

## BAB V

### TEMUAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

#### 5.1 Temuan dan Diskusi

Penelitian tentang persepsi perokok terhadap inovasi, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok telah dilakukan. Hasil penelitian yang diperoleh ternyata mengungkapkan bahwa perokok mempunyai persepsi yang bervariasi terhadap inovasi kemasan, warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok, baik perokok pria maupun perokok wanita. Dengan pendekatan analisis isi, dapat dilihat dengan jelas pemetaan persepsi perokok terhadap inovasi kemasan (metode membuka), warna dan gambar peringatan kesehatan pada kemasan rokok.

Perokok pria memberikan kesan bahwa inovasi kemasan tidak berpengaruh pada aroma maupun rasa bagi rokok itu sendiri, yang terpenting adalah cara penyimpanannya yang benar. Apabila kemasan selalu tertutup rapat, maka rasa dan aroma rokok akan tetap terjaga. Perokok pria dan wanita lebih menyukai kemasan dengan tipe *fliptop*, hal ini dikarenakan kemasan dengan tipe *fliptop* nyaman, fleksibel, praktis saat digunakan dan sudah terbiasa menggunakan kemasan tipe *fliptop*.

Temuan berikutnya mengenai persepsi perokok terhadap warna kemasan. Warna kemasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah merah, hijau, biru dan putih. Baik perokok pria maupun perokok wanita menyukai kemasan rokok

dengan warna merah, hal ini dikarena warna merah menunjukkan keberanian. Jika dilihat dari segi rasa, kemasan dengan warna merah memberikan kesan bahwa rokok tersebut adalah rokok berat, yaitu rokok yang dengan kandungan tar dan nikotin yang cukup tinggi sehingga menyebabkan terasa berat pada saat dihisap. Sedangkan untuk kemasan dengan warna hijau perokok pria dan wanita memberikan kesan bahwa rokok tersebut mengandung *menthol* yang memberikan sensasi dingin di tenggorokan ketika dihisap. Perokok pria dan wanita juga memberikan tanggapan bahwa rokok dengan kemasan warna putih dan biru menggambarkan rokok dengan kadar tar dan nikotin rendah yang biasa disebut dengan rokok ringan.

Temuan yang terakhir adalah mengenai gambar akibat merokok yang digunakan sebagai peringatan kesehatan. Perokok pria dan perokok wanita memberikan tanggapan bahwa pencantuman gambar sebagai peringatan kesehatan pada kemasan rokok tidak efektif mempengaruhi seseorang untuk berhenti merokok. Kebiasaan merokok yang sudah menjadi candu bagi perokok tidak dapat dihentikan kecuali terdapat niat dan keinginan yang kuat dari perokok tersebut. Gambar kerusakan anggota tubuh yang dicantumkan dalam kemasan tidak dapat mempengaruhi perokok pria maupun wanita untuk berhenti merokok, perokok pria dan perokok wanita lebih memilih kalimat sebagai peringatan kesehatan pada kemasan rokok. Hal itu dikarenakan perokok merasa gambar tersebut mengerikan, menjijikan, bahkan dapat menghilangkan nafsu makan setiap melihat gambar kerusakan anggota tubuh yang disebabkan karena merokok.

Melalui diskusi, perokok memberikan saran untuk pemerintah dalam membuat undang – undang agar tidak merugikan kaum perokok, karena menurut informan mereka juga mempunyai andil dalam membantu meningkatkan pendapatan negara. Pemerintah seharusnya membatasi keberadaan pabrik rokok yang saat ini semakin berkembang pesat.

## **5.2 Kelemahan Penelitian**

Kelemahan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya, penulis tidak dapat melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan alasan sulit untuk menyatukan persepsi antara seorang akan yang lain mengenai persepsi terhadap inovasi kemasan, warna dan gambar peringatan kesehatan, selain itu ada kecenderungan informan melihat jawaban orang lain dalam FGD. Dalam model penelitian FGD juga harus melibatkan peneliti sekaligus moderator, sehingga peneliti merasa hal ini saat ini belum dapat dilakukan dengan baik.

Peneliti tidak menyertakan analisis mengenai bagaimana persepsi perokok terhadap inovasi kemasan, warna dan gambar peringatan kesehatan di masa datang. Kenyataannya, perubahan tren dan perkembangan teknologi dapat menyebabkan terjadinya perubahan persepsi perokok terhadap kemasan. Kelemahan yang lain adalah peneliti tidak dapat menggunakan foto kelompok perokok dalam penelitian ini dikarenakan alasan dari informan yang menolak difoto.

Hasil penelitian belum mencerminkan persepsi perokok secara keseluruhan, karena informan yang digunakan dalam penelitian dengan kriteria perokok berat belum mewakili karakteristik – karakteristik perokok dengan *setting* di Indonesia. Sebagai salah satu contoh di AS terdapat kemasan rokok dengan gambar kerusakan anggota tubuh sebagai akibat buruk dari merokok, namun di Indonesia peringatan kesehatan pada kemasan rokok hanya berupa kalimat peringatan kesehatan dan bukanlah gambar peringatan kesehatan. Hal ini berpengaruh dalam informasi yang diberikan informan mengenai pendapat, persepsi dan sikap perokok terhadap inovasi kemasan.

Perbedaan *setting* penelitian antara penelitian di AS yang dijadikan referensi dan di Indonesia berpengaruh pada hasil penelitian mengenai inovasi kemasan. Di Indonesia hanya terdapat kemasan dengan tipe *fliptop* yang biasa digunakan oleh pemasar, oleh karena itu hasil penelitian menunjukkan bahwa perokok pria maupun wanita lebih menyukai kemasan dengan tipe *fliptop*.

### **5.3 Implikasi Manajerial**

Dari hasil analisis data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa perokok memiliki persepsi dan sikap terhadap kemasan rokok ditinjau dari inovasi kemasan, warna dan gambar peringatan kesehatan. Persepsi dan sikap perokok terhadap kemasan rokok bervariasi sesuai dengan strategi *positioning* yang diterapkan untuk kemasan produk rokok tersebut. Maka pemasar rokok dapat melihat bahwa desain kemasan dapat mempengaruhi *positioning* produk khususnya dilihat dari segi inovasi dan warna.

Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan elemen grafis kemasan seperti inovasi dan warna kemasan yang akan dibuat agar sesuai dengan *positioning* yang ingin ditanamkan di dalam benak konsumen. Melalui hasil penelitian ini juga diharapkan perusahaan tidak mengabaikan elemen grafis dalam mendesain sebuah kemasan karena kombinasi yang tepat antara elemen grafis kemasan dapat sangat membantu perusahaan untuk mampu menciptakan kemasan yang menarik namun juga dapat berkomunikasi secara visual dengan baik sehingga dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui tampilan visualnya. Maka hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam mendesain kemasan terutama dilihat dari segi inovasi dan warna yang sesuai dengan *positioning*.

#### **5.4 Saran**

Penulis memberikan rekomendasi penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk memberikan aturan perundang – undangan mengenai aturan iklan rokok dan penjualan rokok yang tepat dan dapat digunakan dalam riset produk – produk zat adiktif yang membahayakan kesehatan.

Penulis memberikan saran untuk penelitian yang akan datang menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD) dan kriteria pemilihan informan bukan hanya terdiri dari satu lingkup tertentu akan tetapi dapat melihat lingkup yang lebih luas sehingga dihasilkan penelitian yang lebih lengkap dan juga

menghasilkan variabel – variabel baru yang belum ditemukan dalam penelitian ini.

Bagi perusahaan rokok agar dapat digunakan mengetahui minat beli konsumen rokok sesuai dengan karakteristik gender dan juga rasa sehingga ada modifikasi dalam kaitannya dengan pemasaran khususnya produk rokok. Selain itu agar dapat digunakan perusahaan rokok untuk mendesain kemasan sesuai *positioning* produk yang ditargetkan.



### Daftar Pustaka

- Anonim .2011. *Jumlah Perokok Pemula Meningkat*, diakses dari <http://nasional.kompas.com> pada tanggal 2 Oktober 2011
- Anonim .2011. *Kenapa Jumlah Perokok Indonesia Masih Tertinggi Ketiga di Dunia?*, diakses dari <http://www.detikhealth.com> pada tanggal 2 Oktober 2011
- Anonim .2011. *Indonesia juara 3 Dunia untuk Jumlah Perokok*, diakses dari <http://news.okezone.com> pada tanggal 2 Oktober 2011
- Anonim .2011. *Kemasan rokok luar negri*, diakses dari <http://www.suaranews.com> pada tanggal 2 Oktober 2011
- Anonim .2011. *Pengertian rokok*, diakses dari <http://www.kompasiana.com> pada tanggal 2 Oktober 2011
- Anonim .2012. *Daftar 10 negara perokok di dunia*, diakses dari <http://www.who.int/tobacco.com> pada tanggal 14 maret 2012
- Anonim .2012. *Pengertian rokok*, diakses dari <http://id.wikipedia.org/wiki> pada tanggal 15 maret 2012
- Anonim .2012. *Peraturan Pemerintah nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan* diakses dari <http://www.philipjusuf.com> pada tanggal 15 Maret 2012
- Ariyadin .2008. *Relakah Mati Demi Sebatang Rokok?*, Yogyakarta: Manyar Media
- Cenadi, Christin Suharto, 2000, *Peranan Desain Kemasan pada Dunia Pemasaran*, Indonesia

- Daymon, Christine & Holloway, Immy .2008. *Metode – metode Riset Kualitatif dalam Public Relation & Marketing Communication*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka
- Dewi, Lucia .2009. *Pengaruh Kemasan Bergambar Pada Sikap Konsumen Terhadap kemasan & Merek : Studi Komparasi Merek Nasional Vs Merek Tokok*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Kalaway, Rambu Yetty .2009. *Evaluasi Desain Situs Web Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Klimchuk, Marienne Rosner dan Sandra A. Krasovec. (2007). *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta : Erlangga
- Krisnadewara, P Didit. Setiawan Indra .2005. “*Analisis Perbandingan Faktor – faktor penentu perceived risk pada konsumen rokok ringan dan reguler (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta)*”, Jurnal kinerja vol 09 No.2 pp. 148 – 161
- Kuncoro, Mudrajad .2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Kotler P, .2008. *Manajemen Pemasaran*, jilid pertama, alih bahasa : Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molah. Jakarta : PT Indeks
- Modie, Crawford & Allison .2011. *Young Adult Smokers Perceptions of Cigarette Pack innovation, Pack Colour, and Plain Packaging*, Australian Marketing Journal 19 (174 - 180)
- Moleong, L.J .2010. “*METODE PENELITIAN KUALITATIF*” *EDISI REVISI*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya



- Ntadjaja, Listia, 2002, *Pengaruh Komunikasi visual Antara Budaya Terhadap Pemasaran Produk pada Pasar Ekspor, Ditinjau dari Warna dan Ilustrasi Desain Kemasan*, Indonesia
- Patton, Q.M .2009. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Santana K, Septiawan .2007. *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Sekarlaranti, Ariesta .2008 . *Persepsi Konsumen Terhadap warna, Tipografi, Bentuk Grafis & Gambar Pada Kemasan Produk dengan Pendekatan Multidimensional Scaling*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Spana, Yuni .2007 . *Hubungan Antara Intensitas Merokok dengan Tingkat Kebugaran Jasmani pada Remaja Perokok*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Sukendro, Suryo .2007. *Filosofi Rokok, Sehat Tanpa Berhenti Merokok*. Yogyakarta : Pinus Book Publisher
- Sulistyowati, Wahyu .2008. *Perilaku Merokok pada Remaja Akhir Ditinjau dari Sikap Terhadap Kesehatan dan Persepsi Terhadap Perilaku Merokok*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Triastera, Iwan .2009 . *Fenomena Konsumen Rokok Era Baru: Perilaku Merokok Terhadap Citra Simbolisme Personal*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan
- Triastera, Iwan .2011 . *Persepsi Wanita Perokok dan Non Perokok Terhadap Kampanye Anti Rokok*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta : tidak diterbitkan



# LAMPIRAN

## DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN PARA INFORMAN



