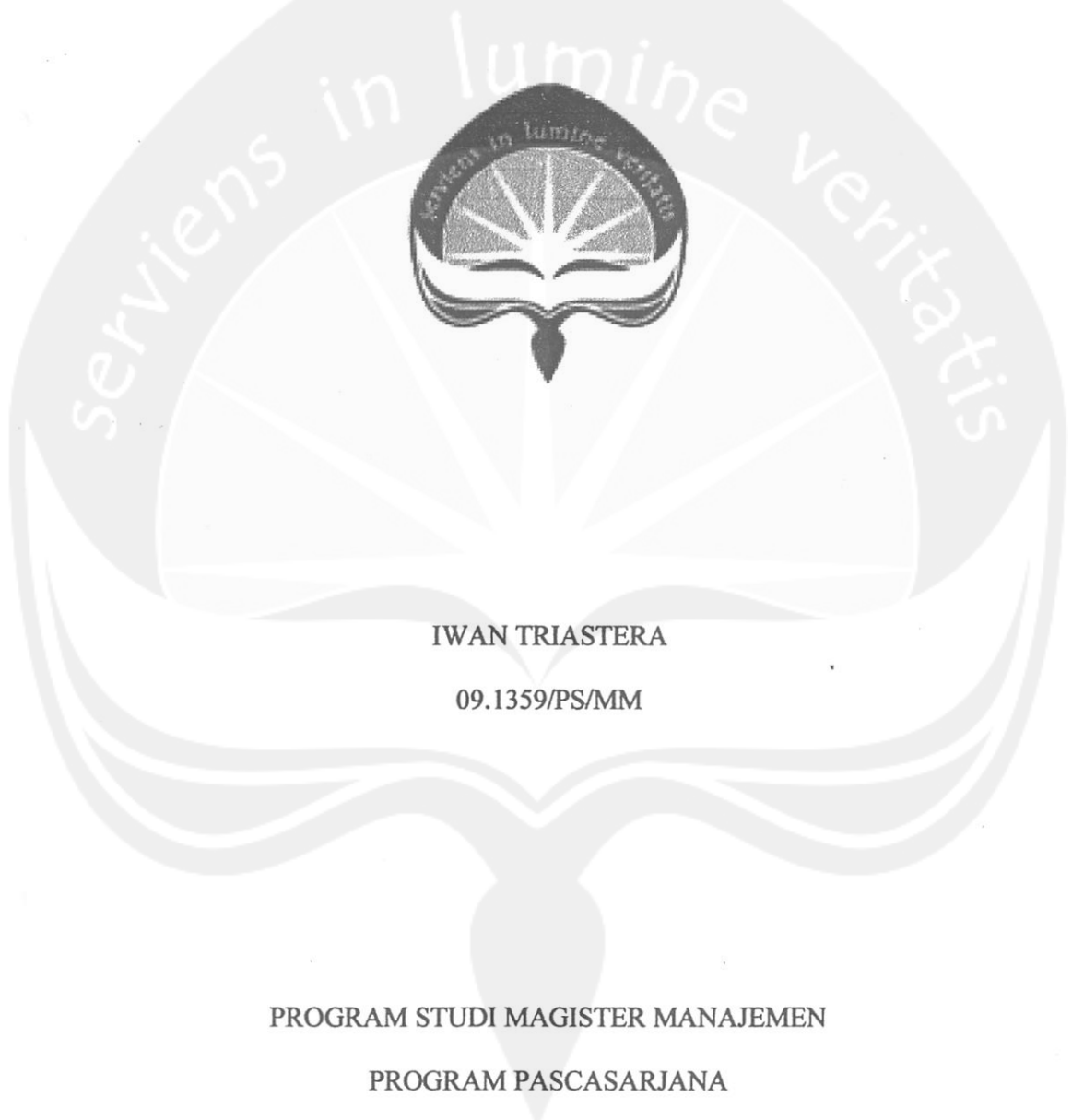


TESIS

PERSEPSI WANITA PEROKOK DAN NON PEROKOK  
TERHADAP KAMPANYE ANTI ROKOK



IWAN TRIASTERA

09.1359/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : IWAN TRIASTERA  
Nomor Mahasiswa : 09.1359/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Persepsi Wanita Perokok dan Non Perokok Terhadap  
Kampanye Anti Rokok

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Dr. Shellyana Junaedi, M.Si

4 Juli 2011



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : Iwan Triastera  
Nomor Mahasiswa : 09.1359/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul tesis : Persepsi Wanita Perokok dan Non Perokok Terhadap Kampanye Anti Rokok

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
--------------	---------	--------------

Dr. EF. Slamet S Sarwono, MBA

4 Juli 2011

Dr. Shellyana Junaedi, MSi

4 Juli 2011

Fandy Tjiptono, M.Comm., Ph.D

4 Juli 2011

Ketua Program Studi



M Parnawa Putranta, MBA., Ph.D

# **PERSEPSI WANITA PEROKOK DAN NON PEROKOK TERHADAP KAMPANYE ANTI ROKOK**

**Disusun Oleh :**  
**Iwan Triastera**  
**NPM : 09.1359**

**Pembimbing Utama**

**Dr.Shellyana Junaedi, M.Si**

## **Intisari**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku merokok pada wanita dan untuk mengetahui persepsi wanita perokok dan anti rokok terhadap kampanye anti rokok di Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi secara mendalam mengenai kampanye anti rokok di Indonesia, selain itu untuk menggali pemaknaan individu mengenai perokok wanita.

Penetapan informan dalam penelitian ini menggunakan informan yang sudah ditentukan atau dengan metode *purposive* dengan empat informan wanita perokok dan empat informan wanita anti rokok dengan usia 20 tahun keatas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan *content analysis* dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*).

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dan latar belakang wanita memutuskan untuk merokok disebabkan oleh faktor lingkungan dan faktor psikologis. Selanjutnya perokok wanita tidak peduli dengan adanya kampanye anti rokok di Indonesia. Wanita anti rokok mendukung dengan adanya kampanye anti rokok dan memberikan beberapa rekomendasi bagi penulis dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Wanita perokok, Kampanye anti rokok, Fenomena Sosial, Persepsi wanita perokok dan wanita anti rokok.**

## **Abstract**

The research was conducted to determine the smoking behavior in women and to determine the perceptions of women smokers and anti smoking on anti-smoking campaign in Indonesia. This study also aims to provide in-depth information on anti-smoking campaign in Indonesia, in addition to exploring individual meanings of female smokers.

Determination of informants in this research using informants who have been determined or the method of purposive with four informants female smokers, and four informants anti-smoking woman with 20 years of age or older. The research was conducted using a qualitative approach using descriptive methods and content analysis by conducting in-depth interviews.

The findings in this study suggests that the motivation and background of the woman decides to smoke caused by environmental factors and psychological factors. Furthermore, female smokers are not concerned with the existence of anti-smoking campaign in Indonesia. Women's anti-smoking support in the presence of anti-smoking campaign and gives some recommendations for authors in this study.

**Keywords:** Women smokers, anti-smoking campaign, Social Phenomena, Perception of female smokers and anti-smoking women.

## **PERNYATAAN**

**Melalui pernyataan ini saya menegaskan bahwa tesis dengan judul:**

**PERSEPSI WANITA PEROKOK DAN NON PEROKOK TERHADAP  
KAMPANYE ANTI ROKOK**

Adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya tulis yang telah ada sebelumnya. Pernyataan, ide, data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada catatan perut/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil plagiasi, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Yogyakarta, 29 Juni 2011**

**Yang menyatakan,**

**Iwan Triastera**





## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih dan karunia-Nya, yang telah diberikan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir sehingga Tesis dengan judul **Persepsi Wanita Perokok dan Non Perokok Terhadap Kampanye Anti Rokok** ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata 2 pada Program Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam pembuatan penelitian ini banyak pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam proses penulisan Tesis ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, berkat kuasa Roh Kudus-Mu yang selalu memberiku kekuatan, berkat rahmat dan bimbingan akhirnya dapat menyelesaikan Tesis ini dengan lancar.
2. Bapak dan Ibu R. Tejo Raharjo dan E. Sri Indarti yang telah memberikan dukungan dan doa untuk anaknya dalam menyelesaikan Tesis ini. Terima kasih atas dukungan, motivasi dan semua yang telah diberikan kepadaku.
3. Ibu Dr. M.F. Shellyana Junaedi M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing, mendampingi, dan mengarahkanku dalam menyelesaikan Tesis ini dengan sabar dan penuh perhatian. Terima kasih banyak Ibu buat ilmu yang diberikan, dukungan dan motivasinya.
4. Bapak Fandy Tjiptono M.Comm, P.hD., Bapak Budi Suprpto, MBA, P.hD dan Bapak Dr. EF Slamet Sarwono Santosa, MBA yang telah mendampingi dan menguji proposal dan sidang pendadaran ini dengan



penuh kesabaran, terima kasih atas semua masukan dan saran yang telah diberikan.

5. Pak Jarot Priyogutomo, MBA yang sudah memberiku masukan, saran dan juga dukungan dalam mengerjakan Tesis ini.
6. Seseorang yang aku cintai, terima kasih buat kekasihku Tita yang selama ini menemaniku, membantuku, dan mendukungku dengan penuh perhatian sehingga dapat meraih impian meraih gelar master. Terima kasih juga buat saudaraku Mas Eko, Mas Dedy, Deasy, dan Dipta yang telah memberikan dukungan moral maupun material terhadap Tesis ini. Tak terkecuali skripsi ini juga aku persembahkan buat Ibu Rini yang telah memberikan motivasi dan dukungan tiada henti.
7. Terima kasih juga untuk keluarga Om M. Riduansyah dan Tante Nani yang memberikanku support dan doa untuk dapat studi di program magister.
8. Terima kasih juga buat mbak Ana, mbak Dita, Farel, Arif dan Ayik yang selalu memberikanku dukungan
9. Sahabatku Ivon dan Lusi, Terima kasih buat segala kebersamaan kita untuk menempuh ilmu, suka duka dan apapun telah kita lewati. Setiap harapan kita sandarkan pada Tuhan akhirnya kita dapat besukacita dalam meraih gelar MM.
10. Teman – teman MM angkatan Januari 2010 Pak Bambang, Yustian, Ko Dennis, Eko, Rissa, Asti, Aster, Mba Kristin, Citta, Cik Vivi, Adit, Denni, pak Rony terima kasih buat setiap dukungan dan doanya.

11. Sahabatku Karlina dan Niko yang selalu memberikan dukungan baik dalam suka maupun duka, akhirnya kita semua sudah melewati masa sulit sewaktu kuliah.
12. Teman – teman di Tata Usaha yang selalu memberikan pelayanan kepada kami di Program Pasca Sarjana, terima kasih atas setiap dorongan dan dukungan kepada kami sehingga dapat menyelesaikan program MM dengan baik.
13. Teman – teman angkatan 2009 September Mba Tere, Kak Dewi, Koming, Haja, Apirat, Helen, Erwin, Cik Erna, Mba Naning, cik Yuli, Pak Rudy atas semua nasehat saran dan bimbingan selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis nantikan agar dapat menjadi koreksi ilmiah di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang tertuang dalam Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 15 Juni 2011

Iwan Triastera

↳ **Baiklah tiap –tiap orang menguji pekerjaannya sendiri;  
Maka ia boleh bermegah melihat keadaannya sendiri**

**Dan bukan keadaan orang lain**

**(Galatia 6:4)**

**“Karena itu rendahkanlah dirimu di bawah tangan Tuhan yang kuat. supaya kamu ditinggikanNya pada waktunya. serahkanlah segala kekuatiranmu kepadanya sebab Ia yang memelihara kamu”.**

**(1 Pet 5:6-7)**

*Bersukacitalah senantiasa. Tetaplah berdoa.*

*Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah dalam Kristus Yesus bagi kamu*

*(1 Tes 5 : 16 -18)*



## DAFTAR ISI

• HALAMAN JUDUL.....	i
• HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
• HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....	iii
• ABSRAK.....	iv
• HALAMAN PERNYATAAN.....	v
• KATA PENGANTAR.....	vi
• HALAMAN MOTO.....	ix
• DAFTAR ISI.....	x
• DAFTAR TABEL.....	xiv
• DAFTAR GAMBAR.....	xv
• DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
• <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
1.6. Keaslian Penelitian.....	12

• **BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL**

<b>2.1. Sejarah Singkat Tembakau dan Rokok.....</b>	<b>14</b>
2.1.1. Definisi Merokok.....	15
2.1.2. Roko Reguler dan Ringan.....	15
2.1.3. Pertumbuhan Permintaan Rokok.....	16
2.1.4. Tahapan Perilaku Merokok.....	17
2.1.5. Sikap Merokok.....	18
<b>2.2. Gerakan Anti Rokok.....</b>	<b>18</b>
2.2.1. Gerakan Anti Rokok di Indonesia.....	20
2.2.2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Iklan Pro-tembakau.....	22
<b>2.3. Merek.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Gaya Hidup.....</b>	<b>25</b>
<b>2.5. Model Interaksionalisme Simbolik.....</b>	<b>27</b>
<b>2.6. Diri dan Citra Diri.....</b>	<b>28</b>
2.6.1 Kontruksi Citra Diri.....	29
2.6.2. Perubahan Citra Diri.....	30
<b>2.7. Model Perilaku Konsumen.....</b>	<b>30</b>
2.7.1. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	32
<b>2.8. Pengertian dan Arti Pentingnya Periklanan.....</b>	<b>32</b>
2.8.1. Efektifitas Iklan.....	34

2.8.2. Pemasaran dan Periklanan Tembakau.....35

• **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Pendahuluan.....	38
3.2.	Paradigma Penelitian.....	38
3.3.	Metode Penelitian	
3.3.1.	Riset Kualitatif.....	41
3.3.2.	Desain Penelitian.....	47
3.4.	Alat Analisis	
3.4.1.	Analisis Isi ( <i>Content Analysis</i> ).....	48
3.5.	Lingkup Penelitian.....	50
3.6.	Subyek Penelitian.....	50
3.7.	Metode Pemilihan Informan.....	51
3.8.	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.9.	Panduan Pertanyaan Terbuka Terhadap Informan.....	55
3.10.	Prosedur Penelitian.....	61
3.11.	Validitas dan Kredibilitas.....	62
3.12.	Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	63
3.13.	Pelaksanaan Penelitian.....	64
3.14.	Pengumpulan Data .....	66
3.15.	Pengolahan Data.....	70



•	<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
	4.1. Pendahuluan.....	72
	4.2 Latar Belakang Informan.....	73
	4.2.1. Karakteristik Informan Wanita Perokok.....	73
	4.2.2. Karakteristik Informan Wanita Anti Rokok.....	80
	4.3 Latar Belakang dan Motivasi Wanita menjadi perokok.....	87
	4.4 Persepsi Wanita Perokok Terhadap Kampanye Anti Rokok...	93
	4.5 Persepsi Wanita Anti Rokok Terhadap Kampanye Anti Rokok.....	98
•	<b>BAB V TEMUAN, DISKUSI, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN PENELITIAN YANG AKAN DATANG</b>	
	5.1. Temuan.....	104
	5.2. Diskusi.....	105
	5.3 Keterbatasan Penelitian.....	106
	5.4 Saran.....	106
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar Enam Negara di Dunia dengan Konsumsi Rokok Tertinggi Tahun 2002.....	5
Tabel 1.2.	Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Perilaku Merokok dan Kampanye Anti Rokok.....	13
Tabel 2.1.	<i>Model of Buyer Behavior</i> .....	31
Tabel 3.1.	Panduan Wawancara Wanita Perokok.....	56
Tabel 3.2.	Panduan Wawancara Wanita Anti Rokok.....	59
Tabel 3.3.	Karakteristik Informan Wanita Perokok.....	65
Tabel 3.4.	Karakteristik Informan Wanita Anti Rokok.....	66
Tabel 3.5.	Durasi Waktu Wawancara Terekam Wanita Perokok.....	67
Tabel 3.6.	Durasi Waktu Wawancara Terekam Wanita Anti Rokok.....	67
Tabel 3.7.	Data Teknis Pengambilan Data Wanita Perokok.....	69
Tabel 3.8.	Data Teknis Pengambilan Data Wanita Anti Rokok.....	70
Tabel 4.1.	Latar Belakang dan Motivasi Wanita Perokok.....	88
Tabel 4.2.	Persepsi Wanita Perokok Terhadap Kampanye Anti Rokok.....	93
Tabel 4.3.	Persepsi Wanita Anti Rokok Terhadap kampanye Anti Rokok.....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Wanita Perokok.....	1
Gambar 2.	Gerakan Anti Rokok di Indonesia.....	7
Gambar 3.	Paradigma Menurut Hatcher.....	39
Gambar 4.	Kerangka Metodologi.....	48
Gambar 5.	Skema <i>Guide in-depth Interview</i> Perilaku Merokok.....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. **Lampiran Transkrip Wawancara**
2. **Lampiran Foto Citra Wanita Perokok**
3. **Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan**

