

## CHAPTER 6

### Conclusion and Recommendation

This chapter will explain more about the finding that has been explain in the previous chapter. In this chapter, the researcher will elaborate more on the summary findings, managerial implications, limitations, recommendation for future research, and conclusion.

#### 6.1 Conclusion

The purpose of this study is to identify the impact of package on women smoker perception towards package design. This goal, however, leads to another aim: to provide information for companies about creating and selecting the right design elements based on consumer perception and preferences. These are the main research questions and in order to have answers on them several sub questions are formed. The researcher also analyzed that even though three different groups were being exposed with different treatment (same list of questions for buyers and package designer, different list of questions for seller), so their statements about slim cigarette packaging perceptions and preferences do not have a significant difference. Most of the respondent groups have similar idea in answering questions that contain packaging element variables. The researcher purposely chooses the survey field of respondents that have different background including the buyer, package designer, and seller so that the result of the survey will be more reliable because the result of the survey comes from people who

have roles in the intention to slim cigarette.

As it is stated in the previous chapter, there are two research questions in this research that should be answered by the time the research has completed.

Below are the details on how the analysis of the author interprets those research questions.

1. What leads women to select their favorite product?

The previous research reports that most children chose their favorite product based on taste perceptions, which can be influenced by food packaging (BMC, 2014). This result shows that Packaging is an important Marketing Tools.

Same as the previous research most of the buyer respondents said that the packaging is the major reason when they are hard to determine the quality of product at the first impression. Another explanation from the expertise of packaging is that a packaging plays the main role in marketing a product at the first impression. The researcher agrees that packaging is an intangible sales marketer of a company.

2. What leads women to select their favorite packaging?

The previous research shows that visual elements also appeared to be important for children when selecting their favorite packaging (i.e., character, design, colors) and the healthiest product (i.e., images). Although children rarely mentioned these elements when selecting their

favorite product, they influenced their assessment of the product's nutritional value (BMC, 2014).

Similar findings have been found in this research, from some statements mentioned by the respondents, the researcher acknowledges that in women smoker' perceptions about the well package design are mostly has to be simple in graphics, elegant in colors, familiar in symbol, unique in shape, and compact in size visually. In addition, the package information also should have meaningful product name, well-known brand and, country labeling requirement, clear composition, standard regulation price tag, readable expired date, and smaller health claim.

Based on the products that used in this research, the respondents mentions their preferences in each element, so it can be used by the researcher to make a conclusion about the preference slim cigarette package selected by the women smokers. The final result shows that in total the women smokers prefer with Avolution Packaging Design visually and informationally. This can be proven in table 5.2.

## **6.2 Managerial Implication**

Based on the research conducted, there are considerations that slim cigarettes producer should know in order to sell their product to women consumers:

1. The producer should give attention to package design in order to marketing their new product, because consumers mostly use a package

design as a judgment to choose a product when they cannot determine the quality of product itself.

2. The producer should be more focus on the customize package design (not governmental standard), such as: graphics, colors, symbol, shape, and size in visual element and product name, brand, composition, expired date and health claim.

### **6.3 Limitation of the Research**

Although the result of the analysis can answer all the research questions in this study, there are some limitations faced in this research. Some identified limitations are:

- a. The area covered under this study was Yogyakarta due to availability of well mixed population base in Indonesia. A well structured interview guide lines was designed to interviews the respondents across Yogyakarta.

Due to high population and need for variety of respondents

- b. When considering the findings, the limitations of purposeful sampling must be kept in mind. The researcher purposively construct gendered market segment to make a specific research design.

### **6.4 Recommendation for Further Research**

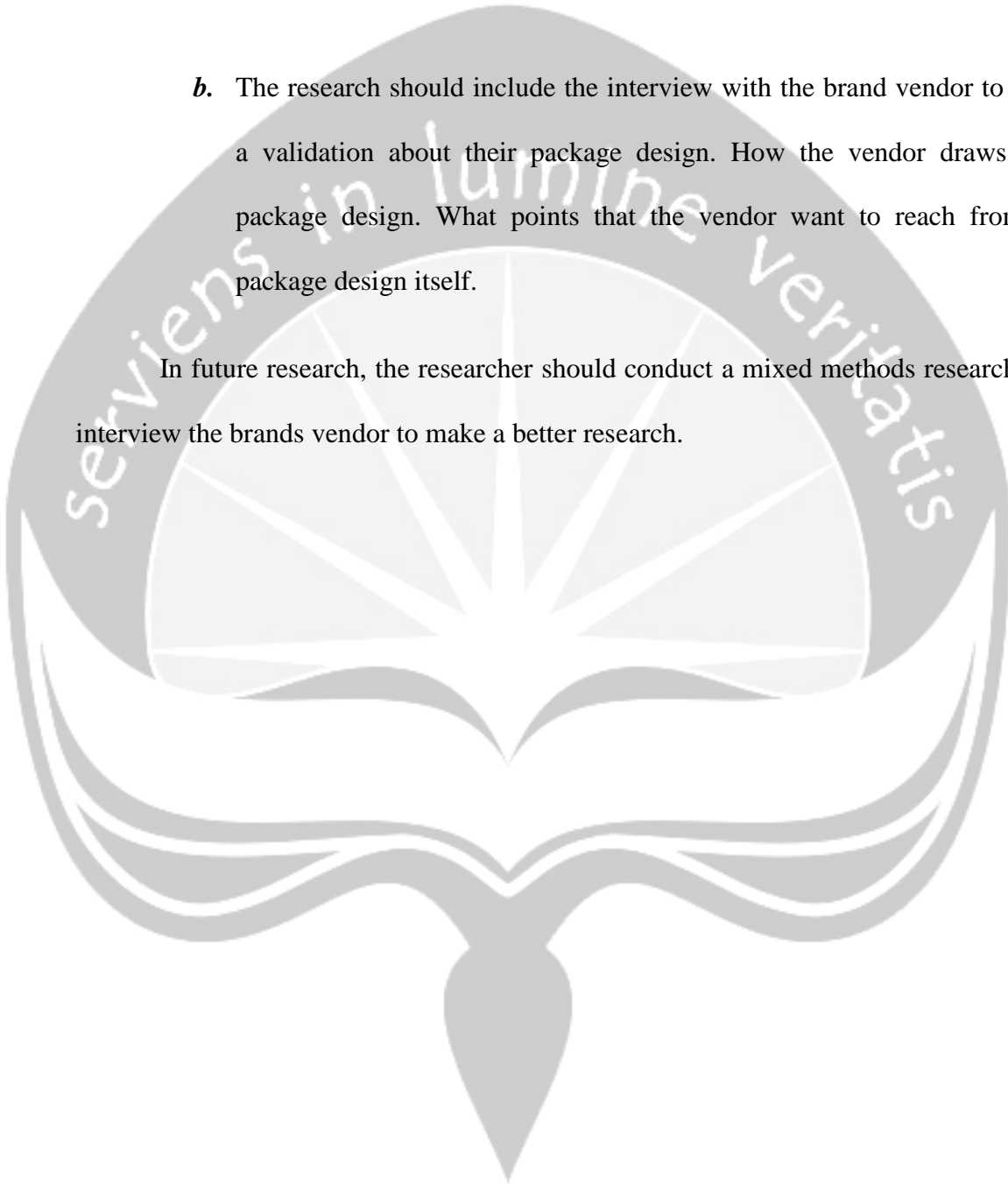
There are still few points that the researcher did not manage to cover, therefore below are some recommendation purposed for the future research:

- a. The research should be in mixed methods research, *mixing qualitative and*

*quantitative data in a single study* (Harrison & Reilly -, p. 8). It can help the researcher to make the data more valid.

- b.** The research should include the interview with the brand vendor to make a validation about their package design. How the vendor draws their package design. What points that the vendor want to reach from the package design itself.

In future research, the researcher should conduct a mixed methods research and interview the brands vendor to make a better research.



## REFERENCES

- BMC Public Health (2014), 14:1274. A Qualitative Study of Children's Snack Food Packaging Perceptions and Preferences [online]. Article URL: <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/14/1274>. Accessed on 24 February 2016.
- Coulson, N.S. 2000. An Application of The Stages of Change Model to Consumer Use of Food Labels, *British Food Journal*, 102, 9, 661-8.
- Euromonitor International (2014). Cigarettes in Indonesia [online]. Article URL: <http://www.euromonitor.com/cigarettes-in-indonesia/report>. Accessed on 27 March 2016.
- Euromonitor International (2014). Tobacco in Indonesia [online]. Available from: <http://www.euromonitor.com/cigarettes-in-indonesia/report>. Accessed on 27 March 2016.
- Garber, L.L.Jr., Burke, R.R. & Jones J.M. 2000. The Role of Package Color in Consumer Purchase Consideration and Choice. Marketing Science Institute. Working paper. Article URL: <http://facstaff.elon.edu/lgarber/misc/garber-package-color-consumer-choice.pdf>. Accessed on 13 April 2016.
- Gofman, A., Moskowitz, H.R. & Mets, T. 2010. Accelerating Structured Consumer Driven Package Design. *Journal of Consumer Marketing*. Emerald Article. Accessed on 17 April 2016.

Gould, D., Eklund, R. C., & Jackson, S. A. 1993. Coping strategies used by U.S.

Holmes, G.R. & Paswan, A. 2012. Consumer reaction to new package design. *Journal of Product & Brand Management*. Emerald Article. Accessed on 23 April 2016.

Patton, MQ. (2001). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd Edition). Thousand oaks, CA: Sage Publications. Accessed on 12 August 2016.

Polyakova K. 2013. Packaging Design as a Marketing Tool and Desire To Purchase. ProQuest Research Article. Accessed on 24 February 2016.

Review ESSE Slim Cigarettes [online]. Article URL:

<https://esseindonesia.wordpress.com/products>. Accessed on 14 March 2016.

Review AVolution Slim Cigarettes [online]. Article URL: [http://www.indonesia-cigarettes.com/sampoerna-avolution/prod\\_18.html](http://www.indonesia-cigarettes.com/sampoerna-avolution/prod_18.html). Accessed on 14 March 2016.

Rundh B. 2005. The multi-faceted dimension of packaging. (Pg.670–684.). *British Food Journal*. Emerald Article. Accessed on 17 April 2016.

Rundh, B. 2009. Packaging design: creating competitive advantage with product

packaging. *British Food Journal*. Emerald Article. Accessed on 17 April 2016.

Silayoi, P. & Speece, M. 2004. Packaging and purchase decisions: An exploratory

study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*. Emerald Article. Accessed on 17 April 2016.

Silayoi, P. & Speece, M. 2007. The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*. Emerald Article. Accessed on 17 April 2016.

Stewart, B. 2004. *Packaging Design Strategies*. Second Edition. The UK: Pira International Ltd. Google books. Accessed on 24 April 2016.

World Health Organisation's Guidelines on Packaging of Pharmaceutical Products 2002. Online Journal. URL: <http://apps.who.int/medicinedocs/s19638.pdf>. Accessed on 2 May 2016.





**Transcript Dheka Ayu Legianingsih, S.IP.** (6 years smoker, 26yr old, SPG – edu: S1)

Interviewer (I)

Dheka Ayu (DA)

I: selamat malam, perkenalkan nama saya mm.. Alexandra Maya Fransisca. Saya akan mewawancarai anda mengenai em kemasan produk. Disini kita akan membahas kemasan dua produk, produk rokok tentunya. Sebelumnya mungkin bisa memperkenalkan diri (Nama Lengkap, Usia, Pekerjaan)..

DA: okay, perkenalkan nama..ku Ayu, panggilannya Ayu. Em umur 26. Pekerjaan swasta.

I: mm, okay, sebelum memulai ini, untuk memvalidasi saya akan bertanya apakah anda sudah mengetahui tentang dua produk ini sebelumnya, karena ini akan mempengaruhi kelanjutan dari wawancara ini. Yang satu kita ada Avolution dan yang satu kita ada ESSE.

DA: he em, pernah tau.

I: disini nanti kita akan membicarakan masalah kemasannya saja, kita tidak akan membicarakan mengenai rasa, mengenai jumlah tembakau TAR dan lain-lain. Kita akan fokus benar-bener pada kemasan dari dua produk ini. Mmm, sebelum memasuki pertanyaan-pertanyaan inti kita, mungkin sebelumnya saya akan bertanya mengenai pengalaman merokok. Mmm apakah anda...

DA: Perokok? Ya, perokok.

I: sudah berapa lama kalo boleh tau?

DA: hehehe.. aktifnya kuliah. En...enam kali (??)

I: okay enam tahun ya. Okay.. mmm sering coba-coba brand? Atau...

DA: akhir-akhir ini sering, dulu sih nggak, tapi pernah nyobain rokok ini berdua.

I: waktu awal-awal?

DA: awal.. kalo ini kan kemasan baru nih, belum pernah coba yang baru.

I: okay, sebenarnya nggak terlalu banyak berubah sih Cuma berubah di desain grafisnya aja ya. Tapi overall kemasannya masih sama.

DA: he em

I: okay sekarang kita akan mulai k pertanyaan-pertanyaan kita. Disini kita akan membicarakan mengenai dua elemen dari kemasan, karena kemasan itu sendiri dibedakan menjadi dua elemen. Yang pertama ada elemen visual dari produk itu. Dan yang kedua ada elemen informasi. Saya akan menanyakan mengenai pendapat anda tentang bagaimana elemen-elemen tersebut di dalam kedua produk ini. Dan nanti juga kita akan me-rating, menurut mbak Ayu apakah kedua produk ini,em.. yang mana yang lebih menarik, yang mana yang punya nilai lebih tinggi. Kita akan bandingkan lebih spesifik lagi. Okay yang pertama kita akan membicarakan mengenai elemen visual ya. Di elemen visual ini nanti ada lima komponen. Kita akan membicarakan grafisnya, warnanya, symbol, bentuk, dan ukuran.

DA: he em.

I: lalu untuk elemen informasi kita ada tujuh poin. Yang pertama nama produk itu sendiri, brand-nya, produsernya, Negara produksi, lalu komposisi, harga, tanggal kadaluarsa, dan klaim kesehatan.

DA: he em.

I: okay, kita akan mulai dari elemen visual, mm ini karena dua produk ini sama saya ambil salah satu ya. Untuk mempermudah. Emm, untuk dari grafik itu sendiri, dari dua ini secara grafis.. desain grafisnya, mbak Ayu sendiri lebih tertarik dengan yang mana?

DA: ESSE

I: dari grafisnya?

DA: he em

I: bisa dijelaskan mengapa ESSE lebih menarik?

DA: hahaha, nggak tau, kayaknya masuk aja gt (hehe).. warnanya.

I: mmm kita lebih bicara soal grafisnya aja ya, dari grafisnya lebih ke bentuk kotak-kotak gini..

DA: he em yak. Ya lebih ke.. mm.. ya ini nya, terus warnanya juga masuk. Mm nggak tau kayak bentuknya dan warnanya nyatu aja, udah.

I: oh menyatu ya?

DA: he e

I: kalo untuk Avolution sendiri? Mungkin ada sedikit kritik dari mbak ayu?

DA: mmm... nggak ada? ..... nggak tertarik aja.

I: haha factor nggak tertarik aja? Okay.. kalo boleh kita berikan rating, untuk ESSE? Mm kita akan berikan untuk skalanya 1 sampai 10, dari sangat tidak sampai sangat ya.

DA: he em

I: dari ESSE sendiri berapa skalanya dari 1 sampai 10?

DA: delapan setengah aja deh.

I: delapan.. setengah? Ini nanti semua akan dibulatkan ya, jadi kalo delapan setengah kita anggep mbak ayu memberikan nilai Sembilan ya?

DA: okay

I: mm untuk grafisnya dari Avolution?

DA: hmmm enam.

I: enam. Okay kita akan lanjut ke pertanyaan mengenai warna dari kedua produk ini. Dari dua produk ini yang lebih menarik hati?

DA: yang ini? Aku suka warna merah dan itemnya.

I: okay combine nya ya dari merah dan item?

DA: walaupun ini juga merah sih, tapi nggak, merahnya nggak idup.

I: kurang ya? Kurang terang?

DA: he em

I: okay em.. berarti lebih memilih ESSE, lalu ini karena lebih idup ya, dan ini kurang hidup?

DA: he em

I: kita akan langsung ke rating ya? Lagi dari 1 sampai 10, untuk ESSE?

DA: warna?

I: iya secara warna

DA: secara warna Sembilan!

I: Sembilan ya, kalo untuk Avolution?

DA: em.. tujuh deh.

I: oke, sekarang kita akan berbicara mengenai symbol. Symbol dari Avolution, ini khas nya Sampoerna. Lalu ada symbol dari ESSE. Bentuk berhologram huruf E.

DA: he em

I: dari dua ini mungkin mm mbak Ayu lebih tertarik dengan yang mana?

DA: Sampoerna

I: A ya Sampoerna. Okay, dari symbol ini bisa dijelaskan nggak kenapa ini lebih menarik?

DA: mm..... nggak tau, kita sering litany yang ini sih. Jadi kayaknya lebih...familiar.

I: familiar. Okay, lalu dari ini mungkin ada yang mau dikritisi mengenai simbol huruf E nya ini?

DA: iya, nggak gitu sih, cuman.. em.. baru tau kalo ini tuh simbolnya ESSE, karena biasanya nggak merhatiin. Heheh.

I: malah baru tau ya haha.

DA: memang tau ESSE tapi baru tau ini simbolnya.

I: berarti simbolnya kurang mengena ya, bahkan tidak diketahui.

DA: ya, haha

I: okay berarti nanti kalo sampai ESSE menutup brand nya, ini juga nggak tau ya kalo ini ESSE?

DA: he e.. Aku nggak tau.

I: okay, kita lanjut ke pertanyaan tentang rating. Untuk ESSE, huruf E nya?

DA: lima

I: Lima, untuk Sampoerna?

DA: Sampoerna? Sembilan.

I: lanjut ke pertanyaan bagian ke empat, yaitu mengenai bentuk. Ini.. ini cukup sedikit banyak dapat kritikan biasanya. Dua bentuk ini memang didesain khusus. Karena memang, slim cigarette itu pada mulanya ditujukan kepada wanita. Asal kita tau bahwa produk ini memang karena tujuannya untuk wanita jadi bentuknya pun disesuaikan dengan selera wanita yang pertama em.. menurut sumbernya Avolution ini dibentuk seperti tube lipstick. Dan untuk ESSE ini dibentuk seperti bedak, wadah bedak, makanya dia lebih slim daripada rokok-rokok normal memang bukan hanya karena isinya, tapi memang karena ini didesain berbentuk seperti bedak. Dan beberapa orang bicara

bahwa ESSE ini memang bentuknya slim karena wanita itu kurang mau terlihat menonjol ketika dimasukkan kedalam saku.

DA: hmm

I: nah sekarang kita akan bicara mengenai bentuk, itu tadi sedikit gambaran ya, mengenai bentuk produk ini. Sekarang kalau menurut mbak Ayu sendiri. Dari versi seorang mbak Ayu, mana yang lebih menarik hati mbak Ayu ?

DA: ESSE.

I: ESSE?

DA: he em

I: meskipun ini bentuknya hampir kayak rokok biasa?

DA: iya, bener, he e, kalo uniknya unik ini, soalnya kan memang Cuma satu yang kayak Avolution gini. Cuma segini gitu lho.. rokok.. walupun bukan slim tapi tetep ini yang unik. Tapi sukanya lebih ke ini sih, tipis dan.. ya nggak tau suka, classy aja.

I: hmm, classy ya. Berarti sekarang kita mau langsung rating, karena tadi sudah disebutkan semua kelebihan kelemahan masing-masing. Jadi nggak ada pertanyaan lanjutan, kita langsung rating, dari 1 sampai 10 untuk ESSE?

DA: 1 sampai 10?

I: iya

DA: delapan deh

I: delapan. Kalo untuk Avolution? Tadi unik katanya..

DA: dari uniknya delapan

I: delapan juga berarti so so ya. Okay, kita beralih ke pertanyaan terakhir di bagian visual, elemen visual, yaitu mengenai ukuran. Sizenya itu sendiri, em.. bicara mengenai ukuran, karena standard orang terhadap ukuran kan berbeda-beda ya. Mungkin seperti tadi, ada yang lebih tertarik dengan ukuran yang masuk kantong pas, tapi ada juga yang bilang karena cewek-cewek itu suka bawa pouch dan ini bisa masuk dengan mudah ke dalam pouch. Nah untuk itu, mungkin kalo dari mbak Ayu sendiri dari segi ukuran itu lebih menarik yang mana?

DA: ukuran? Menarik Avolution.

I: Avolution? Dengan alasan?

DA: e.. em.. ya memang simple, unik sih, simple, simple sih. Tapi kalo keliatannya lebih berkelas ini ESSE

I: dari shapenya ya? Tapi kalo dari sizenya lebih enak ini Avolution?

DA: he em.

I: okay, lebih simple. Sekarang kita akan merating dari segi ukuran untuk ESSE? 1 sampai 10?

DA: tujuh

I: Avolution?

DA: delapan

I: delapan, nggak beda jauh ya, eheh. Okay itu semua tadi visual. Sekarang kita akan berbicara mengenai elemen informasi, ini mungkin agak sedikit lebih.. apa ya.. karena kan nggak banyak orang yang mempedulikan tentang elemen informasi.

DA: he em

I: tapi kan ini bagian yang tidak bisa dikesampingkan dari rokok itu sendiri sebenarnya. Jadi kita disini akan berbicara lebih detail mengenai tujuh elemen. Kita akan mulai dari yang pertama yaitu nama produk sendiri. Disini yang satu ESSE yang satu Avolution. Dari kedua nama produk ini, mana dari keduanya yang menurut mbak Ayu itu lebih *easy to remember* ? gampang banget diterima terus juga gampang diucapin juga kedengerannya enak didengar?

DA: Avo

I: Avolution?

DA: he eh

I: bisa berikan alasannya? Kenapa Avolution?

DA: A-vo-lu-tion, mmm... sekali lagi karena Sampoerna ya. Mmm terus juga Avolution tu.. apa ya? Ya keren aja. E-SSE ya aku hahaha, E-SSE huh. Kalo aku tetep Avolution.

I: jauh lebih keren ya?

DA: yes!

I: jadi dari nama dia lebih keren. Berarti sebenarnya panjang pendeknya nama itu tidak mempengaruhi?

DA: nggak

I: okay, kita langsung akan merating lagi. Dari 1 sampai 10 untuk ESSE dulu?

DA: ESSE?

I: ESSE

DA: ESSE.. lima.. haha

I: lima?

DA: hahaha..iya.

I: haha karena mungkin sebenarnya kita jarang banget ya denger ESSE itu apa.

DA: he eh, iya.

I: artinya juga mungkin kurang tau ya. Okay. Kalo dari Avolution?

DA: delapan

I: delapan, okay. Cukup signifikan ya. Okay kita akan lanjut ke pertanyaan tentang brand. Mmm brand ini kita akan bicara mengenai ESSEnya sendiri. ESSE dan Sampoerna. Ya ini dari dua Brand ini tau nggak diproduksi oleh siapa?

DA: dua brand ini?

I: iya dua brand ini. Avolution dan ESSE. Em dia itu diproduksi oleh siapa, tau nggak?

DA: siapa maksudnya? Sampoerna?

I: nah iya.

DA: oh kalo ini aku tau, kalo ESSE aku nggak tau. Hahahah.

I: oh kalo ini tau ya. Bisa disebutkan?

DA: Avolution ya? Sampoerna.

I: PT H.M. Sampoerna

DA: PT HM Sampoerna he eh.

I: ESSE nggak tau sama sekali ya?

DA: ESSE ? nggak tau.

I: nggak tau ya. ESSE itu dari PT Mandiri Maha Mulia, panjang namanya.

DA: hah..okay.

I: ada di bagian bawah.

DA: oh, he e

I: jadi kita bisa liat disini, sebenarnya brand-nya, brand aslinya, brand pemilik dari kedua produk ini. Okay jadi karena bener-bener nggak tau, kita udah tau ya berarti pilihannya, yang lebih *well known* yang mana.

DA: he em

I: okay kita akan langsung rating aja. Untuk kedua brand ini, yang satu PT HM Sampoerna, yang satu lagi PT Mandiri Maha Mulia. Untuk ESSE ?

DA: lima, hahaha

I: lima haha, okay untuk Avolution?

DA: Sembilan

I: Sembilan. Ok. Nah sekarang kita akan lanjut ke pertanyaan berikutnya. Ini masih nggak jauh beda dari masalah di produksinya. Kalo tadi dari perusahaan apa yang memproduksi, sekarang kita akan berbicara mengenai Negara. Jadi Negara asal dari kedua rokok ini diproduksi. Mmm tau nggak Avolution ini asalnya darimana?

DA: ini? Indo.

I: Indo, okay. Ini asalnya dari Indonesia ya, karena HM Sampoerna tadi ya. Kalo ESSE?

DA: ini ya? Indo? Ini Indonesia.

I: nggak Negara asalnya. Bukan Negara diproduksi aja, karena barang ini awalnya memang diimport

DA: o gitu

I: iya karena barang ini memang awalnya diimport lalu sekarang memiliki ijin untuk diproduksi disini.

DA: oh okay

I: tau nggak Negara asalnya?

DA: ngg..

I: kalo dari namanya mungkin ESSE.. *sounds like...*

DA: E.....SSEeeeeee.....hmmm



I: dari Negara mana? Boleh ditebak mungkin.

DA: ee... mana ya.. Belanda?

I: Belanda, hehe.. sedikit informasi jd ESSE ini dari Korea

DA: okay, pantasan aku nggak ngerti, hahaha.

I: dari Negara Korea. ESSE *slim cigarette* pertama dari Negara Korea. Memang mendapatkan izin untuk diproduksi di Jawa Timur. PT Mandiri Maha Mulia itu pemegang ijinnya untuk memproduksi. Okay kita sekarang bicara mengenai Negara asal tempat pertama kali, bukan lebih ke dimana dia diproduksi tapi lebih mmm, karena kalo ini Negara asal sama Negara diproduksinya kan sama.

DA: he em.

I: tapi kalo yang ini karena diproduksi di banyak Negara, tidak hanya di Indonesia saja. Tapi Negara asalnya Korea gitu. Tadi kurang tau ya. Sekarang pertanyaan yang mau saya tanyakan adalah menurut mbak Ayu sendiri sebenarnya penting nggak tau dari Negara mana rokok itu?

DA: nggak

I: nggak mempengaruhi?

DA: nggak haha

I: kalo, mm, karena kurang em.. sebenarnya semisal kita tau rokok dari Indonesia gitu, karena kadang kana da pengaruh dari Country Image untuk masing-masing Negara, seperti penghasil tembakau terbaik dari Negara mana, itu kan terkadang sedikit membuat orang berfikir ulang gitu.

DA: he eh iya

I: misal beli rokok dari Negara ini, kalo buat mbak Ayu sendiri berarti itu nggak penting ya?

DA: gak, enggak ya..

I: nggak terfikir sama sekali?

DA: nggak, yang penting rasanya kalo rokok

I: jadi nggak pingin tau nih ini rokok dari mana, terus dari kemasannya dicari dulu gitu ya dari Negara mana.

DA: nggak, kecuali kalo memang namanya aneh. Mungkin kalo namanya aneh gitu baru “dari mana nih?” , pokoknya gitu kan. Kalo ESSE kan ya mungkin udah lama tau, tapi mungkin memang nggak mau tau atau cari tau Negara apa gitu. Nggak.. udah pernah ngerasa dan nggak gitu sih...

I: jadi ngga terlalu penting ya. Okay, tapi tetap kita akan menanyakan dari kedua produk ini mana yang lebih menarik, kan sekarang udah tau dari Negara mana.

DA: aku ESSE.

I: pilih ESSE ya. Sekarang kita akan merating lagi seperti biasa

DA: ah hmm

I: dibiasakan kalo belum terbiasa, haha.. ESSE? 1 sampai 10..

DA: ESSE, negaranya?

I: Negara.

DA: Negara produksinya.. delapan

I: untuk Avolution?

DA: Negara produksi.. tujuh

I: tujuh, beda ya? Berarti sebenarnya berpengaruh dong

DA: hah? Emm enggak. Kalo menurut Negara nya. Tapi kalo misalnya nanya “ntar kalo mau beli rokok ini dari Negara ini lho”, nggak. Tergantung aku coba dulu. Suka apa nggak, mau dari Negara mana ya tetep. Gitu..

I: jadi waktu pertama kali, ini kan kita, karena kita kan membicarakan soal kemasan. Itu kita kembali lagi membicarakan soal *first impression*. Jadi waktu pertama kali itu nggak mempengaruhi sama sekali ya?

DA: nggak. Nggak. Nggak.

I: okay, ini berarti mungkin ada sedikit *missed* . kita mungkin harus sedikit meralat rating lagi, karena ketika Negara itu tidak mempengaruhi dua Negara ini nilainya harus sama.

DA: ah ha, okay.

I: berarti untuk..

DA: ehm jadi ini harus dinaikin atau diturunin ya salah satu.

I: iya betul

DA: ESSE aja deh, jadi tujuh

I: jadi ESSEnya jadi tujuh juga, okay. Kurang penting dua-duanya. Sekarang kita akan lanjut ke pertanyaan berikutnya.

DA: he em.

I: ini poin ke empat kita. Kita akan bicara mengenai komposisi atau isi. Ini kita tidak akan membicarakan masalah rasa, tapi kita akan membicarakan masalah apakah kedua produk ini di kemasannya komposisi dan isinya itu mudah dibaca. Jadi di sebelah sini mbak Ayu bisa lihat, ini bentuknya mendatar, kecil tapi mendatar, sedang yang ini dia lebih besar tapi dia menurun seperti ini. Bisa dilihat kan. Dari dua bentuk ini mana yang lebih em apa ya, lebih mudah dibaca, lebih mudah dilihat dan lebih menarik gitu secara desain untuk melihat komposisinya, karena kadang kan kalo kita mau beli rokok mungkin kita juga memperhatikan..

DA: hmm

I: kandungan tar nikotin nya berapa gitu, ya mungkin,...

DA: hahaha..... Em.. ESSE.

I: ESSE? Lebih ke ESSE? Okay jadi malah yang kecil ya, yang besar nggak terlalu tertarik? Karena mungkin apa bisa disebutkan? Kenapa kurang menarik?

DA: mmm.. gampang yang ESSE, kalo ini sih gede, tapi menurun. Kalo ini oke.

I: oke berarti sekarang kita langsung..

DA: rating?

I: merating..

DA: baiklah..haha silahkan.

I: haha, untuk ESSE?

DA: ESSE.. delapan

I: ESSE delapan, Avolution?

DA: tujuh

I: yang ini tujuh, ok. Nah, lanjut ke poin... ini menjelang 3 poin terakhir ya. Ke *price* atau harga.

DA: he e

I: ee.. perlu kita tahu kalo peletakan harga itu pasti disini, dibagian kertasnya, kertas yang ada bea cukainya ini. Nah, e mini semua peletakannya itu sama, karena itu kan dari otomatisasi mesinnya mereka. Nah ini, ini bener-bener di ujung ya, bagian yang agak sulit dibaca mungkin. Yang ini lebih sulit dibaca yang mana, lebih enak dibaca yang mana, lebih enak yang menurun seperti ini, atau yang mendarat seperti ini?

DA: oh ini, sekarang peletakan nya aja?

I: ya peletakannya.

DA: mmm, ini mungkin ESSE, kayak rokok biasa.

I: karena mendarat ya. Mmm untuk Avolution ada sedikit mungkin kritik saran? Mengapa kurang mengena?

DA: agak susah nih.

I: susah bacanya? Karena terpotong?

DA: heem terpotong

I: okay kita langsung merating saja. Untuk ESSE?

DA: ESSE.. delapan

I: lalu..

DA: enam

I: okay. Sekarang kita akan lanjut ke dua pertanyaan terakhir. Yang pertama kita akan bicara mengenai *expired date* atau tanggal kadaluarsa. Sebelumnya tau nggak?

DA: bacanya?

I: iya bacanya

DA: mm.. enggak, hehe

I: nggak ya, hehe, okay. Biasanya mereka itu mencantumkan disini

DA: owh ini memang kurang jelas ya

I: iya disini, kode produksi sudah bisa terlihat ya, satu disini, satunya disini. Sudah dilihat? Okay dari dua produk ini mana yang lebih menarik? Mmm mungkin yang lebih mudah dilihat, entah itu lebih jelas kelihatan.

DA: Avolution sih kalo aku. Aku soalnya nyari kode produksi nya ESSE terus nyari ini tanggalnya nggak kelihatan soalnya.

I: o gitu ya

DA: kalo ini Avolution udah nempel disini nih, iya nggak?

I: iya langsung nempel disini.

DA: he em.

I: berarti lebih ke Avolution ya, dengan alasan lebih keliatan, yang ini tidak kelihatan ya, mungkin kritiknya itu?

DA: he eh.

I: okay sekarang kita akan langsung merating

DA: lagi? Haha

I: iyaa..haha.. untuk ESSE?

DA: ESSE.. lima

I: lima ya. Lalu untuk Avolution?

DA: emm delapan

I: delapan ya, jadi disini Avolution itu juga mencantumkan ED nya, sedang disini ESSE tidak mencantumkan ED nya hanya kode produksi, Cuma ya agak kurang kelihatan ya

DA: yes! Aku nggak akan pernah tau kalo ada kode produksi disini

I: hehe

DA: ini keliatan.

I: iya. Nah ini, yang terakhir ini, isu yang mungkin mmm mbak Ayu sering denger, dan mungkin karena mbak Ayu juga perokok mbak Ayu pasti tau bahwa isu *health claim* ini di Indonesia kan setiap perusahaan rokok wajib mencantumkan *health claim*, karena sekarang memang sudah ada perubahan ya untuk *health claim* dulu Cuma tulisan merokok dapat menyebabkan blablabla..

DA: yak

I: kalo sekarang wajib menyertakan gambar, yang mungkin bagi perokok sedikit banyak cukup mengganggu. Mmm ya disadari atau tidak, kalo dilihat bentuknya agak tidak manusiawi untuk dilihat, nah kalo dari dua packaging ini, kan masing-masing punya desain packaging masing-masing ya.

DA: heem

I: beda beda gitu, nah dari packaging ini yang satunya juga mengakibatkan gambarnya jadi lebih kecil, yang ini tetep dengan ukuran normal. Nah dari dua produk ini, pertanyaannya ini lebih ke.. lebih nyaman yang mana mbak Ayu litany

DA: lebih nyaman yang mana?

I: ya, mbak Ayu sebelumnya saya mau bertanya, terganggu nggak sebenarnya dengan adanya gambar gambar ini?

DA: ehfh.. mungkin.. mungkin ada terganggu tapi ya ndak ngaruh juga sbenarnya sih

I: nggak terganggu ya, tapi sbenarnya gambarnya cukup mengganggu

DA: iya ho'o

I: dari gambarnya ya

DA: kalo diperhatiin iya ternyata haha

I: kalo gitu, karena dua ini kan punya size yang berbeda ya, mungkin yang mana?

DA: lebih nyaman ya, kalo lebih nyaman mungkin Avolution

I: lebih nyamannya Avolution ya, karena...

DA: karena lebih kecil

I: tapi ini tadi dari segi nyaman, sekarang kita juga akan menanyakan, dari segi lain. Ini kan memang merupakan regulasi dari pemerintah juga ya. Apakah ini cukup memberikan informasi sebenarnya dari dua produk ini? Informasi kesehatan begitu. Sering dibaca nggak? Hehe dilihat gitu misalnya "oh kanker mulut tuh kayak gini"

DA: jarang dilihat sih, soalnya cukup menyeramkan

I: intinya ini cukup menyeramkan ya?

DA: iya kalo diliat-liat

I: jadi lebih memilih yang kecil yak arena nggak terlalu seram ya. Avolution berarti. Okay sekarang kita akan merating dari ESSE?

DA: ESSE... tujuh

I: lalu untuk Avolution?

DA: Avolution.. delapan sih

I: okay semua poin udah kita bicarakan disini dari elemen visual, dari elemen informasi. Terimakasih sekali untuk waktunya mbak Ayu. Ini sangat membantu..

DA: untuk perjuangan skripsi. Baiklah!

I: hahaha

DA: Semangat!



**Transcript Leviana Devi** (6 years smoker, 21yr old, office staff – edu: SMK)

Interviewer (I)

Leviana Devi (LD)

I: selamat sore

LD: selamat sore mbak

I: em.. perkenalkan.. saya Alexandra.. saya dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya akan mewawancarai anda untuk keperluan skripsi saya mengenai kemasan sebuah produk, mm dan produk yang digunakan disini emm.. adalah rokok.

LD: ya

I: dan rokok yang digunakan disini adalah rokok-rokok slim cigarette atau rokok-rokok slim yang ditujukan khusus untuk wanita.

LD: oh..

I: mmm dan disini saya akan menggunakan 2 produk, yang pertama, yang pertama em.. ada ESSE.

LD: ya

I: yang kedua ada Avolution.

LD: ya

I: em.. sebelum memulai em wawancara ini terlebih dahulu saya harus menanyakan apakah mbak adalah seorang perokok?

LD: ya mbak, saya adalah perokok.

I: yak, dan pernah mengkonsumsi atau mengetahui tentang kedua jenis produk ini?

LD: yay a, udah pernah semuanya

I: okay, kalo begitu kita bisa mulai wawancaranya

LD: ya

I: mmm..

LD: perkenalan kan mbak?



I: ya, mungkin..

LD: hahaha..

I: bisa dimulai dari perkenalan diri dahulu; seperti nama, usia, pekerjaan, bekerja sebagai apa?

LD: hmmm, e saya leviana, e usia saya 21 tahun, saya bekerja sebagai office manager di Adorable Photoworks. Udah mungkin itu aja mbak.

I: okay, sebelum memulai ini saya mungkin akan bertanya sedikit em mengenai pengalaman merokok mbak Levi.

LD: he em.

I: tentang merokoknya. Sebelumnya mbak Levi ini sudah berapa tahun ya merokok?

LD: emm, itu dari kapan ya, dari SMA, jadi sekitar berapa, 5, eh 6 tahun mbak.

I: em 6 tahun, sejak SMA, em sedikit bertanya-tanya mengenai em rokok ya.

LD: ya

I: jika kita, mm mungkin ada banyak step ya

LD: mm, ya

I: kalo mbak Levi ini karena sudah 6 tahun bisa dikategorikan sebagai perokok yang cukup aktif ya atau sudah sangat aktif. E dan mungkin mmm sedikit bertanya tanya nih waktu pengalaman awal mula merokok, saat itu mmm mungkin diawal sewaktu kita memilih suatu produk itu kan mungkin kita belum tau rasanya ya..

LD: he em

I: karena baru mencoba

LD: iya bener-bener.

I: seberapa sih pentingnya, melihat kemasannya produk itu, misalkan produk itu kliatan menarik atau nggak, itu mempengaruhi atau nggak niat kita untuk membeli?

LD: ya pengaruh sih mbak, pengaruh, kalo dari aku sendiri pengaruh, semakin menarik cara dia packagingnya itu gimana ya, jadi pingin beli gitu lho mbak, ini daripada yang lain

I: oh gitu ya, jadi.. jadi ketika kita nggak tau rasa ternyata packaging itu hal yang kita pertimbangkan

LD: iya, kalo bungkusnya jelek kan, "kok gini sih", terus nggak jadi.

I: kurang tertarik ya

LD: iya kurang tertarik

I: ngomong-ngomong soal kemasan produk itu kita disini juga akan berbicara mengenai kemasannya saja, jadi kita disini nanti tidak akan membicarakan soal rasa, soal tembakaunya, tar, kandungan nikotin, atau dan sebagainya. Kita akan berbicara soal kemasannya saja. Jadi kita akan mengupas semua tentang kemasan ini sendiri.

LD: he em

I: mm pertama-tama kita akan membicarakan dua elemen dalam kemasan itu sendiri, nanti akan kita bagi menjadi dua elemen yang pertama adalah elemen visualnya dan yang kedua adalah elemen informasi yang ada di kemasan itu sendiri.

LD: ya

I: nah, kita akan mulai dari elemen visualnya, kita akan membicarakan tentang grafis, jadi disini kana da grafisnya ya, ini juga ada grafisnya. Ini dua warna yang sama, satu merah, satu biru. Tapi kita akan mencoba dengan yang merah aja

LD: sama

I: ya, karena sama aja, hehe Cuma beda warna.

LD: grafis itu kayak gimana contohnya mbak?

I: ini di bagian ini

LD: oh

I: ini grafis nih, yang abu-abu silver, yang hitamnya ini

LD: oh he em

I: mmm, kalo dari menurut mbak levi dari dua produk ini, kalo missal mbak levi masih baru tuh

LD: seandainya ya

I: ya seandainya gitu kira-kira mbak levi akan lebih tertarik dengan yang mana?

LD: kalo aku sih lebih ke yang Avolution nya ini mbak.

I: Avolution ya?

LD: iya Avolution

I: kenapa Avolution

LD: karena lebih...mmm.. lebih simple aja sih mbak

I: simple?

LD: he em simple

I: jadi karena desainnya simple, okay.. karena kita udah tau nih ya kalo mbak Levi lebih prefernya ke Avolution. Sekarang kita akan me-rating kedua produk ini. Jadi kita akan memberikan nilai

LD: he em

I: skalanya 1 sampek 10 , yang sangat tidak bagus sampai bagus

LD: baik

I: kalo untuk ESSE ? ini mbak Levi akan memberikan berapa nih dari 1 sampai 10?

LD: em, berapa yah, tujuh deh tujuh.

I: tujuh?

LD: yak

I: kalo untuk Avolution sendiri?

LD: em, Sembilan

I: Sembilan?

LD: he em

I: em Sembilan ya, terus kenapa, apa alasannya kasih tujuh ke ESSE

LD: apa ya, kurang simple

I: kurang simple ya?

LD: ya kurang

I: oh, terus yang mbikin kurang simple nya itu apa ya?

LD: ya ini nih ada banyak

I: oh yg ini ya?

LD: ya, ini corak-coraknya, kalo ini cuman segaris aja kan.

I: oh gitu, jadi ini dianggap lebih simple, diberi nilai Sembilan karena lebih simple.

LD: kalo aku sih gitu mbak

I: ya, okay... sudah berbicara soal grafisnya, kita akan berbicara tentang warna

LD: he em

I: jadi disini kan ada dua warna ya, ini, yang ini lebih dominan ke hitam, dan yang ini lebih dominan ke silver, nah kalo dari mbak Levi sendiri lebih tertarik ke warna yang hitam ini atau yang silver?

LD: lebih ke yang hitam ini, ESSE ini.

I: okay item

LD: kalo dari warna ya ini hitam

I: okay lebih yang hitam ya. Sekarang kita akan kembali memberikan rating, dari 1 sampai 10 untuk ESSE skornya untuk warna hitam nya ini?

LD: sem..b ilan

I: Sembilan ya, wow. terus, untuk Avolution ?

LD: tujuh

I: tujuh ya siver nya

LD: he em

I: em sekarang, sedikit bertanya ya, mengenai mengapa kok warna hitam ini em...

LD: menarik saya ?

I: iya mengapa?

LD: yak karena lebih elegan aja mbak

I: oh lebih elegan. Oh iya terus kenapa ya warna ini kenapa, ada masalahkah dengan warna silvernya mungkin?

LD: hehe nggak sih, kurang suka aja. Udah banyak kan warna silver kayak gitu

I: oh sudah banyak ya:

LD: iya..

I: sudah berbicara soal warna, kita akan berbicara mengenai symbol, symbol itu.. ini di bagian sini, untuk ESSE ini, bisa dilihat ini ada huruf E, dan ini huruf A, ya huruf A nya Avolution. Jadi dari huruf A nya dan huruf E nya ini mana yang lebih menarik mbak Levi

LD: em lebih suka yang ESSE mbak

I: lebih yang ini ya, kenapa lebih yang ESSE?

LD: em soalnya kan jarang yang kayak gitu..

I: karena hologramnya ya?

LD: iya hologram maksudnya

I: okay kita kasih nilai lagi, dari 1 sampai 10 untuk simbolnya ESSE berapa?

LD: e.. Sembilan

I: Sembilan ya, lalu untuk simbolnya Avolution?

LD: delapan

I: nggak terlalu jauh ya, alasannya karena itu tadi ya, karena unik

LD: hehe iya, unik hehe..

I: e.. sekarang sudah bicara simbol kita akan langsung ke bagian selanjutnya yaitu mengenai bentuk, bentuk ya, ini hanya membicarakan bentuk bukan ukuran.

LD: bentuk, maksudnya em o ya ya

I: bentuk ini kan yang ESSE bentuknya seperti rokok pada umumnya ya cuman bedanya adalah dia lebih slim, dia lebih tipis dari rokok-rokok biasa. Kalo yang ini dia bentuknya memang sengaja dibentuk kotak, karena ini, em desain mulanya adalah dibentuk seperti tube lipstick

LD: oh itu memang dibikin gitu dari sononya

I: Iya, kalo dari kedua bentuk ini lebih menarik mbak levi itu yang mana?

LD: bentuknya kan ya mbak? Bukan ukurannya kan. Kalo aku lebih suka yang ini mbak.

I: Avolution?

LD: iya Avolution

I: kenapa yang Avolution?

LD: soalnya Cuma ada ini yang kayak gini. Jadi ya kayak gini jarang banget, Cuma ini paling.

I: hamper nggak ada ya. Okay.. kita lagi-lagi akan merating, em untuk ESSE berapa?

LD: em delapan

I: oh delapan ya. Kalo untuk Avolution?

LD: Sembilan, Avolution Sembilan

I: emm, alasannya ini tadi lebih unik ya, sedangkan yang ini kayak rokok biasa.

LD: iya..

I: okay, karena tadi sudah berbicara tentang bentuk, kita akan berbicara mengenai ukurannya.

LD: mm, oh ukuran

I: iya, ukuran itu nanti akan mempengaruhi dimensi saat dibawa, kalo dari dua bentuk ini mbak levi sudah lihat kan ya. Seperti ini mana yang lebih menarik?

LD: dari segi ukuran? Kalo dari ukuran lebih cocok yang ini mbak.

I: knp yang ESSE ini?

LD: karena kalo dikantong nggak keliatan mbak

I: ohya, masuk kantong pas

LD: kalo yang ini kan kalo dimasukin nonjol

I: oh iya nonjol disaku, hehe soalnya kalo cewek biasa celananya ketat-ketat ya, hehe, jadi keliatan..

LD: hahaha kalo ini kayak bawa handphone aja, jadi nggak keliatan bawa rokok.

I: okay sekarang kita merating lagi ya, buat mbak Levi, tadi kan lebih suka ini mau dikasih berapa?

LD: ini ukuran kan ya, Sembilan

I: ukuran Sembilan ya, lalu untuk Avolution?

LD: tujuh

I: okay Avolution tujuh, jadi permasalahannya ada pada?

LD: kenyamanan bawanya sih, kenyamanan dilihat juga

I: ya memang penting sih. Ya karena kita sudah berbicara soal elemen visualnya, sekarang kita akan berbicara soal elemen informasi yang ada di dalam packaging ini. Jadi karena dalam setiap rokok ini kan ada informasi yang diberikan. Dan informasinya biasanya terletak pada packagingnya atau kemasannya ya.

LD: oh iya

I: ya, ada banyak informasi disini, nah sekarang kita akan menilai setiap kepentingan dari masing-masing informasi ini.

LD: oh penting atau nggak nya gitu?

I: mmm, jadi dari mbak Levinya sendiri itu memperhatikan atau tidak saat membeli lalu yang bagus yang seperti apa.

LD: oh, he em

I: kita akan memulai dari mmm nama produk sendiri ini ada dua ya, yang pertama ini ESSE, yang satunya Avolution, ini menurut mbak Levi yang sangat familiar ditelinga itu yang mana mbak?

LD: mmm, lebih sering dengernya gitu ya, Avolution mbak.

I: Lebih sering didenger ya itu, kalo lebih enak didenger maksudnya, Avolution atau ESSE?

LD: mmm, tetep Avolution, lebih familiarnya itu sih

I: tetep Avolution ya berarti, mmm jadi ini panjang pendek dari namanya itu tidak berpengaruh ya?

LD: nggak sih mbak

I: jadi lebih yang Avolution ya, lebih enak diucapin gitu maksudnya

LD: ya iya sih, lebih enak didenger, lebih enak diucapin juga

I: berarti sekarang kita berikan rating lagi ya, untuk ESSE dari 1 sampai 10 em tingkat enak tidak nya didengar, terus kefamiliaran namanya, mbak Levi akan berikan berapa?

LD: delapan mbak, delapan

I: delapan untuk ESSE ya, wow cukup tinggi ya ternyata

LD: iya soalnya ini kan baiknya

I: kalo untuk Avolution sendiri?

LD: mmm angkanya harus genep ya, nggak boleh koma-komaan gitu? Hehe Sembilan, Sembilan deh

I: hehehe Sembilan ya, dibuletin sbenernya ya mbak. Okay... ini delapan dan Sembilan, berarti sbenernya dua nama ini cukup familiar ya, karena diatas tujuh itu kan angka-angka tinggi ya, berarti sebenarnya dua-duanya sama familiarnya?

LD: iya, cuman ini lebih sering

I: oh kalo ini cuman karena lebih sering denger ya

LD: iya ini ESSE ini karena istilahnya cukup sulit ya, jadi kita nggak tau, karena kalo evolution itu kan kita ngerti artinya ya

I: terus ada alasan lain nggak sebenarnya tentang kedua nama ini menurut mbak Levi?

LD: mm nggak sih, karena familiar aja

I: familiar aja ya, hehe

LD: hehehe

I: mmm okay sekarang kita akan berbicara mengenai brand atau merk, jadi ini beda ya nama produk sama merk, jadi merk ini yang dimaksudkan adalah mmm merk dagang

LD: mmm maksudnya mbak?

I: jadi gini untuk kalo tadi kan nama produknya Avolution dan ESSE

LD: yaya

I: nah kalo ini, merk dagang disini adalah Sampoerna

LD: oh

I: kalo disini sendiri ada PT. HM Sampoerna dan satunya lagi PT. Mandiri Maha Mulia

LD: hehehe dah ketahuan kan

I: hehehe kok langsung ketawa

LD: haha nggak kok mbak

I: okay, jadi ada dua brand, mm mungkin kita denger ya ada yang cukup kuat

LD: kuat banget mbak



I: mmm, dari kedua brand ini, mmm mungkin mana yang lebih.. lebih.. apa ya, lebih familiar, lebih sering denger mungkin

LD: oh yang ini

I: o HM Sampoerna ya?

LD: iya

I: kalo yang ini sebenarnya tau nggak ?

LD: nggak, hehe

I: nggak tau malahan? Mmm pernah tau ESSE tapi malah nggak tau kalo ESSE itu dari PT Mandiri Maha Mulia ya, okay, jadi mmm sekarang kita akan memberikan nilai lagi

LD: rating?

I: he em, kalo 1 sampai 10 em tentang brand itu sendiri, pertama kita akan dengan PT Maha Mulia, Mandiri Maha Mulia, kalo dari produknya sendiri?

LD: enam

I: sedangkan untuk Sampoerna?

LD: Sembilan

I: Sembilan ya? Bisa dikasih alasan spesifiknya? Untuk tau gitu..

LD: hehehe karena familiar banget sama yang ini mbak, Sampoerna

I: karena banyak produk ya?

LD: iya banyak produknya, di iklan-iklan juga sering kan, kalo yang ini karena apa ya, memang jarang lihat sih

I: jarang atau malah tidak pernah mendengar?

LD: tidak pernah dengar hahaha

I: pantes tadi agak kaget gitu ya waktu disebutin

LD: iya, eh apa tadi namanya mbak ?

I: PT Mandiri Maha Mulia

LD: mmm hmmm

I: iya, jadi sedikit informasi aja ya untuk mbak Levi, karena mungkin PT Mandiri Maha Mulia ini mmm awalnya mengimpor sampek akhirnya memiliki ijin produksinya

LD: oh gitu

I: iya karena ESSE ini bukan berasal dari Indonesia

LD: darimana mbak?

I: oh malah nggak tau ya?

LD: kayaknya tadi baca Korea ya?

I: Iya Korea, nanti kita akan ngomongin soal country setelah ini

LD: oh ya hehehe

I: ini kan tadi sudah mm.. nah sekarang, eh yah berarti udah tau dong

LD: hahaha

I: kalo ini produknya dari Korea, yah..

LD: haha barusan baca

I: mm okay, eh tapi berarti sebelumnya malah nggak tau ya?

LD: nggak tau, nggak tau

I: haha bagus berarti nggak tau, mmm sekarang kita akan ngomongin soal negara tempat rokok ini diproduksi, kita akan bicara soal country production, mmm udah tau kan ya berarti ini masing-masing darimana. Mmm dari kedua Negara ini, sebenarnya buat mbak Levi penting nggak ini?

LD: maksudnya penting gimana?

I: jadi dibuat di Negara mana itu mempengaruhi nggak buat mbak Levinya sendiri untuk membeli product, kan kadang.. misalkan kita belum tau produknya cuman tau dari kemasannya, "wah ini buatan luar" gitu, soalnya kan kadang apa ya, beberapa, eh sering kita tuh under estimate sama produk sendiri gitu

LD: oh yaya sering sih

I: nah ini kalo untuk perokok sendiri mempengaruhi nggak?

LD: kalo saya sih enggak mbak, kurang, kurang, nggak terlalu

I: kalo buat mbak Levi sendiri jadi Negara tempat produk ini diproduksi mempengaruhi?

LD: nggak sih

I: jadi kalo beli rokok kemasannya nggak diliat dulu, dari Negara mana gitu mungkin?

LD: haha nggak, lha itu malah nggak tau kan tadi kalo itu dari Korea

I: oh gitu ya, berarti memang nggak terlalu penting ya, okay kita akan merating kalo gitu, untuk mbak Levi ini berapa untuk ESSE

LD: dari apanya nih, dari negaranya?

I: iya kan tadi kita sudah tau kalo ini dari Korea, nah terus mmm mbak Levinya sendiri lebih tertarik yang mana?

LD: sama aja

I: oh sama aja

LD: ya sama aja, kalo negaranya kan

I: oh jadi kalopun tau negaranya nggak masalah juga ya? Jadi kalo untuk nilainya?

LD: nilainya sama

I: hehe sama, berarti nilainya berapa ya?

LD: tujuh

I: tujuh, kalo untuk Avolution?

LD: tujuh juga

I: jadi yang ini tujuh, yang ini tujuh. Okay jadi sekarang kita ngomongin soal komposisi dan isi ya, dari nikotin itu sendiri, ini kan udah ngerti lah ya, gambarannya tentang mm karena memang mungkin nggak terlalu penting ya buat mbak Levi ya kadarnya berapa

LD: hehehe

I: jadi ini tentang ini nih, bentuknya aja

LD: bentuk, maksudnya? Ooh..

I: kemudahannya dibaca, jd kita langsung tau kadar nikotin dan tar di kedua produk ini, yang ini dan yang ini, kira-kira lebih mudah yang mana?

LD: yang ESSE

I: oh ESSE, lebih mudah dilihat yang ESSE?

LD: iya lebih mudah dilihat yang ESSE

I: jadi dia..

LD: segaris ya

I: oh iya segaris ya, kalo yang ini dipotong-potong ya

LD: ya walaupun lebih besar tapi masih kurang

I: mm kurang ya, okay karena ini kurang ya, jadi mbak levi lebih memilih yang ESSE

LD: he em

I: okay sekarang kita kasih penilaian. Okay penilaiannya untuk Avolution sendiri?

LD: sebenarnya bagus sih, tapi kan saya lebih suka yang ESSE, jadi ini delapan

I: okay, yang ESSE?

LD: Sembilan

I: Sembilan ya, jadi lebih jelas terlihat ya. Okay sekarang kita akan lanjut di masalah harga. Tau kan kalo disini sbenarnya ada harganya?

LD: tau tau kok hehe

I: okay , harganya biasanya ada disini di kertas cukainya, kalo ini bisa dilihat kan, kalo ini diletakkan disebelah sini , kalo yang ini agak disini ya

LD: iya minggir

I: mm lebih mudah yang mana ya menurut mbak Levi?

LD: yang ESSE mbak

I: yang ESSE lebih gampang ya

LD: iya mbak

I: yang ini mungkin karena bentuknya yang terlalu unique kali ya

LD: iya jadi susah, naruhnya juga susah gitu

I: jadi ini berapa menurut mbak Levi?

LD: untuk apanya nih?

I: untuk ini, peletakan harga

LD: mm bagus apa nggaknya ya?

I: iya jadi bagus apa nggak diliatnya gitu

LD: mmm, delapan

I: ini delapan kalo untuk yang ini?

LD: enam deh

I: karena..

LD: miring-miring gitu

I: o karna di sudut ya jd agak susah dilihat. Okay sekarang kita akan berbicara mengenai e.. expired date atau tanggal kadaluarsa, tp sebelumnya kamu tau nggak kalo rokok ada tanggal kadaluarsanya?

LD: sekarang tau, sekarang tau, hehe

I: salah berarti saya tanyanya ya, hehe, ini tanggal kadaluarsanya ada disini, biasanya ada tulisan kode produksi

LD: oh yang ini ya?

I: yang ini lebih nggak kelihatan ya.. ini yang ESSE, yang ini Avolution di sebelah sini, jelas bisa dilihat?

LD: ya

I: bisa dikasih nilai nggak kira-kira peletakan e peletakan

LD: expired datenya

I: expired datenya lebih kliatan mana?

LD: ini lima

I: yang ESSE lima, yang Avolution?

LD: tujuh

I: bisa kasih alasannya nggak kenapa yang ini lima dan yang ini tujuh

LD: ini masih bisa dibaca kalo ini lumayan

I: oh iya masih bisa dibaca

LD: kalo yang ini susah mbacanya mbak

I: iya ya yang ini susah dibaca, oh yang ini ada kode produksi dan juga ED

LD: he em expired date, agak jelas

I: kalo yang ini Cuma kode produksi

LD: he em nggak jelas

I: iya ya nggak keliatan juga, percuma yang naroh

LD: hehe

I: okay, setelah expired date kita akan, mmm ini pertanyaan terakhir tentang health claim.

LD: hmm

I: jadi kalo produk rokok itu kalo di Indonesia itu ada sedikit, eh ya nggak sedikit sih, tapi banyak sekali aturannya, karena kan pemerintah juga berusaha menekan produk, mmm karena kan bicara soal rokok itu kan cukup sensitive ya, mungkin masuk isu yang cukup sensitive untuk kita khususnya di Negara kita ini. Nah peraturan yang terbaru itu kan setiap perusahaan rokok itu wajib memberikan ini, mmm memberikan..

LD: gambar

I: nah kalo dulu kan Cuma tulisan rokok menyebabkan

LD: yayaya

I: kanker, blablabla, nah kalo sekarang kan wajib menyertakan gambar yang cukup mengerikan ya, haha

LD: hahaha ngeri banget itu mbak

I: oh ya ngeri banget ya. Nah kalo gambarnya itu sama semua ya sebenarnya

LD: setipe

I: Cuma melihat dari kemasannya, ini sendiri, ini kan keliatan ya yang satunya ukurannya agak lebih lebar dan yang satunya lebih kecil ya, mmm kalo dari mbak Levi sendiri itu lebih suka yang mana?

LD: lebih suka buat ini nya kan?

I: lebih suka buat dirinya mbak Levi gitu. Lebih menarik yang mana?

LD: hahaha, yang Avolution lah mbak

I: oh yang Avolution ya, yang kecil ya?

LD: iya soalnya dia lebih nggak keliatan banget gitu mbak, dan ketutupan ini juga kan mbak.

I: iya juga sih, yang ini udah kecil masih ketutupan setengahnya. Okay sekarang bisa dikasih rating untuk yang ESSE ini berapa

LD: mmm untuk yang apa ini?

I: untuk health claimnya

LD: berarti untuk pinter nggak nya dia nutupin ini apa...

I: nggak, health claim itu lebih ke mbak Levi lebih nyamannya..

LD: oooh yayaya

I: karena kan health claimnya sebenarnya semua sama kan Cuma peletakan dan ukuran ini yang beda, jadi buat mbak Levi sendiri, mbak Levi lebih nyaman liat yang mana?

LD: yang Avolution

I: yang Avolution ya, bisa dikasih ini nggak, rating nggak buat yang ESSE?

LD: untuk ESSE enam

I: enam, kalo untuk Avolution?

LD: tetep ngeri sih, tapi berapa ya, emmm delapan

I: tapi delapan ya?

LD: tujuh tujuh tujuh hehehe

I: tujuh?

LD: hahaha tujuh tujuh

I: oke ini enam ini tujuh karena alesannya ini lebih kecil ya?

LD: lebih kecil, he em

I: nggak semenakutkan yang ESSE ini

LD: iya iya

I: sedikit bertanya nih mbak, ini untuk menutup pembicaraan kita ya, sebenarnya health claim ini, ini kan peraturan pemerintah ya, ini diwajibkan kepada seluruh produsen

rokok di Indonesia, maupun rokok luar yang masuk ke Indonesia wajib menyertakan ini. Sebenarnya buat mbak Levi sendiri ini ya, ini cukup mempengaruhi niat belinya mbak Levi nggak sih

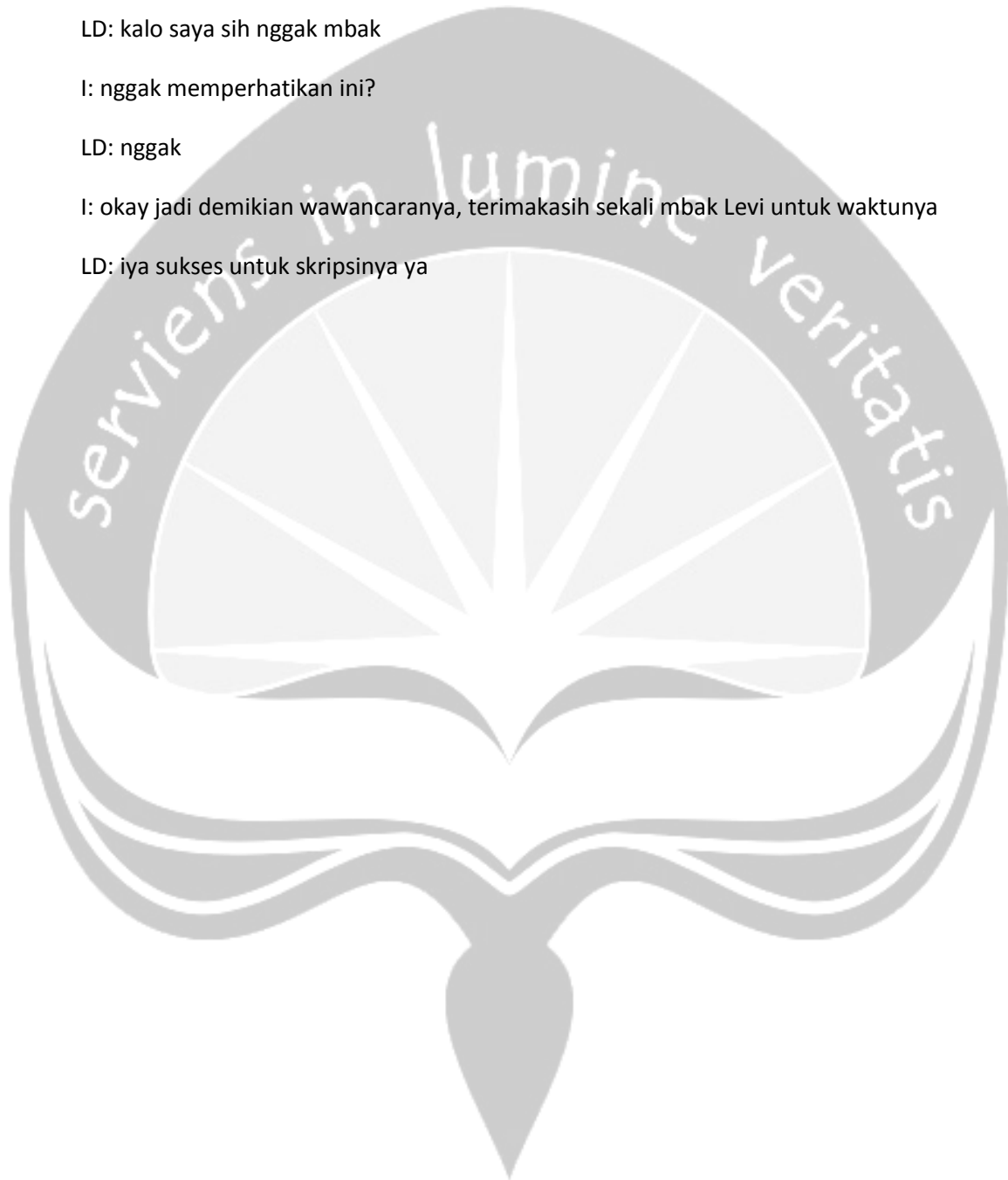
LD: kalo saya sih nggak mbak

I: nggak memperhatikan ini?

LD: nggak

I: okay jadi demikian wawancaranya, terimakasih sekali mbak Levi untuk waktunya

LD: iya sukses untuk skripsinya ya





Transcript Elita (4 years smoker, 22yr old, student – edu: undergraduate)

Interviewer (I)

Elita (E)

I: selamat Malam

E: em malam

I: perkenalkan nama saya Alexandra Maya Fransisca, disini saya akan mewawancarai anda mengenai kemasan produk, produk yang akan kita bicarakan adalah rokok tentunya. Em sebelumnya mungkin saya akan menanyakan apakah anda perokok

E: ee iya, tapi nggak terlalu aktif gitu sih

I: okay, ee mungkin sebelum memulai anda bisa memperkenalkan diri terlebih dahulu dari nama usia lalu semisal masih kuliah atau sudah bekerja, bisa disebutkan backgroundnya.

E: eem nama saya Elita, saya dari Universitas Atma Jaya Fakultas Ekonomi, umurnya masih 22 tahun

I: oke, ee sebelum memulai pertanyaan ini mungkin bisa diceritakan sedikit e mulai mengenal rokok pertama kali kapan? Sudah berapa lama kapan kira-kira anda merokok?

E: emm kalo saya pribadi pertama kali kenal rokok itu awal-awal SMA

I: okay

E: mungkin karena kebanyakan rata-rata temen cowok itu ngrokok juga jadi yach lama-lama ikut dibawa ngrokok juga, dari SMA terus juga mmm sempet berhenti kuliah Cuma akhirnya akhir-akhir ini mulai ngrokok lagi. Cuma kalo saya pribadi itu ngrokoknya nggak terlalu aktif gitu lho, jadi mungkin kebanyakan beberapa orang kalo ngrokok kayak misal ketergantungan gitu ya, kalo misal nggak ngrokok entah mulutnya pait atau apa, tapi kalo saya pribadi ya enggak, untungnya Puji Tuhan enggak

I: okay, berarti e mini bukan perokok yang benar-bener terlalu aktif ya. Mungkin kita sekarang akan membahas sedikit mengenai kemasan rokok itu sendiri, jadi disini nanti kita tidak akan membicarakan mengenai rasa dari rokok atau kandungan TAR ataupun nikotin nya, kita akan berbicara lebih mengenai mmm kira-kira apakah kemasan produk itu bisa mempengaruhi. Em ini sebenarnya agak sangat cocok ya buat mbak Elita, karena kan dari penjelasan mbak Elita tadi bahwa ketika mbak Elita memutuskan untuk merokok itu bukan yang benar-bener aktif kan.

E: ho'o

I: jadi bukan, em jadi mungkin apakah ketika awal pertama kali memilih itu biasanya kan kita belum tau rasanya jadi melihatnya dari kemasan atau dari iklan

E: iya betul, bisa bisa dari kemasan

I: nah disini kita akan berbicara mengenai kemasan, disini nanti akan ada dua jenis pertanyaan mengenai, em yang pertama mengenai visual dari kemasan itu sendiri, dan yang kedua itu dari elemen informasi dari kemasan itu. Di elemen visual kita akan membagi menjadi lima kelompok. Mmm yang pertama mengenai grafis, kedua mengenai warna, lalu yang ketiga mengenai simbolnya, lalu yang keempat adalah bentuk, dan yang kelima adalah ukuran. Lalu untuk elemen informasinya sendiri kita akan bagi menjadi tujuh, yang pertama nanti akan ada nama produknya, lalu brand atau merk, lalu produksi, lalu komposisi, harga, tanggal kadaluarsa, dan klaim kesehatan, okay

E: siapsiap

I: mungkin sekarang bisa kita mulai

E: boleh

I: sebelumnya mbak Elita tau dua produk ini yah?

E: oh tau tau, tau banget, tau tau, sebelumnya pernah coba juga sih jadi tau

I: okay, bagus, eee yang pertama kita akan berbicara mengenai elemen visualnya, yaitu mengenai grafisnya, e dari kedua produk ini, dari secara desain grafisnya, grafisnya aja ya

E: he em

I: nggak usah terpengaruh oleh warnanya atau apalah, tapi grafisnya ini yang kotak dan garis ini

E: iya ho'o

I: itu mana yang lebih srek menurut mbak Elita? Yang lebih mengena..

E: kalo dari desain visualnya kalo menurut saya yang menarik yang ESSE

I: yang ESSE

E: e hhh lebih menarik aja sih bagian ini, dibanding kalo yang ini terlalu biasa gitu lho

I: oh terlalu biasa

E: terlalu simple

I: jadi Avolution ini lebih terlalu biasa

E: he em kalo secara desainnya

I: okay, kalo gitu setelah tau *preference* nya itu lebih ke..

E: ke ESSE

I: nah sekarang kita akan merating, jadi memberikan rating dengan skala dari 1 sampek 10, dari paling baik atau paling menarik menurut mbak Elita. Jadi dari yang paling tidak sampai yang paling menarik gitu

E: he em

I: kalo untuk pertama kita akan bicara mengenai ESSE berapa dari 1 sampai 10?

E: delapan lah

I: delapan ya, kalo untuk Avolution

E: enam

I: okay sekarang lanjut ke pertanyaan kedua , yaitu tentang warna dari kedua produk ini. Nah yang pertama ini e ini warnanya lebih dominan ke hitam ya ESSE nya

E : iya

I : kalo yang ini lebih ke silver , emang sengaja dibikin gini karena sama sama merah , yang satu lebih dominan item yang satu lebih dominan item . mbak Elita milih yang mana ?

E : mmm karena saya suka warna yang gelap gelap saya pilih produk ESSE

I : em ke ESSE ya , karena gelap hitam

E : haha iya karena gelap hitam

I : brati , kalo yang ini menurut mbak Elita ada yang kurang gitu dari warnyanya atau gimana ?

E : mmm ... apa ya .. mungkin karena warna silver gitu ya .. warnanya agak kurang aja sih agak kurang masuk aja sama merah nya gitu

I : oo kurang masuk ya , okay , kurang masuk . lalu kita kasih rating lagi .. untuk ESSE ?

E : dari warna ?

I : he em

E: Sembilan lah

I : Sembilan . satu sampe sepuluh untuk Avolution ?

E : Tujuh aja

I : tujuh aja , okay . ee kita lanjut kevisual yang ketiga yaitu ee simbol . disini , jadi ini , ini tu simbol

E : ya , Avolution ,

I : simbolnya ya , Avolution , ini sebenarnya simbolnya sampurna

E : iya ho o

I : Ini simbolnya ESSE disini ada huruf E

E : E , iya ho o keliatan kok keliatan

I : kalo dari dua simbol ini mungkin lebih prefer ke yang mana ? kalo yang secara simbol

E : simbolnya lebih prefer yang ini , yang Avolution

I : yang Avolution

E : ho o

I : kenapa ini ?

E : eeem yang pertama mungkin jauh lebih keliatan jelas gitu ya ,

I : lebih jelas

E : kalo yang ini nggak keliatan gitu lho , simbol nya E tapi warna nya itu nggak .. apa ya , jadi simbol dari ESSE nya itu sendiri jadi nggak keliatan gitu lho , jadi warnanya kurang , em mungkin kurang kontras kali ya .. kurang pas gitu

I : oh oke iya karena hologram gitu ya

E : he e

I : okay , ee sekarang kita langsung saja kita rating untuk simbolnya mulai aja dari ESSE ? satu sampe sepuluh ?

E : tujuh

I : tujuh ya , untuk Avolution ? satu sampe sepuluh

E : Sembilan

I : okay Sembilan , tinggi . okay , sudah berbicara mengenai simbol , ehm, kita akan berbicara mengenai bentuknya , eee yang pertama untuuk ... ini kita berbicara mengenai bentuk ya , kita nggak akan berbicara dulu mengenai ukuran , mengenai bentuk ,

E : he em

I : eee sedikit informasi , jadi karena dua rokok ini adalah slim cigarete ,

E : iya

I : rokok yang memang slim , rokok yang memang ditujukan untuk wanita ,

E : he em

I : maka desain packagingnya juga dibentuk sesuai dengan ee ...

E : rokoknya

I : gambaran gambaran seorang wanita

E : slim

I : yang pertama Avolution ini dari awal memang dibentuk seperti tube lipstick ,

E : oo ho o

I : ini mungkin kurang disadari orang gitu

E : hehe iya iya

I : tapi sebenarnya desain mulanya itu dibentuk tube lipstick...nah eem sedangkan ESSE ini dibentuk seperti bedak , makanya dia tipis , ini sengaja bukan karena kuantitasnya , tapi karena dibentuk sedemikian tipis seperti bedak ,

E : : iya

I : nah .. kalo dari kedua bentuk ini yang bentuknya paling mengena , yang mungkin paling menarik , paling unik , paling mengena buat mbak Elita , itu yang mana ?

E : sebenarnya kalo dari bentuk saya lebih suka ke Avolution ,

I : Avolution ?

E : ho o

I : brati Avolution

E : lebih simple , kecil juga , enak juga , maksudnya mudah gitu lho buat dibawa bawa , kalo yang ini kan dia tipis Cuma kan dia lebar gitu lho ,

I : okay .. ee ini brarti .. ee sekarang kita akan merating dari .. dari .. eeem bentuknya , untuk ESSE berapa ?

E :eemmm ...ESSE delapan deh

I : ESSE delapan

E : he em

I : kalo untuk Avolution ?

E : emm sepuluh boleh deh

I :sepuluh ya , woow perfect . okay . sekarang kita lanjut ke ukuran , ini bicara soal ukuran , kadang kan kalo ukuran itu kan compatible , nyaman atau tidaknya dibawa , nah beberapa orang itu kan punya selera masing masing dalam hal seperti ini , nah ada yang lebih menyukai ESSE itu karena lebih slim , jadi ketika masuk ke dalam kantong itu ada cewe yang pengen nggak keliatan kalo dia bawa rokok

E : iya , iya ... iya iya iya

I : sedangkan ini kan agak menonjol ya ,

E : ho o

I : tapi , ada juga yang lebih suka sama Avolution karena memang bentuknya yang kayak tube lipstick , ada kan ya cewe itu bawanya pouch ,

E : he em

I : bawa bawa tas kecil gitu jadi lebih gampang masuk juga

E : ho o

I : jadi kan , kadang beda beda

E : ho o

I : kalo dari mbak ELita sendiri , mbak Elita lebih tertarik yang mana ? ESSE atau yang Avolutin ?

E : yaa sebenarnya sih kalo bisa

I : dari ukuran

E : dari ukuran saya lebih sukanya ke Avolution sih

I : lebih ke Avolution ya

E : ho o , kalo rokok ESSE nya masuk ke Avolution malah lebih bagus lagi , hahaha iya iya

I : ini isinya dikit ya mbak

E : ho o hahahahaha

I : brati Avolution ya

E : iya

I : Avolution .. sekarang seperti biasa kita akan merating mulai dari ESSE , untuk ukurannya ?

E : ukuran ESSE , tujuh lah

I : tujuh , okay untuk ukuran Avolution ?

E : Sembilan aja

I : Sembilan

E : he em

I : okay . Em sekarang kita akan berbicara mengenai elemen elemen yang ada di eemm produk ini , tadi kita sudah bicara mengenai elemen elemen visual , sekarang kita akan bicara mengenai elemen informasi , mungkin aka nada beberapa penjelasan sebelumnya dari saya , seperti mengenai apa saja informasi itu . em yang pertama kita akan berbicara mengenai nama produknya . ehm nama produknya eee dariii nama , disini ada Avolution , ESSE . Avolution , ESSE , okay dari mbak ELita , ketika mendengar Avolution , mendengar ESSE , terus mengucapkan Avolution , mengucapkan ESSE , itu lebih mudah yang mana , dari mengucapkan dari mendengar , dari yang gampang diingat itu lebih yang mana ?

E : kalo saya pribadi lebih ke yang ESSE ,

I : lebih yang ESSE

E : iya ... dulu pernah sempet coba , sebenarnya pertama kali rokok , saya coba AVolution , trus akhir akhir ini kan saya pake ESSE , suman semakin kesini tu saya lupa kalo rokok yang bentuknya kayak lipstick ini tu merk nya Avolution ,

I : oke , brati namaya

E : agak agak sukar gitu

I : namanya sukar

E : ho o , namanya mudah ESSE sih

I : ESSE , karena pendek ?

E : iya singkat , ESSE . E double S E

I : ESSE . mm okay , brati lebih ke ESSE karena lebih mudah diinget , lebih mudah dilafakan juga , okay sekarang kita akan langsung merating seperti biasa , dari satu sampe sepuluh untuk ESSE ...

E : ESSE ... saya kasih sepuluh dah

I : sepuluh untuk ESSE

E : ho o

I : untuk Avolution ?

E : tujuh

I : tujuh ?

E : iya

I : jauh

E : hahaha

I : okay , nah sekarang berikutnya kita akan bicara mengenai brand atau merk dagang , brand atau merk dagang , disini eem kalo brand dan merk dagang ini lebih ke lebih ke perusahaan , perusahaan yang menaungi dua produk ini , kalo mbak ELita sebelumnya tau nggak AVolution ini miliknya perusahaan apa ?

E : sampurna po yo ?

I : sampurna .. kalo ESSE ?

E : nah kalo ESSE saya nggak paham

I : ngga tau ya ?

E : ho o

I : okay , bener bener belum pernah denger ?

E : sampe sekarang saya juga nggak paham ..



I : ngga tau ? okay

E : saya suka beli rokok ESSE tapi saya ngga memperhatikan bungkusnya saya ngga tau ,

I : ooo okay ngga diperhatikan ya

E : ho o .. ya maksudnya .. maksudnya nggak liat liat dari perusahaan mana gitu lho , kurang merhatikan

I : jadi , perusahaannya biasanya ada dibawah ,

E : nah iya

I : eee untuk Avolution ini .. mmm sedikit informasi dibuat oleh PT HM Sampurna TBK di Surabaya

E : ho o .. oo surabaya

I : iya , lalu untuk ESSE , itu dbuat oleh PT mandiri maha mulia , yaitu Pasuruan jawa timur ,

E : ooo banyak ya rokok itu dari jawa timur gitu

I : ini PT mandiri maha mulia belum pernah denger ?

E : belum , maha mulia belum

I : okay , brati detik ini sedikit jelas ya

E : iya, lebih ke Avolution

I : mengenal perusahaan

E : heem mungkin karena banyak rokok juga ya selain Avolution dari Sampurna kan

I : iya

E : yang dibuat sama sampurna .. kalo ESSE baru kali ini ni paham .. maha mulia , dikasih tau sama mbaknya malahan saya paham

I : okay sekarang ini kita langsung saja merating , kita akan merating dari satu sampe sepuluh untuk ESSE

E : karena saya baru paham juga saya kasih empat aja deh

I : empat .. okay untuk Avolution ?

E : emm lapan (8)

I : lapan .. setengahnya ya

E : hahaha

I : okay .. mm setelah berbicara mengenai mm brand atau merk dagang sekarang kita akan berbicara mengenai produsen .. mm produsen atau Negara tempat di produksinya karena mm mungkin ada juga yang memang ee rokoknya tidak berasal dari Indonesia

E : iya ho o

I : tapi agen produksinya ada di Indonesia

E : iya ho oo

I : mbak Elita sendiri tau nggak ini PT HM Sampurna yang prosuden AVolution ini sebenarnya asalnya dari Negara mana ?

E : mmm saya nggak tau , nggak paham , mungkin dari Indonesia sendiri

I : oo iya ..dari Indonesia sendiri ya ?

E : iya ho o

I : kalo ESSE ? PT mandiri maha mulia itu mendapatkan ijin usaha dari ESSE ini produksinya ESSE tau nggak dari negara mana ?

E : nggak tau juga , nggak paham

I : benar , AVolution ini dari Indonesia

E : ho o

I : HM Sampurna ini dari Indonesia .. ESSE ini sebagai informasi berasal dari Negara Korea .

E : who .. bukan dari Indonesia ? bukan ? oo kalo di Korea brati bisa nemu ESSE ya

I : iya .. ESSE ini sebenarnya diproduksi dibanyak negara , salah satunya di Indonesia , nah yang mendapatkan ijin produksinya adalah PT Mandiri maha mulia di Indonesia ..

E : jadi pusatnya itu

I : Korea

E : di Korea ...

I : ESSE ini adalah rokok dari Korea sebenarnya .. nah karena mungkin ini , ini , ini em perlu perlu ..

E : pengetahuan

I : iya ho o .. lebih

E : agak lucu juga

I : mm sekarang kita akan membahas sebenarnya pengaruh nggak sih dari .. dari Negara mana rokok itu , gitu , karena kan kadang kita tau ya , beberapa Negara merupakan penghasil tembakau yang baik ,

E : he em

I : salah satunya tau sendiri

E : iya iya iya

I : apakah ketika mbak ELita ini membeli rokok lalu mengetahui

(PART 2)

I : eem kembali kita berbicara .. ee mengenai dua produk ini

E : ho o

I : mbak Elita , ketiak mbak Elita memutuskan untuk membeli sebuah produk , em berasal dari Negara mana , ketika kita melihat kemasan berasal dari Negara mana , dibuat dimana , itu mempengaruhi nggak untuk mbak Elita sendiri ? atau mbak Elita malah nggak tau kayak tadi , kayak

E : iya , saya nggak paham kalo ESSE ternyata dari Korea terus dapet ijin dari perusahaan apa maha mulia itu , trus jadi dapet ijin masuk ke Indonesia kan

I : iya .. jadi di produksi oleh PT Mandiri maha mulia

E : ya saya sih kalo saya pribadi eee nggak peduli juga sih , maksudnya diproduksi dari Negara mana , yang penting cocok aja sams rokoknya gitu

I : mm okay brati memang kurang , jadi emang nggak , nggak terlalu mau tau ya

E : iya

I : jadi bukan nggak tau tapi memang nggak mau tau ya

E : hahaha iya mungkin bisa jadi gitu mbak

I : okay brati sekarang kita akan tetap , karena pertanyaannya adalah membandingkan ,

E : merating lagi

I : enggak , kita harus membandingkan , tadi kan kita habis preference lebih ke yang mana , karena kan kita sama sama meskipun enggak penting kan ,

E : enggak ada rating lagi mbak ? haha

I : jadi Avolution ini kan dari Indonesia sendiri , sedangkan ESSE dari Korea

E : dari Korea

I : mbak Elita lebih preference mana produknya ? yg dari ilndo , atau dari Korea ,

E : enggak peduli juga sih mbak , emmm darimana produknya , karena kebetulan juga saya suka rokok ESSE , ya saya lebih prefer ke ESSE .. bukian berarti saya enggak suka produk buatan local ..

I : okay

E : bukan berarti gitu , tapi karena cocok .. ee untuk saat ini cocok ke rokok ESSE , kayaknya saya prefernya ke ESSE ..

I : okay

E : bukan masalah eee ini buatan Indonesia saya jadi enggak suka engga , ngga karena itu

I : okay .. mari kita merating ya .. lagi lagi kita mulai dari ESSE , satu sampai sepuluh

E : sepuluh deh

I : sepuluh .. untuk Avolution satu sampai sepuluh

E : lapan (8)

I : delapan

E : he em

I : lalu setelah kita berbicara mengenai Negara produksi , kita akan berbicara mengenai komposisi ataupun isi . eee jadi kan kita tau ya kadang kalo cari rokok kita tu kan nikotinnya berapa

E : he em

I : cukup penting ya

E : iya

I : nah sekarang mbak ELita bisa liat disini ada dua desain dimana menunjukkan

E : nikotin sama TAR nya berapa

I : ho o .. nah disini mendatar , yang ini menurun

E : he em

I : nah kalo dari mbak ELita sendiri , ini ada plus minusnya masing masing ya , mbak ELita sendiri lebih tertarik yang mana

E : saya lebih jelas liat yang ESSE nya sih mbak

I : ESSE ? karena dengan alasan lebih cukup jelas ?

E : he em .. mungkin karena ini putih juga , tulisannya item , terus juga tulisannya lebih cukup jelas juga sih .. ya ini jelas juga sih Cuma mungkin susunannya .. nah ..

I : jadi permasalahannya karena penulisannya menurun ?

E : iya keliatan lebih enak diliat

I : okay , cukup jelas alasannya bisa diterima .. sekarang kita akan langsung merating , untuk ESSE sendiri dengan tulisan seperti ini satu sampe sepuluh ,

E : delapan deh

I : delapan .. lalu untuk Avolution satu sampe sepuluh

E : Avolution .. eemmm enam aja deh

I : enam

E : he em

I : okay Avolution enam , sekarang kita akan berbicara mengenai harga . jadi kita tau bahwa harga itu biasanya kan terletak di kertas cukai

E : ho o'

I : nah , dari segi harga eemmm yang terlihat lebih jelas lebih enak dilihat itu yang mana menurut mbak ELita ?

E : dari segi harga ?

I : ho o , peletakan .. peletakan untuk melihat harganya

E : kalau yang cukup jelas mungkin ESSE nya ya mbak ,

I : ESSE?

E : ho o , ESSE lebih jelas

I : okay ESSE lebih jelas , karena ini lebih kelihatan

E : iya , ini lebih keliatan disini , yang ini ketekuk gini jadi engga .. engga keliatan , ya tulisannya sebenarnya sama kecilnya sih , iya sih sama juga kecilnya ,

I : cuman lebih enak dilihat ? karena engga terpotong ya

E : iya bisa jadi bisa jadi iya .. lebih enak diliat

I : okay .. okay sekarang kita akan lanjut ke pertanyaan berikutnya untuk tanggal kadaluarsa

E : ho o

I : itu penting ya

E : yaah kalo saya pribadi untuk rokok nggak ngeliat untuk tanggal kadaluarsanya itu

I : malah kadang kadang nggak peduli ?

E : nah gitu ... nggak ngeh juga nggak peduli juga ...

I : okay tapi perlu kita berikan informasi bahwa ada tanggal kadaluarsa itu biasanya diletakkan disini ..

E : oo dibawah .. sebentar ..

I : tulisan kode produksi biasanya ,

E : iya tapi nggak keliatan ya mbak

I : yang ini ..

E : naah .. kalo yang Avolution cukup keliatan jelas , kalo yang ESSE enggak .. ini karena background kotaknya warna item jadi nggak terlalu keliatan ya

I : yaa .. okay , jadi ini untuk yang ini yang Avolution disertakan juga tanggal ED nya .. EDnya ada juga

E : ho o .. iya .. ho o ...

I : okay .. emm sekarang kalo .. kalo dari pandangannya mbak ELita ya

E : ho o

I : sekarang udah tau nih kalo ada ED nya gitu kan ya ,

E : saya lebih condong ke Avolutionnya mbak ...

I : lebih condong ke Avolution

E : he em

I : dengan alasan tadi ?

E : iya .. lebih jelas , dan yang pasti lebih keliatan gitu..daripada yang ESSE

I : okay , iya lebih keliatan juga .. sekarang seperti biasa kita akan merating .. ratingnya untuk ESSE ?

E : karena menurut saya ini jelas nggak keliatan banget gitu ya , jadi si saya kasih tiga aja deh ..

I : tiga ... wow .. lalu untuk Avolution ?

E : Avolution lapan (8) deh ..

I : delapan .. okay ... delapan dan tiga ya

E : ho o

I : sekarang eem ini pertanyaan terakhir , mengenai health claim atau klaim kesehatan , kembali lagi bahwa dinegara kita ada beberapa peraturan untuk produk produk tertentu , salah satunya adalah rokok , bahwa mereka harus mencantumkan ee healthclaim , misalnya dulu .. dulu cuman tulisan merokok dapat menyebabkan ..

E : ho o..sekrang udah ada pake gambar , dan tulisan juga ..

I : dan wajib menyertakan gambar juga

E : ho o

I : dan buat sebagian besar orang gambarnya itu juga ya banyak yang bilang cukup terganggu .. dengan gambar gambarnya , ada yang sampe .. ada yang beberapa sampe kurang manusiawi

E : iya iya .. tapi sebenarnya ada beberapa gambar yang masih yang enggak gambar gini kan mbak , yang kayak gambar orang gitu .. jadi kadang orang mmilihnya cari gambar yang gambar orang gitu

I : tapi sebenarnya dibalik itu semua kan kita anggapnya cukup mengganggu ya mbak ..

E : iya jelas banget , buat beberapa orang cukup mengganggu , untuk beberapa orang ya cuek aja lah , kalo perokok aktif udah cuek aja gitu ..

I : tapi se cuek cueknya tetep ngelihat gambar ini kan

E : iya iya bener bener bener bener .. agak hi ... nggak nguatin lah ..

I : okay , sekarang kita akan bicara mengenai packaging , dari kemasan dua ini , kemasan itu mempengaruhi ukuran gambar ya

E : iya ..semakin bes .. semakin lebar gambarnya semakin jelas

I : okay , em jadi ini kalo dari mbak ELita sendiri lebih orefer yang mana gitu , untuk melihat health claim nya gitu ..

E : aduh .. bingung juga ya , saya lebih yang ke ini aja deh mbak , yang nggak terlalu jelas .. kceil juga jadi nggak terlalu jelas gambarnya ...

I : okay , jadi lebih ke yang ini ya ..

E : ho o

I : padhal ini tu untuk memperingatkan lho

E : iyaa peringatan

I : kayak dibilang tadi ya , beberapa produk untuk yang aktif udah nggak terlalu peduli ya ,

E : iya

I : okay .. emm sekarang langsung saja kita rating , untuk ESSE ?

E : lima

I : untuk Avolution ?

E : tujuh

I : tujuh ? okay .. yak , okay .. semua elemen informasi dan semua pertanyaan sudah dijawab , okay terimakasih untuk waktunya mbak ELita , sebelum mengakhiri wawancara ini , satu pertanyaan yang mau saya tanyakan , apakah mbak ELita bersedia emm video ini digunakan untuk keperluan skripsi saya?

E : mm boleh engga masalah

I : terimakasih

E : iya sama samaa



Transcript : Deby (Graphic Designer, 26yr, mastered: Visual Communication Design)

Interviewer (I)

Deby (D)

I : iyak , selamat malam

D : malam

I : eem .. okay perkenalkan nama saya Alexandra Maya Fransisca , saya dari Universitas Atma Jaya Jogjakarta , saya akan mewawancarai anda , berkenaan dengan skripsi saya , yang akan membicarakan mengenai emm desain kemasan produk , emm disini ee kita akan berbicara mengenai ee kemasan produk yaitu produknya adalah produk rokok , tapi sebelum kita memulai ini ada baiknya bila responden saya ini mau memperkenalkan diri

D : nama saya Deby ,usia 26 tahun , saya tinggal di Jogja , asli saya Kediri jawa timur , udah ..

I : okay .. mm mungkin bisa tau pekerjaan dari mbak Deby saat ini ?

D : pekerjaan saat ini bekerja di king komunikasi di Jogja , sebagai desainer ..

I : itu juga mendesain ?

D : iya ..

I : okay , setelah pekerjaan , mungkin bisa sedikit tau , tentang background tadinya mbak deby ?

D : dari profil .. profil .. pendidikan ya ..saya dulu SMA itu di SMA Surabaya ,

I : khusus desain gitu ya ?

D : iya .. ada jurusan desain saya masuk disitu , terus lanjut ke jogja itu 2008 , di politehnik jogja , terus lanjut lagi dii...

I : jurusan apa ya ?

D : sama , DKV , pasti DKV ,

I : lalu ?

D : lalu pindah ke MSD jogja , trus pindah lagi ke universitas sahid Surakarta ,

I : desain juga ya ?

D : iya desain juga

I : pasti DKV...banyak yaa..emm okay , tadi sudah tau lebih banyak tentang mbak Deby dengan profilnya tadi , saya yakin bisa membantu untuk memberikan penjelasan lebih mengenai desain dari produk yang akan kita bicarakan nanti .. nah mm sedikit disini mungkin sebagai pembuka jadi eee disini kita akan membicarakan mengenai desain produk desain kemasan produk emm dari rokok , jadi ada dua jenis rokok disini , yang oertama akan saya gunakan disini adalah Avolution , dan yang kedua ada ESSE , nah dua duanya ini merupakan rokok slim .. emm jadi rokok slim itu rokok yang pada awalnya di desain dengan ee ciri khas yaitu feminim , jadi target marketnya sendiri sebenarnya adalah wanita , makanya setiap aspeknya diperhatikan dengan sangat detail untuk memenuhi keinginan atau selera dari wanita, karena tujuannya adalah , tujuannya adalah women smoker .. atau perokok wanita , jadi disini kita nanti akan membicarakan emm dua elemen dalam kemasan itu sendiri , pertama nanti ada elemen visual , lalu ada elemen informasi , disini nanti emm kita akan , sebenarnya ada dua belas poin kalo di total , di elemen visual sendiri ada lima poin yaitu pertama adalah grafisnya , lalu warnanya , pilihan warna untuk desainnya itu sendiri , lalu ada simnol yang digunakan , dan juga bentuk , dari segi bentuk , dan juga ukuran .. emm lalu untuk informasi sendiri ada tujuh poin yang pertama ada nama produk , lalu brand pemilik atau perusahaan , lalu ada Negara produksi atau Negara asal , karena ini salah satunya adalah rokok yang tidak atau tidak berasal dari Negara Indonesia , dia diimport atau untuk saat ini sudah tidak diimport tapi lebih tepatnya memiliki ijin untuk di produksi di Indonesia , lalu berikutnya ada komposisi , seperti isi tentang TAR nikotin sperti itu , lalu juga ada harga , peletakan harga , dan juga tanggal kadaluarsa , dan yang terakhir health claim . okay ngga usaha berlama lama lagi , kita mulai dari elemen yang oertama yaitu elemen visual , kita mulai dari poin yang pertama . kita akan berbicara mengenai grafisnya mbak Deby , disini ada dua produk , mbak Deby bisa liat dulu , itu Avolution , ini yang ESSE ... sudah ? dari sudut pandang seorang desainer , lebih .. apa ya .. eye catching atau lebih bikin orang tertarik itu desain yang mana ?

D : semuanya menarik , semuanya menarik .. karena setiap desainer itu punya ketertarikan sendiri , tapi beda beda kan setiap orang .. kalo saya sendiri sih lebih ke Avolution ..

I : okay Avolution ya mbak ,

D : soalnya simple ..

I : simple ya ..

D : simple ..

I : emm bisa dijelasin dikit nggak , ini apa yang bikin jadi kurang simple ?

D : kesan cowoknya masih ada

I : oo kesan cowoknya masih ada ya

D : emm iya kesan cowoknya masih ada , terlalu maskulin gitu buat cewek ..

I : okay terlalu maskulin gitu buat cewe ...emm okay , langsung saja kita rating kalo begitu , kalo menurut mbak Deby , brapa nilai untuk ESSE ? dari satu sampe sepuluh .. satu itu untuk skala yang sangat tidak bagus , sampe sepuluh yang sangat bagus ..

D : lima

I : lima ... ditengah tengah .. lalu untuk Avolution ?

D : tujuh ..

I : tujuh .. tujuh ..

Okay .. lanjut ke poin kedua .. tentang warna .. ini bisa langsung dilihat aja warnanya , satunya kombinasi silver , satunya merah lebih terang tapi lebih terang ..

D : coba liat bentar .. yang ini tadi terlalu maskulin , tapi ada juga point of interest buat orang milih , jadi orang lebih milih ke warna ini sih .. tapi disini juuga , untuk Avolution , warnanya lebih dominan ke silver , dia lebih elegan sih .. kalo cewe kan biasanya .. lebih mewah gitulah ... jadi .. dua duanya punya daya tarik sendiri balik lagi ke cewe nya yang rokok itu perokoknya tu , konsumennya , dia lebih cewe yang maskulin atau cewe yang feminim ,

I : oh gitu ya .. jadi ini buat cewe yang maskulin , ini buat cewe yang lebih feminim ..

D : heem ..

I : seperti itu .. okay okay .. kalo dari mbak Deby sendir boleh kasih rating nggak ? karena tadi sudah dijelaskan ada ada daya tarik masing masing , okay .. untuk ESSE yang pertama ,

D : tuju lah ..

I : tujuh .. kalo untuk Avolution ?

D : delapan

I : delapan .. okay , brati lebih menarik yang Avolution ya .. emm lanjut ke pertanyaan ketiga , itu tentang simbol .. disini , untuk ESSE simbolnya disini dalam bentuk hologram ,

ini kurang tau font nya apa , tapi agak lengkung gitu E nya .. lalu adaa .. ini .. huruf A , disini ..untuk Avolution .. nah dari dua ini diberi komentar .. itu A .. ciri khasnya ..

D : dari sisi mananya nih ?

I : eemm ... jadi untuk seorang desainer grafis , mana yang kira kira .. apa ya .. lebih itu lebih menarik juga , ada effort yang diberikan seorang desainer grafis , disini untuk buat konsumen tertarik ,

D : kalo dari Avolution dulu yah .. ini make logonya sempurna mild .. semua orang udah tau sempurna mild .. mungkin ini Avolution ini buat cewek , rokoknya kecil , gitu kan .. nah dari ini logo paten yang kita ini sudah tau semua ..

I : ini harus dikomentari logonya .. logo patennya , kan mengomentari logonya sempurna mild , lebih tepatnya sebenarnya sempurna , semua sempurna logonya seperti ini ..

D : desainnya sih kerumitannya rumit ini , ini kan menggabungkan dan ngasih sentuhan ..

I : huruf ..

D : iya ho o ini kan huruf S sama A ..

I : oh gitu .. itu sebenarnya huruf S sama A ? saya baru tau .. saya kira itu huruf A aja ..

D : bukan, itu sama huruf S .. itu ada S nya .. jadi dua huruf yang digabungin ..

I : oo sebelah mana ya itu ..

D : ini ... seeet...

I : ooo .. astagaaa .... Okay okay okay , itu huruf S ternyata ..

D : S sama A nya digabungkan .. untuk font nya aku kurang tau itu font apa .. mm apa ya .. namanya juga nggak ngerti aku .. mungkin itu juga kreativitas dari desainernya itu sendiri ..

I : mm gitu .. jujur ini saya baru pertama kali tau kalo itu S dan A , karena itu semua dari kemarin mikirnya A .. itu kayak A latin .. jadi A latin kayak ditambah tambahin gitu .. ternyata S sama A .. sempurna .. okay .. tadi saya bilangya huruf A sama E .. ternyata SA ..okay okay .. iya itu hologramnya ..

D : ini distorsi ..

I : oo distorsi itu namanya ..

D : font huruf .. font yang .. font yang di lebaykan ..

I : delbaykan .. hmm okay ,

D : jadi ditarik engga proporsional ..

I : okay .. jadi kalo dari mbak Deby sendiri gimana nih komentarnya ? lebih kemana .. lebih kearah yang mana yang lebih menjual ... lebih menarik atau eye catching .. kan mbak deby yang sudah lama berkecimpung di dunia desain , lebih mengenal konsumen lebih ,

D : jujur aku baru tau kalo ini logonya E

I : oh jadi baru tau kalo itu lgonya E ?

D : ho o hehehe serius

I : simbolnya baru tau ... brati sangat tidak terlihat ... simbolnya ..

D : apalagi hologram gitu

I : banyak sih sebenarnya yang komen seperti itu ... pada nggak ngeti kalo ini sebenarnya simbol ..

D : soalnya ini kan produk luar juga kan ...

I : jadi itu sudah langsung bisa jadi kritik ya ... orang nggak ngerti kalo itu simbol .. okay ... langsung kita rating saja biar lebih cepat .. okay untuk ESSE dulu ..

D : enam

I : enam .. Avolution ?

D : delapan

I : delapan .. okay , sekarang kita lanjut ke bentuk .. ini yang tadi saya jelaskan .. yang satu berbentuk seperti tube lipstick , yang satu berbentuk seperti bedak .. kira kira dari desainnya sendiri lebih unik yang mana ? yang satunya bentuk tube lipstick , yang satunya bentuk bedak ..

D : ini masih menariknya ?

I : iya .. menariknya ... dari bentuknya

D : Avolution ..

I : Avolution ..

D : ga aada yang lain , maksudnya merk merk rokok yang lain gak ada yang bentuknya seperti itu .. jadi orang tau itu Avolution ..

I : okay .. sangat tepat ya jawabannya dan sangat akurat .. okay langsung kita rating aja kalo begitu .. dari ESSE dulu seperti biasa ... satu sampe sepuluh untuk ESSE ?

D : lima

I : ini ..

D : tujuh ..

I : okay , pertanyaan terakhir dibagian visual .. mm ... kita akan bicara soal ukuran atau dimensi , dari yang mudah dibawa .. atau .. kan banyak yang berkomentar kalo ESSE ni dikantongin enak , terus beberapa cewe lain bilang kalo Avolution lebih enak .. karena cewek cwek bawa pouch kecil bisa plung .. jadi kalo dari mbak Deby milih yang mana

D : kebanyakan cewe lebih milih bawa tas atau lebih nyaman dikantongin ?

I : bawa tas sih .. bawa tas iya lebih simple ..

D : aku ini sih ..

I : tetep ini ... iya ya .. soalnya cewe juga jarang kalo dikantongin .. okay , langsung kita rating aja seperti biasa .. ESSE ?

D : enam

I : enam .. untuk Avolution ?

D : delapan ..

I : delapan .. okay itu mungkin elemen terakhir dari visual .. selanjutnya kita akan ke elemen selanjutnya elemen informasi .. elemen informasi ini ada tujuh elemen , kita akan mulai dari yang pertama yaitu nama produk , ini mungkin boleh dikomentarin juga tentang namanya , tapi kita juga mau tau kalo dari mbak deby tentang desain dari font ini atau peletakan simbolnya .. mungkin bisa dilihat .. Avolution cukup panjang , ESSE itu singkat .. mungkin itu bisa diperhitungkan juga ..

D : bener .. Avolution punya sampurna . kalo dia produk baru .. kalo dari desain namanya

I : pemilihan nama , Avolution , mungkin ESSE gitu , mungkin lebih ke yang mana ?

D : Avolution .. peletakan ya ..

I : iya peletakan ..

D : dia landscape ..

I : iya , dia satu satunya yang meletakna landscape untuk rokok ..

D : jadi untuk penggabungan logo sempurna , dan Avolution .. tapi sebenarnya ada yg tabrakan ya ..

I : oo iya nabrak di desainnya tadi ya .. jadi A nya kurang jelas .. oo iya ya .. dari font .. peletakkannya lebih jelas yang ESSE ..kalo dari namanya sendiri ?

D : maksudnya ?

I : dari nama Avolution , ESSE , avolution , ESSE ..

D : enak dibacanya ini .. enak diingetnya ini ..

I : malah mudah diinget ?

D : ESSE ..

I : oiya singkat

D : tapi kalo orang taunya produk lama , produk baru .. kalo Avolution kan memang sudah produk lama ..

I : oke .. AVolution ..

D ; susah juga ngomongnya tapi ...

I : iya sih panjang soalnya .. sekarang secara keseluruhan kita rating langsung untuk nama produk ini , dari ESSE .. satu sampe sepuluh untuk ESSE ?

D : tujuh

I : tujuh .. satu sampe sepuluh untuk Avolution ?

D : enam

I : okay enam .. kita lanjut ke point berikutnya yaitu tentang brand .. brand disini yang dimaksudkan adalah perusahaan pemilik dari produk tersebut , jadi kalo disini ee kita tau kalo Avolution itu sempurna .. lalu ESSE itu , karena dia itu di produksi oleh PT Mandiri maha mulia.. tapi sebenarnya produk aslinya itu disini , Korea .. bukan buatan sini jadi disinibada tambahan .. ini mungkin hal yang agak sedikit ya tapi masih masuk ya di desain ini kan meletakkannya harus benar .. karena kalo ini kan yang disini .. ini ditaruh disini .. ini juga disini .. ini PT sampurnanya disini .. mungkin bisa dikomentari dari peletakkan juga font atau apa .. lalu ini peletakka pemilik aslinya disini

D : ini agak kacau ya

I : hhe iya kacau ya hahaha

D : termasuk kode produksi ..

I : engga .. kita cuman bicara ..

D : PTnya

I : iya yang memproduksi .. PT nya .. Pt itu .. PT HM sempurna lalu PT mandiri mahamulia.. lalu PT mandiri mahamulia itu sebenarnya cuman memegang ijin karena pemilik sebenarnya adalah KTNG Korean Tobbaco ..

D : cuman disini kurang center .. jadi ini kayak mepet banget

I : ooh iya terlalu keatas ..

D : ho o ini seharusnya

I : lebih center ke turunin .. lalu ini yang dibawah ini

D : kalo ini .. jadi orang nggak langsung tau kalo ini bukan di produksi di Indonesia ..

I : oo gitu ho o ..

D : seandainya ini dimasukkan ke satu .. satu tempatnya

I : ooo iya ya orang jadi langsung ngerti gitu

D : orang kan .. orang ngrokok kan juga jarang ngebolak balik kayak gini

I : jadinya dia tau kalo ini dari Korea gitu ya

D : he em

I : malah nggak ngebaca kalo srbenernyabudah di produksi lagi di Indonesianya ya

D : he em ...

I : okay

D : ini nggak jelas nih hehe.. ketutupan sama ini

I : hmm ketutupan sama Avolutionnya .. kurang jelas

D : kurang jelas .. eee apa .. gradasi yang dari atas .. ini nabrak jadinya

I : ooo iya ... nabrak warnanya .. jadi nggak keliatan .. he em .. kurang informatif .. okay

D : dan tambah lagi kan ini ada plastiknya .. pas lipetannya lagi jadi nggak keliatan ..

I : warnanya font nya warnanya kurang terang mungkin .. kurang .. bold gitu kali ya hehehe

D : kalo perlu sih dikasih putih aja

I : oo iya ya

D : putih atau apa ...

I : oo iya jadi kayak gini .. kayak gini

D : he em ..

I : ditambahin warna putih

D : iyah ..kalo itu emang harus diinformasikan ke konsumen ...

I : oo gitu .. oiya bener ya ... memang kurang informatif ya ... ini mungkin bisa langsung minta rating untuk ESSE seperti biasa yang pertama ESSE ..satu sampe sepuluh untuk brand nya .. peletakkan brandnya

D : enam

I : enam .. untuk Avolution ?

D : Lima ..

I : lima .. okay .. next kita akan berbicara mengenai negara produksi .. ini karena .. ini tadi .. eee punya indonesia ya jadi ini dia nggak dikasih tulisan lain jadinya tulisannya gini..



jadi bla bla bla langsung ke Indonesia .. kalo ini kan tadi ada tambahan lagi disini .. ini ini  
kalo tadi menurut mbak deby masih kurang center kan tadi  
D : kurang center aja peletakkannya ..  
I : he em .. kalo yang ini pas ya kalo dimasukkin  
D : ya pas ..cuman ya kurang jelas  
I : heem kurang jelas  
D : kurang jelas kurang informatif ..  
I : heem kurang informatif jadi yang ini tadi cukup jelas cuman kurang center .. okay kita  
langsung rating aja kalo gitu .. tadi sudah dibahas .. okay , untuk ESSE ?  
D : : tujuh  
I : : tujuh .. untuk Avolution ?  
D : : enam  
I : enam ... okay  
I : sekarang kita akan bicara tentang komposisi atau konten yang biasanya orang kadang  
liat kan di TAR nya berapa nikotinnya berapa .. ini yang satu lebih besar cuman dia ee  
menurun penulisannya .. sedangkan yang satu lebih kecil sih tapi dia mendatar ..  
D : : mendatar karena dia lebih kecil  
I : : he em.. iya lebih kecil  
D : : dan dia lebih lebar  
I : : iya ..  
D : tapi dari segi baca..kalo baca ini agak bingung .. jadi TARnya yang mana ..nikotinnya  
yang mana mg nya ..  
I : mmm oiya ho o karena ditaruh dibawahnya tadi ya  
D : ini bisa jadi bagian mg sendiri .. nikotin sendiri ..  
I : ho o iya orang jadi agak kurang megang maksudnya .. okay .. langsung kita rating ..  
untuk ESSE dulu  
D : : tujuh , enam  
I : tujuh .. Avolution enam .. okay kita langsung ke harga sekarang .. disini harga tu  
ditaruh di kertas cukai ini biasanya mengikuti bentuk rokoknya .. ini mengikuti bentuk  
juga kalo yang ini .. mau nggak mau bentuknya seperti ini  
D : : sebenarnya ditaruh disini  
I : oo iya tapi nanti kalo .. oo iya ya disebelah sininya harusnya.. heem  
D : ini bisa ditaruh sini atau sini kesini .. kan yang penting nggak sobek ..  
I : : emm he em  
D : : ini kan nggak keliatan  
I : : he em iya kepotong soalnya  
D : : ini kalo begini bisa ..  
I : : tapi yang ini kan aturan pemerintah ..  
D : : he em ..  
I : udah nggak bisa diganggu gugat kalo sama pemerintah hehe .. kita langsung rating aja  
ya kalo gitu ini tadi..ini yg kepotong harusnya ... mungkin bisa geser dikit kali ya

D : iya

I : ini nih geser dikit nih RP nya kesini , sampingnya bisa kesini .. hehehe cari cari sendiri ..  
okay , ini .. untuk ESSE ?

D : enam ..

I : enam .. untuk Avolution ?

D : enam

I : enam juga .. sama ya .. yaudah kalo gitu udah nggak bisa..okay kalo gitu sekarang kita masuk dua point terakhir yaitu expired date atau tanggal kadaluarsa .. disini bisa dilihat ada tulisan kode produksi .. terus emm .. ya ini agak agak ditrawang .. kalo yg ini kode produksi langsung disini ada kode produksinya ada tanggal ED nya expired date nya ada .. itu expired date nya nggak ada si kayaknya cuma ada kode produksinya aja..jadi kita harus ngira ngira sendiri itu rokok berapa tahun hehehe

D : jadi diplastiknya ya ? Dipress di plastiknya ya angkanya

I : iya diplastiknya malah bukan di packagingnya ini tadi

D : brati kalo dibuang langsung nggak tau dong ini rokok sampe taun berapa

I : seperti seperti itu

D : diproduksi beneran apa enggak

I : hahaha

D : hahaha

I : okay .. itu ini ya .. cetak .. cetak .. cetak ini ya kayaknya .. cetak .. blok .. yang kedap ..

D : depush amanya

I : depush .. oiya depush .. Okay , bisa ngasih rating untuk ESSE?

D : empat

I : empat .. okay untuk Avolution ?

D : emm tujuh

I : tujuh .. empat ya ini ya .. hmm okay agak sadis ini ngasihnya nilai .. okay kita langsung ke point terakhir .. health claim .. ini karena ini peraturan pemerintah jadi tetep harus ada .. cuman ini yang agak membedakan adalah karena dia ukurannya seperti ini menyesuaikan sama ukuran juga nggak.. nggak mungkin juga mau ditambihin kertas kan ya ...

D : ini udah proporsional .. emm sebenarnya sih bisa dibikin sama persis ukurannya .. jadi ditariknya pas .. tapi warnananya yang ini jadi nggak kelihatan ..

I : okay ...

D : ini banyak kayak rokok lain

I : tapi .. banyak loh yang lebih suka ini gara gara ukurannya lebih kecil ..

D : Iya ..

I : hahaha

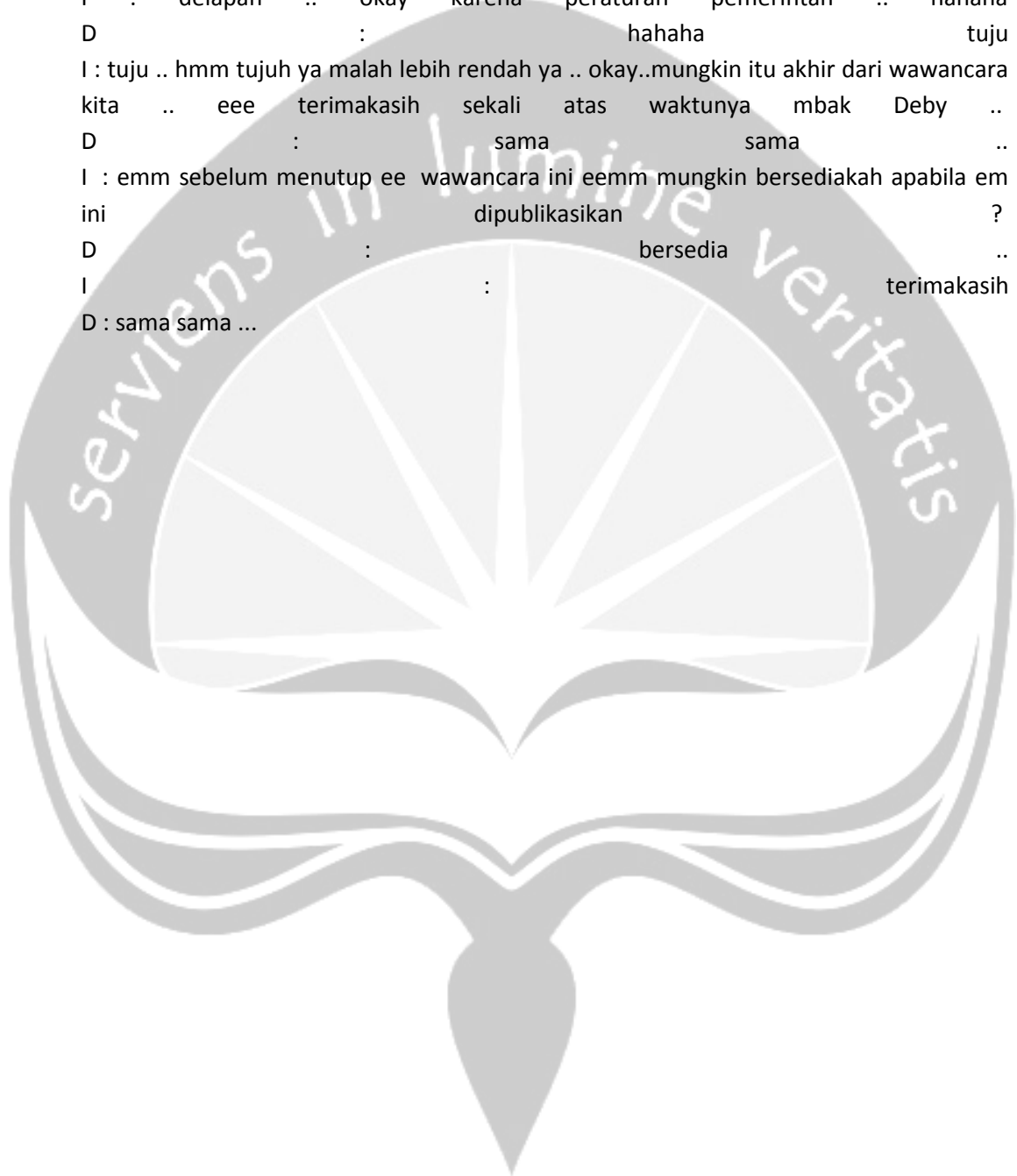
D : kan agak nggak kelihatan ..

I : he em gambarnya jadi nggak terlalu ..

D : mestinya kan orang yang gini aja dibeli .. apalagi yang nggak kelihatan

I : he em iya .. yang kayak gini aja masih dibeli apalagi yang nggak kelihatan .. betul betul

itu kalimatnya asyik itu ya.okay..bisa langsung kasih rating untuk point terakhir kita..satu  
sampe sepuluh  
D : : delapan  
I : delapan .. okay karena peraturan pemerintah .. hahaha  
D : : hahaha tuju  
I : tuju .. hmm tujuh ya malah lebih rendah ya .. okay..mungkin itu akhir dari wawancara  
kita .. eee terimakasih sekali atas waktunya mbak Deby ..  
D : : sama sama ..  
I : emm sebelum menutup ee wawancara ini eemm mungkin bersediakah apabila em  
ini dipublikasikan ?  
D : : bersedia ..  
I : : terimakasih  
D : sama sama ...



Transcript Arief Martono (Part timer Indomaret, 26yr)

Interviewer (I)

Arief Martono (AM)

I: selamat malam

AM: iya mbak

I: okay, biar nggak canggung saya perkenalkan diri dulu, em.. nama saya Alexandra Maya Fransisca, saya dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, em disini saya akan mewawancarai anda untuk keperluan skripsi saya mengenai kemasan product, product yang akan digunakan disini adalah rokok. Yak, apakah mas nya bersedia untuk memberikan informasi?

AM: emm iya mbak.. nggakpapa

I: okay, nggak banyak kok pertanyaannya. Mmm... mungkin pertama-tama biar lebih enak mas nya bisa memperkenalkan diri lebih dahulu, dari nama, usia, jenis pekerjaan.

AM: nama saya Arief Martono, 22 tahun mbak, saya kerja di Indomaret part time, udah 8 bulan, em saya juga kerja di paparons mbak, bersih-bersih.

I: okay, jadi itu sama-sama part time ya

AM: ya

I: okay sudah 8 bulan di Indomaret, eee okay kita langsung aja ke pertanyaan, em yang pertama.. di tempat mas bekerja emm ada ESSE?

AM: ESSE rokok itu to mbak? Ada

I: okay, mas tau ESSE yang kayak apa?

AM: ESSE itu yang... bungkusnya tipis to mbak.

I: ESSE yang bungkusnya tipis ya

AM: ho'o

I: kalo Avolution ada?

AM: Avolution ada juga

I: Avolution mas taunya yang kayak apa?

AM: Avolution itu rokok bungkuse kotak panjang itu to

I: iya... mmm berarti dua-duanya ada ya di tempat mas bekerja?

AM: iya..

I: mmm kalo boleh tau nih mas, ee dari dua produk tadi rata-rata pembelinya pria atau wanita?

AM: mmm... kalo yang ESSE itu wanitanya yang banyak yang beli, kalo Avolution.. ya wanita juga sih yang banyak yang beli, tapi ada cowok juga yang nyari kalo Avolution

I: okay, kalo Avolution masih ada cowok ya yang nyari ya.

AM: ya

I: tapi kalo Avolution tadi kan kalo yang ESSE cewek ya, kalo Avolution itu kana ada cewek ada cowok, tapi kalo banyaknya cewek atau cowok?

AM: ya banyak ceweknya sih mbak

I: jadi lebih banyak ceweknya ya, kalo.. kalo boleh tau nih mas, tadi kan udah nanya ciri-cirinya ESSE sama ciri-cirinya Avolution ya. Ee kalo dari mas.. Arief ya ini ya, mas Arief ya, mas Arief sendiri sering ngejualnya ke cewek atau ke cowok selama mas Arief kerja selama 8 bulan ya, itu lebih banyaknya ke cewek atau cowok, secara umum, kalo tadi kan lebih sendiri-sendiri ya, eh ESSE atau Avolution tapi kalo untuk dua-duanya itu lebih seringnya ke cewek atau ke cowok?

AM: ESSE sama Avolution doang to mbak? Bukan sama rokok yang lain?

I: bukan, ESSE sama Avolution aja

AM: cewek sih mbak, kalo yang cowok nyarine rokok-rokok sing laine kok

I: okay, cari rokok-rokok lain.. eee okay lanjut aja ya sekarang. Dari dua rokok itu tadi ESSE sama Avolution itu lebih laku yang mana?

AM: mmm ESSE sama Avolution e to..... Kalo selama saya yang jual sih lebih laku ESSE deh mbak kayake

I: lebih laku ESSE, lebih sering cewek beli ESSE daripada Avolution?

AM: cewek doang apa sama cowok?

I: sama cowok

AM: mmm

I: secara total lebih sering ESSE atau Avolution

AM: koyoke ESSE sih mbak

I: tetep ESSE brarti ya, okay mungkin itu aja sih mas Arief. Hehe, terima kasih atas waktunya

AM: mmm

I: terima kasih atas kesediaanya untuk diwawancara

AM: ya mbak

