawab pertanyaan penelitian dan refleksi penulis tentang data yang berhasil dikumpulkan. Pada bagian terakhir penulisan penelitian ini disampaikan kesimpulan atas pembahasan sebagai usaha menjawab pertanyaan dalam penelitian.

Bab V Temuan dan Implikasi Manajerial. Bab kelima ini membicarakan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini merupakan penutup yang berisikan tentang temuan hasil wawancara dan analisis dari informan, serta implikasi manajerial.

Dalam bab ini juga mengungkapkan mengenai keterbatasan penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai kesulitan yang dihadapi oleh penulis dan juga informan. Penelitian ini juga

menyampaikan saran – saran yang direkomendasikan peneliti melalui riset yang diadakan baik kepada pemerintah sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan, perusahaan rokok untuk mengetahui desain kemasan produk yang digemari oleh konsumen dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan.

1.6 Keaslian Penelitian

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan sebelum penelitian yang dibuat oleh penulis, beberapa penelitian yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti oleh penulis akan dijelaskan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Perilaku Merokok, Kampanye Anti Rokok dan Persepsi Perokok

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Faktor – faktor yang diteliti	Hasil Penelitian
1.	Iwan Triastera (2009)	*Fenomena Konsumen rokok era baru: Perilaku merokok terhadap citra simbolisme personal*	Bagaimana perilaku dan simbolisme yang dihasilkan oleh perokok pria dan wanita, apakah ada perbedaan antara perokok pria dan wanita dalam kaitannya dengan norma dan psikologis dari perokok dan citra yang ditimbulkan	Terdapat perbedaan pandangan mengenai perilaku merokok antara pria dan wanita di Indonesia. Citra diri yang dihasilkan melalui *image* tercermin dalam *value* atau nilai yang berlaku dalam masyarakat. Adanya norma sosial yang semakin renggang membuat seseorang melakukan aktivitas merokok dalam hal ini adalah domain di faktor lingkungan

Tabel 1.2

Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Perilaku Merokok, Kampanye Anti Rokok dan Persepsi Perokok

Lanjutan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Faktor – faktor yang diteliti	Hasil Penelitian
2.	Iwan Triastera (2011)	*Persepsi wanita perokok dan non perokok terhadap kampanye anti rokok*	Bagaimana persepsi wanita perokok dan wanita anti rokok terhadap kampanye anti rokok di Indonesia, apakah ada perbedaan persepsi antara wanita perokok dan wanita anti rokok terhadap kampanye anti rokok	Gerakan anti rokok tidak dapat dimaknai secara mendalam oleh perokok itu sendiri, mereka cenderung cuek dan acuh tak acuh terhadap aturan yang diberlakukan pemerintah. Gerakan anti rokok menurut wanita anti rokok sudah disosialisasikan mereka mendukung secara peenuh mengenai kampanye anti rokok tetapi harus diimbangi dengan usaha preventif supaya jumlah perokok semakin menurun
3.	Crawford Moodie dan Allison Ford (2011)	*Young adult smokers perceptions of cigarette pack inovation, pack colour and plain packaging*	Bagaimana persepsi perokok remaja terhadap inovasi kemasan rokok, warna kemasan dan kemasan dengan warna polos di UK	Secara umum baik perokok pria maupun wanita berpendapat bahwa inovasi kemasan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian, hal utama yang mempengaruhi adalah merek dan juga rasa dari rokok itu sendiri. Menurut perokok pria dan wanita kemasan rokok warna merah melambangkan keberanian, hijau menggambarkan rokok dengan *menthol,* biru menggambarkan rokok bagi kaum muda, dan putih menggambarkan rokok dengan kandungan tar dan nikotin rendah. Sedangkan persepsi yang dihasilkan mengenai kemasan polos adalah murahan, hambar, membosankan, menjemukan, dan tidak menarik

Sumber : pengolahan data primer (2012)