

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 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 akal¹. Kedua, merokok mengakibatkan kerugian dari segi kesehatan masyarakat. Menurut Sukendro (2007) rokok adalah sebuah

¹ Disarikan dari beberapa media massa, dan juga data dari bebapa buku mengenai prespektif rokok dan kemiskinan

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 dunia².

Tabel 1.1
Daftar 10 negara di dunia dengan konsumsi rokok tertinggi tahun 2002

No	Negara	2002 (milyar 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/> (2009)

Tabel 1.1 menunjukkan konsumen di 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 ke-5 diantara 10 negara di dunia dengan konsumsi tertinggi pada tahun yang sama.

² Disarikan dari "filosofi Rokok" (Sukendro :2007)

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.³

Data Depkes dan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dalam Kampanye Hari Tanpa Tembakau Dunia, yang jatuh pada 31 Mei menyebutkan penggunaan tembakau menyebabkan penyakit dan kematian sebanyak 22,6% dari 3320 kematian di Indonesia. Tembakau juga menyebabkan 9,8% kematian karena penyakit paru *kronik* dan *emfisema* dan 5% kasus *stroke* di Indonesia. Asap rokok mengandung 4.000 bahan kimia dan 43 di antaranya penyebab kanker. Lebih dari 70.000 artikel telah membuktikan secara tuntas bahwa konsumsi tembakau dan paparan terhadap asap tembakau berbahaya bagi kesehatan. Bukti cukup kuat tersebut menyatakan bahwa tembakau sebagai penyebab kanker mulut, tenggorokan, lambung, pankreas, hati, ginjal, ureter, kandung kemih, mulut rahim, dan sumsum tulang⁴.

Tingginya perokok usia muda juga dipengaruhi oleh lingkungan dimana seseorang berinteraksi dan juga lingkungan sosial yang berkembang selain itu kontrol

³ Disarikan dari www.carahidup.com (2009)

⁴ Dikutip dari Aditama. (2006:29) "Tuberkolosis, Rokok dan Perempuan"

sosial yang rendah. Adanya pergeseran dalam gaya hidup yang dahulu hanya dianggap sebagai kebiasaan tetapi saat ini sudah melebar kedalam tatanan yang lebih tinggi yaitu menyangkut gengsi dan juga citra diri dari perokok itu sendiri (Istiqomah, 2003). Aktivitas merokok di kalangan masyarakat Indonesia menjadi bagian dari kehidupan masyarakat umum baik tradisional maupun modern. Salah satunya budaya Indonesia yang mengungkapkan bahwa merokok dapat dipandang sesuatu yang *maskulin, gentleman, dan macho* (Istiqomah, 2003).

Peraturan Pemerintah juga tidak dapat menekan tingkat konsumsi rokok di Indonesia, Presiden mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 81 tahun 1999 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan yang didalamnya menegaskan mengenai penggunaan rokok, kriteria rokok yang boleh masuk di Indonesia dan juga batasan mengenai kegiatan yang berkaitan dengan produk rokok baik berupa iklan, promosi maupun undang – undang mengenai penjualan rokok⁵. Salah satu bunyi pasal yaitu pasal 18 menegaskan bahwa media iklan dilarang merangsang atau menyarankan orang untuk merokok, menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok memberikan manfaat bagi kesehatan. Pemerintah sendiri masih rancu dalam membuat undang – undang untuk menghentikan rokok terbukti dengan kenaikan tingkat konsumsi rokok di Indonesia. Salah faktor kegagalan pemerintah menekan laju konsumsi rokok disebabkan oleh berbagai macam iklan dan juga kreatifitas remaja yang didukung oleh iklan rokok.

⁵ Peraturan Pemerintah NO.81 Tahun 1999 Tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan, dikutip dalam “Upaya Menuju Generasi Tanpa Rokok” Istiqomah (2003)

Bebagai macam kegiatan olahraga juga disponsori oleh iklan rokok seperti *Copa Dji Sam Soe*, Liga Djarum Indonesia untuk ajang sepak bola nasional, ada juga Sampoerna Hijau untuk ajang bola voli nasional dan juga berbagai kegiatan otomotif seperti balap mobil. Kompetisi kreatifitas dalam hal ini modifikasi yang seringkali disponsori oleh perusahaan rokok Djarum yang sering disebut *Djarum Black Modification Contest*. Kegiatan yang disponsori perusahaan dengan produk rokoknya turut menyuburkan tingkat kenaikan populasi perokok di Indonesia yang juga akan berdampak positif terhadap pendapatan tapi justru sebaliknya berdampak negatif bagi generasi muda.

Menurut Sitepoe (2000) dalam Sukendro (2007), penghasilan negara meningkat pesat, pendapatan negara dari rokok dapat berupa pajak dan cukai. Pada tahun 1989 pemasukan negara dari cukai rokok hanya sebesar Rp.1,3 triliun rupiah, sedangkan tahun 1998 pendapatan meningkat menjadi Rp. 6,9 triliun⁶. Kenaikan cukai rokok mendatangkan pendapatan yang sangat besar sehingga dapat digunakan untuk pembangunan. Pandangan kontradiktif bahwa merokok adalah dianggap tabu bahkan haram bagi agama dan subbudaya tertentu, namun hal itu terkikis dengan adanya sudut pandang lain yang mengatakan bahwa merokok adalah suatu kenikmatan yang tidak ternilai harganya. Kenikmatan yang dirasakan bukan hanya bagi kaum pria saja akan tetapi juga merambah ke kaum wanita.

Perokok wanita juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan, pertumbuhan perokok wanita mencapai lima kali lipat dari tahun sebelumnya. Jumlah

⁶ Sukendro Suryo "Filosofi merokok" (2007)

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.⁷ 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)⁸. Tindakan individu untuk merokok timbul dari dalam diri individu itu sendiri yang disebabkan berbagai alasan maupun tujuan, seperti halnya; ingin mencoba, mendapatkan citra *macho*, *gentleman* dan *modis*, baik dari status sosial, ekonomi maupun menerapkan gengsi dari dalam diri perokok itu sendiri (Ariyadin, 2002).⁹

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. Kegiatan yang berhubungan rokok masuk pada industri hiburan, olah raga, arena politik hingga golongan masyarakat pelosok. Rokok seringkali disimbolkan dalam kegiatan tertentu. Salah satu contohnya adalah dalam acara pernikahan atau acara adat kedaerahan yang mendewakan rokok sebagai suatu yang *prestisius*, berharga dan menyegarkan jiwa. Hal itu dibuktikan dengan kebiasaan orang mengganti merek rokok yang biasanya digunakan dengan merek rokok yang lebih bernilai secara merek, alasan ini seringkali

⁷ Dikutip dari <http://carahidup.um.ac.id/2009/09/10-negara-dengan-jumlah-perokok-terbesar-di-dunia/2009>

⁸ Istiqomah, "Upaya Generasi Tanpa Merokok" (2003:46)

⁹ Merokok bukan hanya tindakan semata, tetapi menyangkut beberapa aspek yang menunjang seperti halnya dari refleksi penulis mengenai merokok dan gaya hidup seseorang. Refleksi penulis dalam buku Ariyadin "Relakah Anda Mati Demi Sebatang Rokok" (2006)

muncul karena seseorang dapat dilihat status sosialnya dari kebiasaan merokok. Perokok juga dapat memancarkan sonar sosial dari pandangan orang lain dan perokok ingin mendapatkan citra dari orang lain.

Menurut Watts Wacker dari Institut Penelitian Stanford, rokok adalah simbol yang amat sangat ditempatkan pada masa yang dipengaruhi oleh simbol-simbol (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. Citra simbolisme personal yang diinginkan yaitu orang merasa dirinya *macho*, keren dan lebih dipandang sebagai golongan kelas tertentu ketika menghisap rokok.

Kebanyakan orang merasa dibenarkan dalam mengikuti beberapa kesenangan ke dalam kehidupan mereka khususnya dalam hal merokok. Menurut Veblen (1899) dalam La Tour *et al.*, (2003) menyatakan pasar yang begitu besar bagi tingkatan konsumen di dunia dapat dikatakan dengan istilah konsumsi menarik untuk berkaitan dengan perolehan barang sebagai arti untuk menilai status dan gengsi, jadi merokok bukan hanya sekedar untuk kebiasaan akan tetapi mempunyai suatu nilai dan makna tersendiri bagi konsumennya.

Dalam beberapa topik juga membahas bagaimana perokok tidak termasuk ke dalam kelas mewah, mungkin mereka memperoleh barang secara materi dalam keyakinan bahwa mereka merasa diri sendiri secara intrinsik lebih kaya dari manusia lainnya (La Tour *et al.*, 2003). Rokok adalah kemewahan yang memberikan hiburan,

penghargaan, dan termasuk dalam elit budaya¹⁰. Sebagai tambahan, penggunaan rokok memberikan informasi mengenai kepribadian seseorang seperti yang banyak tertuang dalam film koboi yaitu penuh petualangan dan juga keberanian (Sukendro, 2007).

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menelusuri kaitan antara citra simbolisme personal dengan perilaku merokok, apakah merokok hanya sebagai kebiasaan, tren, mode, atau merokok sudah menjadi bagian dari kehidupan dan budaya yang tidak dapat dipisahkan antara seorang akan yang lain. Dari pernyataan tersebut maka akan muncul suatu istilah baru yang akan didapatkan di Indonesia mengenai motivasi dalam merokok baik yang menyangkut citra diri, gaya hidup dan juga sisi psikologis dari konsumen yang ingin mendapatkan kepuasan dalam menggunakan produk tertentu.



Gambar 1.1

Sumber : <http://triadinugroho.wordpress.com> (2008)

¹⁰ Refleksi penulis bahwa rokok dalam kaitan tertentu menjadi suatu kemewahan dan menjadi suatu tolok ukur dalam suatu elit budaya. La Tour *et al.*,(2003)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berguna untuk mengetahui lebih dalam mengenai tindakan merokok, melihat lebih jauh perilaku merokok dari berbagai sudut pandang personal. Merokok bukan hanya dipengaruhi oleh kebiasaan, kepuasan jasmani tapi juga menyangkut citra diri, budaya, dan kegiatan personal yang lebih dalam lagi.¹¹

Gambar 1.1 menunjukkan bagaimana kebiasaan merokok yang tertuang dalam foto yang ditimbulkan oleh seorang pria dan wanita perokok yang akan memancarkan kesan tertentu bagi perokok dan juga dimata orang lain. Teori Interaksionisme Simbolik (IS) menyatakan bahwa orang akan memandang dengan suatu kebiasaan yang mungkin berlainan dengan tatanan budaya atau justru sebagai kebiasaan yang lazim dalam suatu tradisi yang berkembang (Jones, 2003). Pendekatan IS akan memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai kaitan antar pribadi dengan merokok, sonar yang ditimbulkan dari kegiatan merokok dan juga makna simbolik yang muncul dari berbagai aktivitas merokok.

Pedekatan IS juga akan membentuk suatu citra diri yang juga berhubungan dengan karakter personal, kepribadian dan norma dalam masyarakat. Citra diri yang dipancarkan oleh seseorang akan berbeda dengan yang lain, peran gender menentukan citra dan pandangan secara sosiologis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fokus terhadap golongan perokok yang sudah mempunyai kebiasaan merokok lebih dari dua tahun terakhir yang memenuhi kriteria yang ditentukan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan

¹¹ Pendekatan kualitatif untuk melihat fenomena secara mendalam. Peneliti dapat merasakan apa yang dialami oleh informan dan dapat mengungkapkan data secara lebih mendalam. Pendekatan “Metode Penelitian kualitatif” Moleong (2007)

menggunakan wawancara mendalam secara individu (*Individual Depth Interview*). Tujuannya adalah mendapatkan informasi dari informan secara mendalam dan dapat mengetahui perilaku informan serta karakteristiknya. Pendekatan teori kualitatif dibangun dengan introspeksi pribadi dan menekankan kepada interaksionisme simbolik, gaya hidup dan juga citra diri. Metode kualitatif dalam penelitian ini adalah ***Grounded Theory*** dimana peneliti ingin mengetahui latar belakang perokok Indonesia secara mendalam dan melihat perbedaan dengan latar belakang perokok yang terdapat di Amerika Utara seperti penelitian yang ditulis oleh La Tour *et al.*,(2003).

Penelitian ini juga berfokus pada interaksionisme simbolik dengan melihat perbedaan peran gender, status sosial, gaya hidup dan juga norma yang ada di Indonesia. Penelitian ini berusaha mengungkapkan fenomena perokok di Indonesia dengan melihat status sosial, gender dan motivasi mereka dalam melakukan aktivitas merokok. Konsumsi rokok yang cukup besar di Indonesia dan semakin meningkatnya konsumen rokok dari tahun ke tahun menjadi motivasi penulis untuk meneliti secara mendalam mengenai kebiasaan dan kecenderungan para perokok untuk memandang dirinya dengan pola dan dimensi yang berbeda tergantung konteks situasional.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian kualitatif, peneliti biasanya mengumpulkan data awal yang menuntun dalam mempertajam dan menyesuaikan terhadap pertanyaan - pertanyaan penelitian. Beberapa permasalahan yang dicoba dijawab melalui penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh konsumsi rokok terhadap citra diri atau simbolisme seseorang?
2. Bagaimana pandangan perbedaan gender dalam menyikapi perilaku merokok?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengklasifikasi perokok pria dan wanita berdasarkan citra dan simbolisme dari konsumen rokok era baru, selain itu untuk mengetahui keterbatasan gender dengan pandangan interaksionisme simbolik perokok, bagaimana orang dapat memandang mengenai citra diri dan manfaat rokok bagi konsumen itu sendiri. Tujuan berikutnya adalah untuk menganalisis kaitan antara kebiasaan merokok terhadap citra simbolisme seseorang dan untuk memberikan kerangka yang berguna bagi penelitian masa depan yang akan dilaksanakan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai citra simbolisme personal dan pandangan mengenai rokok dalam era baru. Selain hal tersebut manfaat berikutnya bagi perusahaan adalah sebagai salah satu bagian dari

pengembangan konsep perilaku konsumen, khususnya pada pelanggan suatu produk rokok dan mengenai loyalitas pelanggan terhadap suatu produk rokok. Perilaku merokok dan manfaat dari merokok itu sendiri dapat teridentifikasi dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga sebagai masukan dalam pengembangan ilmu pemasaran, terutama pada bidang strategi pemasaran dalam memasarkan suatu produk rokok.

Manfaat selanjutnya adalah 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. Selain itu juga area umum sehingga masyarakat terjamin dan semakin sadar akan bahaya merokok baik bagi perokok aktif maupun perokok pasif.

1.5 Sistematika Penulisan

Miles & Huberman (1994) dalam Raharjo (2006) menjelaskan bahwa tidak ada tatanan yang standar untuk membuat sebuah laporan kualitatif. Penulisan laporan kualitatif didasarkan pada pertanyaan penelitian, konteks dan audiens yang dituju. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2007).

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. Bagian pertama seperti yang telah disampaikan diatas menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, bagaimana awal munculnya ide dan permasalahan dalam penelitian ini. Bagian pertama dilanjutkan dengan perumusan masalah. Pada bagian pertama ini juga disampaikan mengenai tujuan diadakannya penelitian yang terutama adalah berusaha menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan, kemudian dilanjutkan mengenai manfaat penelitian. Sebelum menjelaskan tentang tinjauan teori sebagai bekal sekaligus bias peneliti dalam penelitian ini, disinggung terlebih dahulu mengenai paradigma penelitian yang berisi tentang cara pandang peneliti terhadap permasalahan dalam penelitian yang menjadi dasar dalam pendekatan terhadap masalah.

Setelah penyampaian paradigma, tulisan dilanjutkan dengan tinjauan teori yang dimiliki peneliti sebelum peneliti mendekati permasalahan di lapangan yang mempengaruhi pendekatan peneliti terhadap permasalahan.

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 dipaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam usaha untuk mendekati permasalahan dan menjawab

pertanyaan penelitian. Bagian ini akan menjelaskan tentang desain penelitian yang digunakan, metode pemilihan informan, metode pengambilan data, prosedur penelitian sampai metode analisis data yang digunakan.

Bab IV 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. Selanjutnya, dipaparkan mengenai pembahasan yang dilakukan dalam usaha untuk menjawab pertanyaan penelitian dan refleksi penulis tentang data yang berhasil dikumpulkan. Pada bagian terakhir penulisan penelitian ini disampaikan kesimpulan atas pembahasan sebagai usaha menjawab pertanyaan riset.

Bab V Temuan, Diskusi, Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian yang akan datang.

Bab kelima ini membicarakan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini merupakan penutup yang berisikan tentang temuan hasil wawancara dan analisis dari informan, diskusi mengenai nilai berbagai macam persamaan maupun hal baru yang tidak ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Dalam bab ini juga mengungkapkan mengenai keterbatasan penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai kesulitan yang dihadapi oleh penulis dan juga informan. Penelitian ini juga menyampaikan saran – saran yang direkomendasikan peneliti

melalui riset yang diadakan baik kepada pihak pemerintah sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan, perusahaan rokok untuk mengetahui produk yang digemari oleh konsumen, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku merokok dan pengaruhnya terhadap citra simbolisme personal.



