

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perokok wanita mengalami perkembangan yang cukup signifikan, pertumbuhan perokok wanita mencapai lima kali lipat dari tahun sebelumnya. Jumlah perokok wanita adalah empat persen dari total perokok di Indonesia yang mencapai 65 juta perokok aktif, jadi jumlah perokok wanita adalah 2,6 juta jiwa.¹ Sekitar 20 persen dari satu milyar perokok di dunia adalah wanita. Berdasarkan data World Health Organization (WHO), tujuh persen remaja perempuan dari 12 persen remaja laki-laki perokok di 151 negara di dunia aktif merokok.



Gambar 1
Wanita Perokok

Sumber:<http://www.google.co.id/imgres?imgurl=http://2.bp.blogspot.com>

¹ Dikutip dari <http://carahidup.um.ac.id/2009/09/10-negara-dengan-jumlah-perokok-terbesar-di-dunia/2009>

Dewasa ini sangat mudah untuk menjumpai wanita yang mempunyai kebiasaan merokok baik di restoran, kafe, diskotik bahkan juga di kampus, bagi beberapa kaum perempuan merokok adalah sebuah tren, mode dan solidaritas dengan sesama teman seprofesi (Istiqomah, 2007)². Tindakan individu untuk merokok timbul dari dalam diri individu itu sendiri yang disebabkan berbagai alasan maupun tujuan, seperti halnya; ingin mencoba, mendapatkan citra *sexy*, *gentleman* dan *modis*, baik dari status sosial, ekonomi maupun menerapkan gengsi dari dalam diri perokok itu sendiri (Ariyadin, 2002).³

Penelitian Kin *et al.*, (2009) menegaskan bahwa indikasi pada tahun 2025, 20% dari populasi wanita akan menjadi perokok, naik dari 12% di tahun 2005. Beberapa faktor yang mendorong peningkatan merokok wanita, terutama dalam negara berkembang. Faktor yang paling penting mungkin peningkatan daya beli rokok bagi perempuan yang membuat rokok lebih terjangkau. Nilai sosial dan norma-norma budaya yang secara tradisional mencegah perempuan di banyak negara untuk merokok yang semakin melemah sehingga kecenderungan merokok di kalangan perempuan lebih diterima secara sosial. Peran adanya kebebasan dalam perilaku dan otonomi perempuan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan untuk merokok mendorong meningkatnya jumlah perokok baru di negara-negara berkembang seperti di Asia dan Asia Tenggara.⁴

Merokok menjadi *pro* dan *kontra* di kalangan masyarakat, sebagian orang memandang merokok lebih banyak merugikan daripada menguntungkan. Menurut pandangan masyarakat, rokok merupakan salah satu contoh produk yang dianggap

² Istiqomah, "Upaya Generasi Tanpa Merokok" (2003:46)

³ Refleksi penulis dalam buku Ariyadin "Relakah Anda Mati Demi Sebatang Rokok"(2006)

⁴ Disarikan dari Kim *et al.*, 2009 pada Smoking Among Girls and Young Woman in ASEAN Country

berbahaya atau beresiko bagi kesehatan dan keselamatan, baik keselamatan bagi perokok aktif maupun perokok pasif. Hal ini didukung pula dengan adanya fakta bahwa konsumsi tembakau dunia ternyata dapat membunuh satu orang setiap detik, saat ini di dunia terdapat 4,9 juta kematian setiap tahunnya dimana 70 persen di antaranya terjadi di negara berkembang (Mandan, 2004 dalam Sukendro, 2007).

Alasan mengapa merokok menjadi sesuatu yang *pro* dan *kontra* di kalangan masyarakat adalah, pertama dari segi pajak atau cukai rokok yang membantu pendapatan negara, angka tingkat kemiskinan di Indonesia mencapai 30 juta jiwa dengan pendapatan rata – rata dua Dollar Amerika atau setara dengan Rp 20.000,00 per hari per kepala keluarga, padahal tingkat konsumsi rokok menghabiskan satu dollar per hari atau lima puluh persen dari total penghasilan keluarga miskin, tentunya fenomena ini kadang tidak masuk akal⁵.

Kedua, merokok mengakibatkan kerugian dari segi kesehatan masyarakat. Kebiasaan merokok dapat ditinjau dari beberapa golongan dan status sosial. Individu dengan status sosial kelas tinggi, status sosial para *eksekutif* sampai golongan status sosial kelas bawah juga mempunyai satu kebiasaan yang sama yaitu merokok dan hal ini menjadi fenomena di era baru. Menurut Watts Wacker dari Institut Penelitian Stanford, rokok adalah simbol yang amat sangat ditempatkan pada simbol – simbol tertentu (Hamilton, 1997) dalam La Tour *et al.*, (2003) dari sudut pandang ini orang dapat melihat bahwa sebenarnya dari merokok dapat mencerminkan mengenai citra diri seseorang yang berhubungan dengan produk.

⁵ Disarikan dari beberapa media massa, dan juga data dari bebapa buku mengenai perspektif rokok dan kemiskinan

Menurut Sukendro (2007), rokok adalah sebuah tradisi kolonial yang secara langsung menjadi suatu adat dan tradisi yang mengakar kuat bagi kebanyakan orang di Indonesia. Rokok mempunyai tingkat popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat dibuktikan dengan konsumsi rokok di Indonesia yang merupakan salah satu terbesar di dunia⁶.

Perkembangan wanita perokok di Asia sangat pesat, hal ini didasarkan pada data dari WHO yang menyatakan bahwa negara China adalah salah satu negara dengan pengeluaran dan iklan rokok terbesar yang mencapai 5,2 Juta dollar Amerika. Selain itu kiblat dari dunia barat yang menyatakan bahwa merokok adalah salah satu style dan mempunyai peran penting bagi perkembangan rokok terutama segmen wanita di kawasan Asia.⁷

Indonesia masuk dalam jajaran lima besar konsumen rokok di seluruh dunia, disadari apa tidak hal ini akan mengakibatkan dampak negatif bagi negara seperti masalah kesehatan, perilaku buruk bagi generasi muda, dan kerugian lain yang disebabkan oleh kegiatan merokok. Data yang diperoleh pada tahun 2002 menunjukkan bahwa tingkat konsumsi rokok di Indonesia berjumlah 182 milyar batang yang merupakan urutan kelima diantara sepuluh negara di dunia dengan konsumsi tertinggi pada tahun yang sama.

⁶ Disarikan dari "Filosofi Rokok" (Sukendro :2007)

⁷ Disarikan dari Gender, Woman and the Tobacco Epidemic, The Marketing of Tobacco to Women : Global Persepective, World Health Organization (2003)

Tabel 1.1
Daftar Enam Negara di Dunia dengan Konsumsi Rokok Tertinggi Tahun 2002

No	Negara	2002 (Miliar Batang)
1.	Republik Rakyat Cina	1.697,291
2.	Amerika Serikat	463,504
3.	Rusia	375,000
4.	Jepang	299,085
5.	Indonesia	181,958
6.	Jerman	148,400
7.	Turki	116,000
8.	Brasilia	108,200
9.	Italia	102,357
10.	Spanyol	94,309

Sumber: Diakses dari <http://www.fas.usda.gov/psd/> (2011)

Dari tabel 1.1 dapat dikatakan bahwa Indonesia masuk dalam kriteria *big smoke* istilah lain dari negara yang menghasilkan pecandu rokok baik dari kalangan remaja maupun kalangan dewasa pria dan wanita dengan jumlah yang besar. Berbagai usaha untuk menanggulangi kecanduan terhadap kaum perokok seperti penyuluhan kesehatan, larangan merokok dan juga melakukan sosialisasi kepada pecandu rokok tidak mengurangi jumlah pecandu rokok, justru jumlah perokok di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2009 peringkat Indonesia naik ke urutan tiga besar dunia sebagai negara pengonsumsi rokok dibawah Cina dan India yang mencapai 65 juta perokok dengan total 225 miliar batang per tahun.⁸

Di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia saat ini telah muncul gerakan anti rokok atau kampanye anti rokok, hal ini dapat dilihat diberbagai sarana dan fasilitas umum yang melarang adanya perokok atau sering disebut kawasan bebas rokok dengan sangsi yang cukup tegas. Masyarakat juga diperlihatkan mengenai

⁸ Disarikan dari www.carahidup.com (2011)

fatwa haram tentang rokok peraturan daerah dan peraturan perundang – undangan yang peduli terhadap bahaya rokok bagi masyarakat.

Di negara Eropa gerakan anti rokok sudah mulai diberlakukan dengan tegas. Setiap tahun, tembakau menyebabkan kematian prematur 30.000 orang di Hungaria, dan 2.300 kematian karena asap rokok. Selain itu, tingkat penyakit kanker paru-paru pada pria di Hungaria adalah yang tertinggi di dunia. Parlemen Hungaria mensahkan undang-undang yang akan membuat tempat-tempat umum, restoran, bar dan tempat kerja lainnya di negara bebas asap mulai bulan Januari 2012. Tidakan tersebut mengindikasikan bahwa suatu negara mempunyai peran besar mengenai suksesnya gerakan anti rokok karena tembakau merupakan faktor risiko utama kematian dini yang menyebabkan 1,6 juta kematian per tahun.⁹

Wanita Indonesia Tanpa Tembakau (WITT) telah melakukan kampanye gerakan anti rokok di Jakarta dengan menggandeng artis ternama khususnya wanita. Kampanye ini bertujuan untuk menghindari tingkat kenaikan perokok wanita di Indonesia yang didasari dengan adanya berbagai macam dampak negatif yang ditimbulkan oleh perokok terutama dalam bidang kesehatan. Di beberapa daerah seperti DKI Jakarta dan Surabaya sudah mengeluarkan peraturan daerah mengenai larangan merokok di tempat umum, Mall dan gedung perkantoran (Kompas.com, 2011).

⁹ Disarikan dari <http://www.euro.who.int/en/what-we-do/health-topics/disease-prevention/tobacco/news/news/2011/04/hungarys-public-places-and-workplaces-smoke-free-from-january-2012>



Gambar 2
Gerakan Anti Rokok di Indonesia

Sumber : diakses dari <http://www.mediaindonesia.com/foto/4377> (2011)

Satu diantara yang mendukung terhadap bahaya merokok adalah Komunitas Anti Rokok Indonesia (KARI). Bahkan komunitas ini telah melakukan berbagai kampanye untuk mengkampanyekan berbagai macam bahaya merokok. Mereka kerap turun ke jalan membagi-bagikan brosur tentang tidak ada manfaatnya merokok dan penyakit apa saja yang diderita bagi perokok dan orang lain. Saat ini KARI telah mendapat dukungan dari berbagai pemerintah daerah khususnya dinas kesehatan di Indonesia, seperti Aceh, Medan, Pekanbaru dan Lampung.

Tercatat sudah 19 propinsi yang telah memberikan mendukung terhadap KARI untuk terus melawan bahaya merokok. Bukan itu saja, saat ini KARI juga telah menjalin kerjasama dengan Komisi Nasional Anak dan Badan Narkotika Nasional (BNN) untuk melawan bahaya merokok. Anggota KARI yang tercatat saat ini sebanyak 3679 orang. Mereka berasal dari berbagai kalangan seperti mahasiswa,

pelajar dan tokoh agama. Mereka memberikan dukungan dengan cara menuliskan berbagai literatur mengenai bahaya merokok.¹⁰

Thompson (2009) dalam penelitiannya menegaskan, bahwa di New Zealand pemerintah sangat konsen terhadap gerakan anti rokok dengan cara menggunakan kemasan yang menarik untuk menghidupkan kampanye anti rokok, bahaya kecanduan nikotin dan zat yang membuat orang merasa nyaman dalam merokok dan mengabaikan masalah kesehatan.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menelusuri kaitan antara perilaku dan persepsi wanita merokok terhadap kampanye *anti smoking* beserta dampaknya. Selain itu melihat persepsi wanita anti rokok terhadap perilaku merokok dan kampanye anti rokok. Dari pernyataan tersebut maka akan muncul suatu istilah baru yang akan didapatkan mengenai motivasi dalam merokok baik yang menyangkut citra diri, gaya hidup dan juga sisi psikologis dari konsumen rokok.

Penelitian ini berusaha mengungkapkan persepsi wanita perokok dan wanita anti rokok terhadap kampanye anti rokok. Dengan melihat status sosial, dan motivasi perokok wanita dapat ditemukan fakta – fakta baru mengenai kebiasaan merokok. Konsumsi rokok yang cukup besar di Indonesia dan semakin meningkatnya konsumen perokok wanita dari tahun ke tahun menjadi motivasi penulis untuk meneliti secara mendalam mengenai kampanye anti rokok.

1.2 Rumusan Masalah

Dewasa ini masalah kesehatan menjadi isu utama dalam kehidupan khususnya masalah kesehatan pada wanita. Manusia modern mempunyai dua sisi yang berbeda

¹⁰ Disarikan dari <http://www.tnol.co.id/id/onthespot/7552.html>

yaitu antara kesehatan dan gaya hidup. Pertumbuhan wanita perokok dewasa ini semakin meningkat padahal wanita sangat rentan terhadap penyakit yang disebabkan oleh rokok. Penyakit tersebut seperti penyakit kanker, jantung, paru - paru dan gangguan pada kandungan yang disebabkan zat beracun yang terkandung pada rokok. Maraknya kampanye anti rokok di berbagai negara termasuk Indonesia mengingatkan betapa berbahayanya dampak yang ditimbulkan oleh rokok. Penulis dalam penelitian ini mengangkat beberapa rumusan masalah yang berkaitan dengan pandangan wanita perokok dan wanita anti rokok dalam kampanye anti rokok dan bagaimana sikap mereka terhadap kampanye tersebut.

Terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apa yang menjadi motivasi dan latar belakang wanita menjadi perokok?
2. Bagaimana persepsi wanita perokok terhadap kampanye anti rokok di Indonesia?
3. Bagaimana persepsi wanita anti rokok terhadap kampanye anti rokok di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai motivasi dan latar belakang wanita perokok, mengetahui persepsi wanita perokok mengenai kampanye anti rokok di Indonesia, dan mengetahui persepsi wanita anti rokok terhadap kampanye anti rokok di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi, tanggapan, dan pemaknaan individu dengan adanya kampanye anti rokok.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai gerakan anti rokok ditinjau dari sudut pandang wanita perokok dan wanita anti rokok.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah untuk menetapkan peraturan yang tepat dalam menangani masalah rokok terutama mengenai kebiasaan merokok di kawasan khusus seperti: rumah sakit, lingkungan pendidikan dan tempat ibadah
3. Manfaat bagi bidang pemasaran adalah mendorong strategi dan mensosialisasikan gerakan anti rokok dengan lingkup yang lebih luas secara efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

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

Bab II Landasan Teori

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

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ketiga ini membahas metodologi yang dipakai dalam penelitian ini, mulai dari pemilihan informan, otentisitas penelitian, kredibilitas penelitian, dan penggunaan alat analisis yang berupa analisis isi (*content analysis*).

Bab IV Profil Informan

Bab ini berisi mengenai karakteristik personal dari informan. Bab ini memaparkan mengenai keseharian informan. Peneliti mengungkapkan mengenai latar belakang informan dalam lingkup yang lebih luas. Bab ini berusaha memberikan informasi mengenai latar belakang informan, motivasi dan penemuan mengenai pendapat sehingga peneliti dapat mengetahui mengenai keseharian informan.

Bab V Laporan Pelaksanaan Penelitian

Bab ini berisi mengenai laporan pelaksanaan penelitian yang meliputi tahap persiapan wawancara dengan informan, proses pemilihan informan dan juga bagaimana teknis wawancara dan lingkup kategori informan dalam penelitian ini dijelaskan secara lebih rinci.

Bab VI Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini berisikan tahap-tahap dalam melakukan penelitian kemudian berisikan analisis data yang telah dikumpulkan dan diperoleh selama dilakukannya penelitian dengan menggunakan alat analisis yang telah ditentukan.

Bab VII Temuan, Diskusi, Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian yang akan Datang

Bab ini membicarakan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini merupakan penutup yang berisikan tentang diskusi dari hasil analisis data yang dilakukan serta implikasi sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajerial dalam penetapan perencanaan dan pengembangan strategi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan penetapan kebijakan bagi pemerintah untuk kepentingan umum. Bab ini juga menjelaskan mengenai penelitian yang sebaiknya dilakukan di masa yang akan datang.

1.6 Keaslian Penelitian

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan sebelum penelitian yang dibuat oleh penulis, beberapa penelitian yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti oleh penulis yaitu:

Tabel 1.2
Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu yang Berkaitan
dengan Perilaku Merokok dan Kampanye Anti Rokok

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Faktor-Faktor yang diteliti	Hasil Penelitian
1.	Richard He'bert (2004)	<i>What's New in Nicotine & Tobacco Research?</i>	Meneliti mengenai faktor – faktor yang berhubungan dengan rokok	Mengetahui hasil yang mempengaruhi perilaku merokok pada wanita yang sedang hamil dan kecanduan terhadap penggunaan tembakau dan nikotin.
2.	La Tour et al., (2003)	<i>Is a cigar just a cigar?: A Glimpse at the new age cigar consumer</i>	Mengenai perbedaan citra simbolisme personal pria dan wanita perokok di Kanada.	Mengetahui dan menemukan perbedaan mengenai motivasi perokok pria dan wanita di Kanada. Budaya sebagai salah satu faktor pendorong dan motivasi yang lebih bagi wanita untuk masuk ke bioskop dan muncul penelitian dengan menggunakan model 3D yang berkaitan dengan faktor demografis.
3.	Iwan Triastera (2009)	<i>Fenomena Konsumen rokok era baru: Perilaku merokok terhadap citra simbolisme personal</i>	Bagaimana perilaku dan simbolisme yang dihasilkan oleh perokok pria dan wanita, apakah ada perbedaan antara perokok pria dan wanita dalam kaitannya dengan norma dan psikologis dari perokok dan citra yang ditimbulkan	Terdapat perbedaan pandangan mengenai perilaku merokok antara pria dan wanita di dindonesia. Citra diri yang dihasilkan melalui <i>image</i> tercermin dalam <i>value</i> atau nilai yang berlaku dalam masyarakat. Adanya norma sosial yang semakin renggang membuat seseorang melakukan aktivitas merokok dalam hal ini adalah dominan di faktor lingkungan.
4.	Wolburg Joyce (2006)	<i>College Students' Responses to antismoking Messages : Denial, Defiance, and other Boomerang Effect</i>	Kampanye anti rokok yang mempengaruhi perilaku remaja dari rokok. Penyebab merokok, efektifitas gerakan anti rokok	Studi ini memberikan bukti bahwa kampanye anti rokok dirancang untuk mencegah remaja dari merokok. Selain itu menunjukkan bahwa mereka menentang gerakan rokok di sekolah dan memberikan pesan kepada kaum muda untuk tidak merokok dan menghindari bahaya rokok.