

BAB IV

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah persepsi masyarakat terhadap kemasan rokok Produksi PT.Gudang Garam Tbk, PT. HM Sampoerna Tbk, PT Bentoel Tbk dan PT. Djarum, kemasan rokok lokal daerah Bantul, dan kemasan rokok yang imitatif terhadap kemasan Produksi PT.Gudang Garam Tbk, PT. HM Sampoerna Tbk, PT. Djarum dan PT Bentoel Tbk.

Berdasarkan uraian dari bab I sampai dengan bab III, maka dalam bab IV ini akan ditarik kesimpulan dan juga berbagai saran sehubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh penulis dari penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa meskipun pada konsumen yang mengkonsumsi rokok kemasan imitatif namun pada dasarnya konsumen tetap berkeinginan untuk mengkonsumsi rokok merek nasional. Hal ini dikarenakan konsumen merasa bahwa rokok merek nasional memiliki keunggulan rasa dan kualitas. Keunggulan rasa dan kualitas merupakan alasan utama dalam pemilihan rokok.

Rokok dengan kemasan mirip dengan rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel belum memiliki *brand image* di pasaran sekuat rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel. Meskipun

kebanyakan responden menganggap dengan kemasan mirip mencerminkan rasa yang mendekati rokok yang dijadikan contoh. Misalkan Pena Mas yang rasa dan kualitas dianggap mirip dengan rokok Djarum. Kemiripan rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel dengan rokok imitatif tergantung pada merek, logo, warna serta tipografinya. Responden menilai jauh lebih mudah dalam mendapatkan rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel daripada untuk mendapatkan rokok yang mirip dengan rokok produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel. Hal ini memperlihatkan bahwa rokok dengan kemasan yang mirip dengan rokok nasional produksi Gudang Garam, HM Sampoerna, Djarum dan Bentoel mempunyai wilayah pemasaran (distribusi) serta produksi terbatas.

Selain itu dari penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa rokok produksi Gudang Garam, Djarum Super, HM Sampoerna dan Bentoel memiliki nilai *prestige* dan menimbulkan nilai kepuasan tersendiri dibandingkan dengan rokok kemasan imitatif. Nilai pesan yang ingin disampaikan oleh produsen rokok produksi Gudang Garam, Djarum Super, HM Sampoerna dan Bentoel dibangun melalui komunikasi pemasaran yang terpadu, misalnya seperti iklan yang sering tayang di televisi, radio dan majalah. Disisi lain penulis melihat bahwa aspek kebiasaan mempunyai pengaruh terhadap pemilihan merek rokok yang akan dikonsumsi. Aspek kebiasaan tersebut menimbulkan loyalitas dalam diri responden, sehingga responden memiliki persepsi yang positif terhadap merek rokok yang dikonsumsinya.

Karakter responden yang berbeda-beda juga ikut menentukan persepsi dari masing-masing responden. Misalnya saja Pak Jamal, sebagai pribadi yang matang pilihannya jatuh pada rokok Gudang Garam. Nilai atau kesan yang terkandung dalam rokok Gudang Garam adalah pria yang berselera tinggi, berkarakter serta dewasa (www.djarum.com, diakses 25 Juli 2009). Begitu pula dengan kesan yang diharapkan oleh Pak Jamal ketika merokok Gudang Garam. Begitu juga dengan responden yang bernama Esti dan Anggoro, mereka anak muda yang yang gaul, stylist, moderen pilihan membawa mereka pada rokok Sampoerna Menthol dan LA Light Mentol di mana produsen dari rokok tersebut memang menggiring konsumennya lewat iklan-iklannya untuk membentuk kesan *easy going*, pergaulan yang moderen, gaya hidup yang tinggi.

Status sosial, ekonomi serta faktor usia juga menentukan pembentukan proses persepsi responden bahwa rokok dengan kemasan imitatif dapat sebagai substitusi atau pengganti rokok produksi Gudang Garam, Djarum Super, HM Sampoerna dan Bentoel yang harganya mungkin kurang terjangkau oleh sebagian dari mereka. Mereka memiliki persepsi bahwa rokok dengan kemasan imitatif memiliki rasa yang hampir sama serta kemasan yang mirip dapat membawanya pada sebuah kesan yang mereka inginkan seperti macho, cool sesuai nilai yang ada pada rokok produksi Gudang Garam, Djarum Super, HM Sampoerna dan Bentoel. Namun adapula sebagian dari responden menampik adanya peluang rokok imitatif menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan akan kesan yang diciptakan dari sebuah merek rokok nasional, walaupun kemasan atau mereknya dibuat sedemikian rupa menyerupai kemasan rokok nasional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis akan mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Rokok Nasional maupun Rokok Lokal

Kemasan adalah satu hal yang dapat mempengaruhi pilihan pada suatu produk, jika kemasan itu bagus maka konsumen akan lebih mudah tertarik. Pilihan untuk menampilkan visual pada kemasan juga harus memperhatikan pada unsur-unsur yang terkandung dalam suatu kemasan seperti warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, tipografi, label, tata letak.

Oleh karena itu inti atau esensi yang baik harus bisa ditonjolkan dalam sebuah kemasan agar nantinya masyarakat dapat mengerti dan memahami perbedaan kemasan imitatif dan kemasan asli dari perusahaan nasional. Bagi perusahaan rokok imitatif, saran penulis adalah agar perusahaan rokok imitatif dapat membuat desain yang baik, yang memperhatikan warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, tipografi, label, tata letak.

Pilihan utama untuk mengkonsumsi rokok dengan keunggulan rasa dan kualitas konsumen pada konsumen status sosial ekonomi menengah ke bawah menjadi patut pertimbangan lain bagi produsen rokok merek nasional untuk membuka segmentasi pasar baru.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambah jumlah kemasan imitatif yang diteliti, karena hasil penelitian tersebut akan lebih mendekati pada kenyataan yang ada di lapangan. Dengan demikian, hasil

penelitian diharapkan dapat memberi penjelasan seutuhnya mengenai persepsi konsumen terhadap kemasan rokok-rokok imitatif.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Azwar, Saifudin. 1998. *Sikap manusia : Teori Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty
- Brannan, Tom. 2004. *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: PPM.
- Brink dan Kelly. 1983. *The Management of Promotion : Consumer Behaviour and Demand Stimulation*. New York: Hill
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fill, Chris. 1995. *Marketing Communications Frameworks, Theories, and Applications*. Englewood Cliffs: Prentice Hall International.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Khasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga. Edisi ketiga.
- Jogianto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. BPFE.
- Kotler dan Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta. Prenhallindo. Jilid Satu.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Kedelapan. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Indeks. Jilid Satu Edisi Kesebelas.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Indeks. Jilid Dua. Edisi Kesebelas.

Kotler, Phillip. 1995. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta. Salemba Empat.

Lamb, Hair, McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta. Salemba Empat. Buku Satu.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2008. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc. International edition, Eight Edition.

Sigid. 1997. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: Obor.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

Terence A. Shimp. 1997. *Advertising, Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication. The Dryden*.

Terence A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi Komunikasi Terpadu*. Jakarta. Erlangga. Jilid Satu. Edisi Kelima.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta. Andi

Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta. Gramedia.

Website:

Diakses 19 Oktober 2008 :

<http://swa.co.id>

<http://www.sinarharapan.co.id>

www.mediaindonesia.com

Diakses 13 Maret 2009:

<http://s220.photobucket.com>

<http://djokosantoso.com>

Diakses 02 April 2009:

<http://beacukai.go.id>

Diakses 25 Juli 2009:

[http:// www. Djarum.com](http://www.Djarum.com)

<http://www.djarum/produk/djarumsuper/.asp?bookid=09035/76346>

<http://www.sampoerna.com>

<http://www.gudanggaramtbk.com>

<http://www.bentoel.co.id>

<http://www.marketing.co.id/common/file.ashx?Id=5697>

<http://jurnalkomunikasi.com/?p=712>





LAMPIRAN

Interview Guide

1. Rokok apa yang anda konsumsi? Sebutkan alasannya!
2. Dimana anda biasa memperoleh rokok yang anda konsumsi?

Sensasi

1. Apakah anda pernah melihat kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel?
2. Apakah anda pernah melihat rokok dengan kemasan imitatif terhadap kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel?

Perhatian (Kognisi, Afeksi)

Kognisi

1. Apakah anda memperhatikan mengenai kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jika anda memperhatikan tolong jelaskan seperti apakah kemasannya?
2. Apakah anda memperhatikan mengenai kemasan rokok imitatif terhadap rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jika anda memperhatikan tolong jelaskan seperti apakah kemasannya?

Afeksi

1. Menurut anda kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel menarik atau tidak? jelaskan!
2. Menurut anda kemasan rokok yang imitatif terhadap rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel menarik atau tidak? Jelaskan!
3. Apakah anda menyukai kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Apa yang membuat anda suka pada kemasan tersebut?
4. Apakah anda menyukai kemasan rokok yang imitatif terhadap produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Apa yang membuat anda suka pada kemasan rokok imitatif tersebut?

Interpretasi

1. Mana yang anda pilih, rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel ataukah rokok yang imitatif terhadap

produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jelaskan alasan anda memilihnya!



DATA RESPONDEN

1. Pak Jamal (Responden Satu)

Pak Jamal adalah seorang pekerja pabrik, Pak Jamal tinggal di RT 03 Janganan Panggunharjo Sewon Bantul beliau mempunyai satu orang istri dan empat orang anak. Umur Pak Jamal adalah 47 tahun, beliau adalah seorang perokok berat, karena beliau dapat menghabiskan 1 sampai 2 bungkus setiap harinya.

Pak Jamal menjadi seorang perokok sejak beliau kuliah, kira-kira 27 tahun yang lalu. Beliau sangat menyukai rokok Gudang Garam, karena menurutnya rokok Gudang Garam mempunyai rasa serta aroma yang khas dan mantap. Oleh karena itu beliau tidak pernah mengganti rokoknya sejak jaman dulu sampai sekarang walaupun harganya yang berkali-kali mengalami kenaikan.

2. Esti (Responden Dua)

Esti adalah seorang pedagang, umur Esti adalah 26 tahun, dia adalah anak yang gaul, yang mempunyai banyak teman. Esti tinggal di RT 03 Janganan Panggunharjo Sewon Bantul, disana ia tinggal bersama ibu dan adik-adiknya dan ayahnya sudah meninggal.

Esti adalah seorang perokok, awal mula ia mencoba merokok sekitar 2 tahun yang lalu karena coba-coba, dan semakin hari ia jadikan kebiasaan yang sulit ia tinggalkan sampai saat ini. Esti sering mengkonsumsi rokok Sampoerna Mentol, namun kadang kala ia juga mengkonsumsi rokok LA Light Mentol. Esti sangat suka dengan rokok mentol karena menurutnya rokok tersebut sangat ringan dan segar karena mengandung mentol, jadi sangat pas untuk wanita.

3. Sigit (Responden Tiga)

Sigit adalah seorang pedagang pasar, umur Sigit adalah 30 tahun, dia adalah seorang ayah dari satu anak. Sigit tinggal di RT 03 Janganan Panggunharjo Sewon Bantul. Sehari-hari di pasar ia habiskan waktu untuk berjualan. Sambil mengisi waktu senggangnya sering kali ia merokok. Sigit adalah perokok berat, rokok yang disukainya adalah rokok produksi Djarum dan Gudang Garam, namun ia tidak menutup kemungkinan untuk mencoba rokok lain yang penting mempunyai harga yang murah. Tiap harinya Sigit dapat menghabiskan 1-2 bungkus rokok.

4. Pak Suwarno (Responden Empat)

Pak Suwarno adalah seorang kakek yang mempunyai 3 orang cucu. Sehari-hari beliau bekerja sebagai buruh tani. Pak Suwarno bukan termasuk perokok berat, karena menurutnya beliau merokok hanya untuk sambilan saja. Pak Suwarno tinggal di RT 03 Janganan Panggunharjo Sewon Bantul.

Rokok yang dikonsumsi oleh pak Suwarno adalah rokok Pena Mas, karena menurut beliau rokok Pena Mas mempunyai harga yang murah yang bisa dijangkaunya. Satu pak rokok Pena Mas dapat beliau habiskan dalam waktu 1 atau 2 hari.

5. Anggoro (Responden Lima)

Anggoro adalah seorang anak muda yang gaul, dan mempunyai banyak teman. Sehari-hari ia habiskan waktu bersama teman-temannya, karena ia tidak

mempunyai pekerjaan. Anggoro tinggal bersama kedua orang tuanya, kedua orang tuanya adalah pegawai di sebuah pabrik.

Anggoro termasuk perokok berat karena ia dapat menghabiskan 2-3 pak setiap harinya. Kebiasaan merokok tersebut telah ia jalani sejak kelas 2 SMA atau sekitar 3 tahun yang lalu, karena berbekal rasa ingin dipuji dan terlihat macho serta gaul. Rokok yang biasa ia konsumsi adalah rokok-rokok Sampoerna yang merupakan rokok mahal, jadi jika ia mengkonsumsi rokok tersebut maka harga dirinya juga menjadi tinggi dan berkelas.



1. Rokok apa yang anda konsumsi? Sebutkan alasannya!

Responden satu :

”Saya hanya mengkonsumsi rokok Gudang Garam gak pernah ganti. Meskipun harganya sudah naik berkali-kali dari jaman kuliah dulu ya Gudang Garam. Pernah nyoba rokok lain kaya Marlboro neng kurang mantep. Makanya gak kepengen ganti apalagi Gudang Garam khan gampang lek nyari. Tahu mantepnya ya dari bau serta rasa kalau pas diisap. Setiap merek rokok pasti punya rasa serta aroma khas. Gudang Garam beda sama Djarum Super. Kalau pernah baca ya istilah pabrik itu namanya saus rokok”. (Wawancara Responden1, 02 Mei 2009 : 14.30 Wib)

Responden Dua :

”Aku suka Sampoerna Mentol soale bagi perempuan gak terlalu berat. Rasanya khas kaya makan permen mentos tuh lo mbak. Pernah nyoba rokok lain tapi lupa namanya tapi yang paling cocok ya Sampoerna Mentol. Rokok lain hanya kalau memang gak ada. Kalau rokok yang palsu-palsu gak pernah dan gak kepengen karena mesti rasanya kan beda. Merek lama kan rasanya sudah mantep dan gak bakal berubah lagi. Mulai konsumsi sekitar dua tahun yang lalu setelah lulus dari kuliah. Alasannya karena pengen nyoba trus sampai sekarang”. (Wawancara Responden 2, 03 Mei 2009 : 15.00 Wib)

Responden Tiga :

”Rokok yang dikonsumsi macem-macam tapi nek iso rokok gedhe kaya Djarum opo Gudang Garam. Yo nek pas ra dhuwe duit lagi sak anane. Sing penting murah. Pernah nyoba rokok sing meh podho karo A Mild tapi nek dibandingke rasane tetep bedo”. (Wawancara Responden 3, 04 Mei 2009 : 12.00 Wib)

Responden Empat :

”Saya memilih rokok Pena Mas. Harga rokok sekarang beda dengan jaman dulu jadi saya tidak bisa membeli rokok yang mahal. Rokok itu kan buat sambilan saja. Uangnya mending buat jajan anak cucu saja. Saya milih Pena Mas karena kemasan mirip Djarum. Kalau rasa ya tidak terlalu beda dengan rokok merek nasional. Yang penting menimbang harganya saja”. (Wawancara Responden 4, 05 Mei 2009 : 11.30 Wib)

Responden Lima :

”Saya mulai rokok sejak kelas dua SMA gara-gara diajak temen-temen. milih rokok Sampoerna putih karena paling enak. Pertama rokok karena pengen keliatan macho...dan gaul. Kalau gak ngerokok kok keliatan gimana gitu. Sampoerna putih kan harganya juga agak lebih jadi kesannya lebih”. (Wawancara Responden 5, 06 Mei 2009 : 10.45 wib)

2. Dimana anda biasa memperoleh rokok yang anda konsumsi?

Responden Satu :

“Saya dapet rokok ini ya beli di warung. Saya memang sengaja memilih Gudang Garam *karena* memang mudah mencarinya. Warung dekat rumah aja ada. Kalau rokok yang kemasannya sama saya belum pernah mencoba mencari. Selama ini memang tidak beli rokok seperti itu”. (Wawancara Responden 1, 02 Mei 2009 : 14.50 wib)

Responden Dua :

“LA Mentol khan gampang dicari mbak. Hampir semua warung jual kok. Kalau LAE-nya dapat gak sengaja di warung dekat rumah”. (Wawancara Responden 2, 03 Mei 2009 : 15.10 wib)

Responden Tiga :

”Nek rokok sing kemasn tiru-tiru entuk seko pasar. Aku khan dodolan neng pasar dadi sekalian mangkat kerja. Rokok sing biasa neng endi wae ana. Gampang kuwi”. (Wawancara Responden 3, 04 Mei 2009 : 12.15 wib)

Responden Empat :

“Saya memperoleh rokok Pena Mas dari warung suplier. Memang agak sulit mendapatkan di sembarang warung. Ndak kaya rokok besar. Gampang nyarinya kan mbak”. (Wawancara Responden 4, 05 Mei 2009 : 11.55 wib)

Responden Lima :

“Rokokku beli di toko apa swalayan. Nek rokok-rokok palsu gitu belum pernah nyari je mbak. Orang belum pernah pake”. (Wawancara Responden 5, 06 Mei 2009 : 10.51 wib)

Sensasi

1. Apakah anda pernah melihat kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel?

Responden Satu :

”Saya tahu rokok-rokok produksi PT. Gudang Garam, PT HM Sampoerna, PT Djarum dan Bentoel. Saya tahu dari iklan-iklannya, di warung-warung. Ya, sudah dari dulu dari saya masih sekolah tahunya”.

Responden Dua:

”Ya tau lah rokok-rokok produksi PT. Gudang Garam, PT HM Sampoerna, PT Djarum dan Bentoel, kan saya perokok. Saya tau rokok itu dari TV, radio, poster toko ya dari dulu juga tau, bapak saya perokok jadi dirumah sering ada rokok”.

Responden Tiga:

”Rokok-rokok produksi PT. Gudang Garam, PT HM Sampoerna, PT Djarum dan Bentoel, jelas saya tau, lha wong saya saja ngrokok masa ga tau rokok-rokok itu. Saya tau udah lama banget sebelum saya mulai merokok.biasanya saya tau dari warung atau toko”.

Responden Empat:

”Saya tahu rokok-rokok produksi PT. Gudang Garam, PT HM Sampoerna, PT Djarum dan Bentoel tapi hanya beberapa, saya tau juga cuma dari warung aja”.

Reponden Lima:

”Saya kan konsumsi rokok sampoerna jadi ya saya tahu rokok-rokok produksi PT. Gudang Garam, PT HM Sampoerna, PT Djarum dan Bentoel. Saya tau dari toko swalayan, warung kadang juga tahu dari iklan TV”.

2. Apakah anda pernah melihat rokok dengan kemasan imitatif terhadap kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel?

Responden Satu

”Oh rokok yang mirip alias palsu ya mbak. Liatnya sering di poster yang ditempel dijalan atau rombongan rokok. Macem-macem. Kalau liat wujudnya langsung belum pernah tapi keliatan sama. Tergantung ama merek yang dipalsukan. Tapi yang keliatan banget tuh biasanya dari warnanya....trus logonya kan sama cuma nanti diplesetkan sedikit. Misalkan kaya 234 jadi 456. Gak pengen nyoba karena pasti rasanya gak enak”. (02 Mei 2009 : 14.40 Wib)

Responden Dua

”Ya..pernah liat. pas waktu mau beli rokok, salah beli. LA Mentol yang diplesetkan jadi LAE. Dilihat sekilas memang mirip terutama dari warna, jenis huruf serta bentuk logonya. Warnanya hijau dengan jenis huruf serta bentuk logo yang sama Cuma tulisan dibawahnya yang ini jadi Mentol Syukria. Makanya pertama beli kok curiga harganya beda ternyata sampe rumah baru tahu kalau rokok palsu. Rasanya juga beda. Tidak semantap LA Mentol. Kemasannya juga masih aku simpan”.(03 Mei 2009 : 15.05 Wib)

Responden Tiga

”Sering mbak, malah kadang tak golek sing mirip, soale mesti lebih murah. Liat miripe yo seko kemasan....diliat ae contohe ya dari warna trus logo. Malah pernah liat rokok sing dipalsuke cukaine. Pita cukai itu lak beda antara yang asli ama gak. Kalau rasa tetap beda tapi ana sing mirip”. (04 Mei 2009 : 12.07 wib)

Responden Empat

”Ya, pernah melihat. Salah satunya ya rokok yang sekarang saya isap. Pena Mas itu kan saya pilih karena mirip dengan Djarum. Mirip dilihat dari warna kemasan sama logo. Rasanya juga tidak berbeda jauh. Karena itu saya memilih menggunakan rokok Pena

Mas karena dengan harga sama tapi saya bisa menghisap rokok dengan kualitas yang sama". (05 Mei 2009 : 11.45 wib)

Responden Lima

"O ya pernah liat. Tapi apa ya namanya gak gitu perhatian tuch. Biasane warnane dibuat-buat sama, kayak mentol yang biasanya warna hijau ini ya pake warna hijau. Terus kayak lambang ya dibuat mirip banget jadi namane jadi ikutan mirip". (06 Mei 2009 : 10.50 wib)

Perhatian (Kognisi, Afeksi)

Kognisi

1. Apakah anda memperhatikan mengenai kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jika anda memperhatikan tolong jelaskan seperti apakah kemasannya?

Responden Satu

"Tahu, Gudang Garam, warnanya merah, sama ada warna emasnya, kemasannya lebih bagus yang sekarang dari pada yang dulu".

Responden Dua

"Tahu, Sampoerna Mentol, perpaduan antara warna dominan putih dan warna huruf hijau".

Responden Tiga

"Tahunya Gudang Garam warna dasarnya emas , Djarum warna dasarnya merah , Sampoerna, warna dasarnya putih, Bentoel warna dasarnya biru".

Responden Empat

"Tahu, djarum itu warna kemasannya merah. Terus ada gambar seperti penanya".

Responden Lima

"Tahu, sampoerna putih ya warna dasarnya putih".

2. Apakah anda memperhatikan mengenai kemasan rokok imitatif terhadap rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jika anda memperhatikan tolong jelaskan seperti apakah kemasannya?

Responden Satu

"Tahu, yang kelihatan banget dari warnanya, sama logo yang diplesetkan, misal 234 jadi 456".

Responden Dua

”Tahu, LA Mentol jadi LAE Mentol, kemiripan ada pada warna, jenis huruf serta bentuk logonya, tapi tulisan dibawah kata Mentol ada tulisan syukria”.

Responden Tiga

”Tahu, lihat miripe ya seko kemasane, pernah lihat rokok sing dipalsukke pita cukaine”.

Responden Empat

”Tahu, rokok Pena Mas yang mirip dengan Djarum, mirip dilihat dari warna dan lambangnya”.

Responden Lima

”Ya pernah lihat, biasane warnane dibuat sama, terus kayak lambang dibuat mirip-mirip”.

Afeksi

1. Menurut anda kemasan rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel menarik atau tidak?jelaskan!Apakah anda menyukainya? Apa yang membuat anda suka pada kemasan tersebut?

Responden Satu

”Menarik, saya juga suka warna, huruf, logonya yang jelas rokok nasional kemasannya berkualitas. Saya gak pernah ganti rokok jadi menurut saya kemasan rokok nasional yang bagus ya gudang garam, lha wong saya pakenya itu”.

Responden Dua

”Menarik, saya juga suka, kan saya sukanya Sampoerna Mentol sama LA Light Mentol jadi ya saya suka. Saya suka warna putih, jadi pas banget sama kemasannya juga putih, kalem kesannya”.

Responden Tiga

”Menarik, suka, ya memang kemasannya lebih bagus, lebih berkualitas, warnanya lebih jelas, daripada yang mirip-mirip”.

Responden Empat

”Menarik, suka, kemasannya bagus”.

Responden Lima

”Menarik, suka, saya suka banget sama yang asli karena bener-bener ngeliatin klo saya ini mampu trus gaul, daripada yang tiruan”.

2. Menurut anda kemasan rokok yang imitatif terhadap rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel menarik atau tidak? Jelaskan! Apakah anda menyukainya? Apa yang membuat anda suka pada kemasan tersebut?

Responden Satu

”Kayaknya kurang menarik, karena diposternya saja juga kurang menarik. Cuma meniru saja”.

Responden Dua

”Saya gak suka sama kemasannya, kurang menarik, karena hanya ikut-ikutan rokok Mentol merek nasional, jadi buat saya salah beli saja”.

Responden Tiga

”Menarik juga, saya juga suka kemasannya, hampir sama saja kemasannya, tapi rokok yang mirip hargane murah”.

Responden Empat

”Menarik, suka, karena kemasannya gak jauh beda sama rokok nasional”.

Responden Lima

”Gak menarik, gak suka, cuman tiruan, warnanya sama tapi lebih mantep yang aslinya”.

Interpretasi

1. Mana yang anda pilih, rokok produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel ataukah rokok yang imitatif terhadap produksi PT Djarum, Gudang Garam, produk HM Sampoerna, dan produk Bentoel? Jelaskan alasan anda memilihnya!

Responden Satu

”Untuk Kemasannya jelas saya lebih memilih kemasan rokok nasional, seperti halnya gudang garam. Warna dasar Gudang Garam yang menggunakan warna emas sebagai warna dasarnya terkesan elegan, dan dilihat dari segi apapun Gudang Garam tetap lebih bagus daripada yang imitasi. Gudang Garam cocok untuk saya sebagai pria matang dan mapan”.

Responden Dua

”Saya lebih memilih rokok nasional karena pasti kualitas produknya terjamin dan kemasannya lebih bagus warnanya, logonya juga lebih baik, pokoknya rokok nasional memang yang paling baik, karena ga niru-niru kayak yang palsu. Apalagi saya kan cewek kalo liat sesuatu yang menarik pengennya beli, kaya misalnya waktu kemasan rokok Sampoerna yang Limited Edition desainnya kan bagus”.

Responden Tiga

”Kalau saya disuruh memilih ya memang lebih milih rokok nasional, tapi rokok-rokok imitasi juga tidak menutup kemungkinan. Buat apa demi gengsi sampe nguras kantong. Sama aja kok”.

Responden Empat

Kalau saya sama saja mbak, tapi klo disuruh milih ya saya pilih yang asli, tapi yang palsu juga ga jelek kok mbak.malah saya pake yang palsu soalnya mirip.

Responden Lima

Gak banget deh sama kemasan palsu, mending juga yang aslinya yang bikin saya lebih percaya diri di depan temen-temen, bis klo pake yang palsu jadi ga kelihatan gaul dong.





**LAMPIRAN
KEMASAN PRODUK PT DJARUM**



(<http://www.djarum/produk/djarumsuper/.asp?bookid=09035/76346>)



**LAMPIRAN
KEMASAN PRODUK
PT. HM SAMPOERNA**





**LAMPIRAN
KEMASAN PRODUK
PT GUDANG GARAM TBK**

Services in lumine





**LAMPIRAN
KEMASAN PRODUK
PT BENTOEL**



Sumber: (<http://www.bentoel.co.id>)



**LAMPIRAN
KEMASAN PRODUK
ROKOK IMITATIF**

GAMBAR 7

Kemasan-Kemasan Rokok Imitatif





Sumber: (<http://www.djokosantoso.com>)