

**INTERPRETASI SLOGAN IKLAN ROKOK GUDANG GARAM
“PRIA PUNYA SELERA” PADA KALANGAN REMAJA**
Azwar, Denny Wahyudhi, Girindra Adyapradana, Muhamad Gibraltar
azwarsutanmalaka@gmail.com
FISIP UPN “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Tingginya angka konsumsi rokok di kalangan remaja Indonesia menimbulkan kekhawatiran bagi banyak pihak. Namun yang mengherankan, justru iklan-iklan rokok di Indonesia masih bisa ditemukan di berbagai media. Salah satunya adalah slogan dalam iklan rokok yang berbunyi “Pria Punya Selera”. Penelitian ini mengungkap bagaimana pengaruh iklan tersebut terhadap remaja di Indonesia. Selain itu penelitian ini melihat bentuk komunikasi yang menjelaskan pemaknaan remaja terhadap slogan iklan rokok di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan (paradigma) kritis dengan metodologi kualitatif. Peneliti melakukan penggalan data kepustakaan, observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan informan. Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead. Mead menyatakan konsep ‘mind’, ‘self’, dan ‘society’ untuk mengungkap makna dalam sebuah iklan. Penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai macam jenis society yang muncul dari para informan, yang mentransformasikan diri informan menjadi seorang perokok aktif. Sementara itu kebiasaan merokok di kalangan remaja merupakan preferensi dari rasa, serta tanggapan terhadap significant symbol seperti kemasan rokok. Sedangkan Me dapat berwujud anjuran orang tua untuk tidak merokok, dan tawaran dari teman. Dalam konsep Mind, dapat ditafsirkan berbagai variasi pandangan yang muncul terhadap seorang perokok. Tayangan iklan rokok mempengaruhi dan meningkatkan persepsi diri dalam informan, bahwa merokok adalah keren atau maco.

Keyword: Pemaknaan, Iklan, Rokok, Remaja, Media.

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang Permasalahan

Jumlah konsumsi rokok di Indonesia saat ini, angkanya tergolong tinggi. Indonesia menempati ranking ke tiga dalam hal jumlah perokok aktif setelah Cina dan India. China dengan 390 juta perokok atau 29% per penduduk, sedangkan India dengan 144 juta perokok atau 12,5% per penduduk. Indonesia terhitung sebanyak 65 juta perokok atau 28 % per penduduk (sekitar 225 miliar batang per tahun). Adapun statistik perokok dari kalangan anak-anak dan remaja menunjukkan bahwa sebanyak 24,1% anak remaja pria dan sebanyak 4,0% anak/remaja wanita mengonsumsi rokok (Data WHO 2008 untuk Indonesia).

Tingginya angka kalangan remaja di Indonesia yang merokok, malah menimbulkan kekhawatiran bagi banyak pihak. Data Yayasan Kanker Indonesia (YKI) (dikutip dari www.bataviase.co.id, pada 30 Januari 2011) menyebutkan, risiko terkena kanker paru pada anak yang mulai merokok pada usia di bawah 15 tahun adalah 20 kali. Selain itu, menurut pakar kanker anak Prof. Djayadiman Ga-

tot, SpAK, anak-anak lebih rentan terhadap asap rokok karena menghirup udara lebih sering dari pada orang dewasa. Paparan asap rokok juga dapat mengganggu perkembangan organ anak, karena asap rokok tidak hanya membahayakan perokok, namun juga orang di sekitarnya.

Merokok pada usia remaja dapat menyebabkan prestasi belajar merosot. Hal itu juga membuat daya konsentrasi melemah. Ahli saraf, Sabine Spijker, dikutip dari Radio Netherland (RNW) mengungkapkan, untuk pertama kalinya jelas, dampak nikotin terhadap otak remaja. Kemampuan konsentrasi berkurang dan impulsivitas meningkat. Hal ini bisa menyebabkan prestasi belajar berkurang dan akhirnya juga Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD). Sebagaimana diketahui, ADHD adalah gangguan perkembangan dalam peningkatan aktifitas motorik anak-anak hingga menyebabkan aktifitas anak-anak yang tidak lazim dan cenderung berlebihan. Selain itu, menurut Sabine Spijker remaja yang merokok bisa mengalami kesulitan dalam menahan emosi dan berbicara sebelum gilirannya.

Remaja sebagai generasi muda dan cikal bakal pemimpin bangsa masa depan, tentu tidak diharapkan akan tumbuh dalam kondisi seperti yang dipaparkan oleh para ahli kesehatan tersebut. Namun, ironisnya, remaja juga dihadapkan pada tantangan lain ketika berhadapan dengan iklan rokok. Dalam kondisi pencarian jati diri remaja, justru mereka seolah didorong untuk menemukan jati diri itu pada kebiasaan merokok. Contoh nyata slogan-slogan iklan seperti “Pria Punya Selera”, seolah pria yang merokok adalah pria yang berani menentukan pilihan selernya.

Fenomena pemaknaan slogan iklan rokok pada remaja hingga kini masih terus terjadi. Lalu, apa sebenarnya yang ada dalam pikiran remaja dalam memaknai slogan iklan rokok itu? Apakah pemaknaan terhadap slogan iklan rokok di masa kini menjadi faktor terbesar dalam mempengaruhi dan mempertahankan kebiasaan remaja untuk terus merokok atau mengubah perilaku remaja dari yang semula merokok pasif menjadi perokok aktif? Proses pemaknaan remaja terhadap slogan iklan rokok itu apakah berpengaruh terhadap kegiatan remaja mengonsumsi rokok itu? Selain itu perlu juga diteliti yaitu bagaimana remaja memaknai slogan iklan merokok sebagai sebuah gaya hidup adalah bagian dari kegiatan komunikasi. Oleh sebab itulah persoalan tersebut perlu diteliti dalam ranah komunikasi guna memahami bagaimana remaja memberikan pemaknaan terhadap slogan iklan rokok.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Interaksi Simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead. Adapun ide dasar teori ini menyatakan bahwa lambang atau simbol kebudayaan dipelajari melalui interaksi, orang memberi makna terhadap segala hal yang akan mengontrol sikap tindak mereka. Paham mengenai interaksi simbolik adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (mind), diri (self) dan masyarakat (society). Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan tindakan tertentu (Morrisan, 2010: 128).

b. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diungkapkan di atas, pokok permasalahan yang akan dibicarakan dalam penelitian ini adalah tentang:

1. Bagaimanakah bentuk komunikasi yang mampu menjelaskan pemaknaan remaja terhadap slogan iklan rokok di kalangan remaja?
2. Apakah simbol-simbol yang terdapat dalam slogan rokok itu, mampu menjelaskan perilaku merokok di kalangan remaja?

c. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab beberapa pertanyaan seputar fenomena sosial remaja perokok:

1. Menjelaskan bentuk-bentuk komunikasi yang muncul dalam perilaku remaja memaknai slogan iklan rokok di kalangan remaja.
2. Menjelaskan simbol-simbol yang muncul pada slogan iklan rokok dan perilaku merokok di kalangan remaja.

d. Manfaat Penelitian

Secara akademis, penelitian ini akan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini diharapkan menambah kajian tentang fenomena sosial remaja dalam memaknai slogan iklan rokok dan perilaku mereka dalam mengonsumsi rokok. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui bagaimana pendekatan yang seharusnya dilakukan untuk remaja terkait dengan pola edukasi. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan aplikasi interaksionisme simbolik kepada permasalahan-permasalahan yang bersifat praktis. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan untuk rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan teori interaksionisme simbolik pada kasus-kasus di Indonesia.

Secara praktis, Penelitian ini dapat digunakan untuk pengambil kebijakan (policy makers) untuk melakukan pembinaan terhadap remaja agar tingkat remaja merokok, setidaknya dapat dikurangi. Hasil penelitian juga akan menjadi masukan untuk menggugah berbagai pihak terkait lembaga kesehatan, pendidikan, agama dan juga keluarga, untuk lebih peduli terhadap remaja sebagai generasi harapan bangsa. Penelitian ini terutama diharapkan memberi manfaat bagi para remaja yang menjadi informan peneliti, untuk memaknai realitas yang sedang mereka jalani. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mereka bisa memaknai keberadaan diri mereka dalam lingkungan sosialnya, dan juga timbal balik dari keadaan itu. Dengan

demikian mereka juga diharapkan menjadi bagian untuk mengungkapkan fakta-fakta sosial tentang rokok dan remaja kepada remaja lain di lingkungan mereka.

2. Kerangka Teori

Remaja mengonsumsi rokok adalah sebuah fenomena sosial yang berhubungan dengan budaya sekitar tempat hidup yang membentuk pengalaman hidup mereka sehari-hari. Untuk mendalami permasalahan ini selain mengungkap proses kognitif remaja dalam belajar mengonsumsi rokok juga memberikan perhatian terhadap bagaimana lingkungan sosial sebagai tempat pembelajaran para remaja.

Proses memaknai atau memberi interpretasi pada sebuah keadaan berhubungan dengan kontekstualisasi makna. Logika interpretatif menolak absolutisme realisme ilmiah, baik dalam format tradisional maupun kontemporer dan teori kebenaran. Dari sisi interpretatif, realitas sosial selalu terkonstruksi secara sosial, berdasarkan pada proses interpretasi dan reinterpretasi konstan dari semua yang intensional, perilaku manusia yang bermakna. Penelitian interpretatif bersifat dialektis karena proses konstruksi makna akan selalu mentransformasikan konstruktor makna. Dalam penelitian ini penting untuk diketahui adalah kebermaknaan yang fenomenologis dari pengalaman langsung-interpretasi dan penghayatan manusia terhadap pengalaman mereka di dalam konteks yang ada (Denzin dan Lincoln, 2009: 704).

Dalam khasanah ilmu pengetahuan dalam memaknai realitas sosial telah ada teori-teori yang bisa mengungkapkan perilaku sosial dan mengangakat pertanyaan mengenai bagaimana manusia mempelajari budaya dan proses timbal balik dari kondisi itu yaitu bagaimana manusia saling terpengaruh oleh budaya. Salah satu teori itu adalah interaksionisme simbolik teori yang menyatakan bahwa orang-orang memberikan makna terhadap simbol-simbol, dan pemaknaan tersebut berfungsi untuk mengontrol mereka (Baran dan Davis, 2010: 374).

Ketiga konsep kardinal dari teori George Herbert Mead adalah 'mind' 'self', dan 'society'. Konsep pertama adalah 'Mind', yang Mead asumsikan bukan merupakan sesuatu hal, melainkan sebuah proses, dan tidak lebih merupakan interaksi dengan diri kita sendiri. 'Minding' melibatkan keragu-raguan (menunda perilaku yang terlihat)

kala seseorang menginterpretasikan situasi yang terjadi. Pada saat itu, seseorang akan berpikir melalui situasi kemudian merencanakan aksi-aksi di masa depan. Orang tersebut akan membayangkan tentang berbagai macam hasil (yang barangkali akan terjadi) dan menseleksinya, sekaligus men-test alternatif-alternatif yang barangkali dapat dilaksanakan. (Littlejohn dan Foss, 2002: 148)

Konsep kedua, yaitu 'self' yang mempunyai dua macam permukaan. Pertama adalah 'I' yang impulsif, tidak terorganisir ('unorganized'), tidak terarah ('undirected'), dan merupakan bagian dari diri seseorang yang tidak dapat diprediksikan ('unpredictable part of you'); kedua adalah 'Me' yang merupakan generalisasi dari pihak lain, menciptakan pola-pola yang konsisten yang kemudian dibagi dengan pihak lain. Mead berpendapat bahwa setiap aksi dimulai dari impuls dari 'I' dan dengan cepat dikontrol oleh 'Me', yang menyediakan arah dan panduan. Lebih tepatnya, 'I' adalah impulsif dari diri, aku sebagai subyek- dan 'Me' – sisi sosial dari manusia, aku sebagai obyek (Soeprapto, 2002: 117).

Konsep ketiga 'Society' sendiri terdiri atas perilaku-perilaku kooperatif dari anggota-anggota masyarakat. Kerjasama diantara manusia membutuhkan pengertian kita dalam memahami maksud-maksud orang lain. Kemudian, proses kerjasama membutuhkan 'pembacaan' terhadap aksi-aksi yang dilakukan orang lain, maksud-maksud, dan tujuan-tujuan, serta bagaimana meresponsnya dengan cara-cara yang pantas (Littlejohn dan Foss, 2002: 147).

Selanjutnya, mengikuti pendapat Poloma (1984), tentang perspektif interaksionisme simbolik yang dimaksudkan atau disampaikan oleh Herbert Blumer bertumpu pada ide-ide dasar seperti berikut ini (Soeprapto, 2002: 123):

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial.
2. Interaksi sosial terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi non-simbolis mencakup stimulasi respons, sedangkan interaksi simbolis mencakup penafsiran tindakan-tindakan.
3. Obyek-obyek tidak mempunyai makna yang intrinsik. Makna lebih merupakan

produk interaksi simbolis. Obyek-obyek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori (seperti yang telah disebutkan diatas), (a) obyek fisik; (b) obyek sosial; dan (c) obyek abstrak.

4. Manusia tidak hanya mengenal obyek eksternal, mereka juga dapat melihat dirinya sebagai obyek.
5. Tindakan manusia merupakan tindakan interpretatif yang dibuat manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan “tindakan bersama”. Sebagian besar “tindakan bersama” tersebut dilakukan secara berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Di saat lain ia dapat melahirkan suatu kebudayaan.

Berkaitan dengan pokok kajian tentang fenomena sosial remaja mengonsumsi rokok, teori ini bisa membantu mengungkap perilaku sosial apa yang melatarbelakangi remaja mengonsumsi rokok dan bagaimana proses mereka menyerap budaya merokok dari lingkungan mereka. Teori ini akan membantu peneliti untuk mengungkap bagaimana sebuah budaya dan kehidupan sosial mempengaruhi seseorang untuk merokok. Selanjutnya berdasarkan penjelasan Baran dan Davis dalam buku *Teori Dasar Komunikasi Massa* (Edisi Kelima, 2010) maka teori ini bisa menjelaskan bagaimana manusia memberikan makna terhadap simbol-simbol sosial dalam mengonsumsi rokok. Dalam hal ini merokok diasumsikan sebagai simbol dalam pergaulan remaja, simbol sebuah kematangan lelaki (seseorang yang merokok biasanya merasa dirinya sebagai lelaki sejati) dan simbol-simbol lainnya.

Tentang teori interaksionisme simbolik pendapat lain juga mengatakan bahwa secara umum interaction dapat diklasifikasikan sebagai stimulasi dan tanggapan antar manusia, dan hubungan timbal balik antara pihak-pihak tertentu (Soekanto, 1993: 245). Sedangkan symbol dikonseptualisasikan sebagai sesuatu yang menjadi pengganti atau lambang dari hal tertentu, atau ekspresi dari fakta yang tidak diketahui, baik dapat berupa simbol atau lambang (Soekanto, 1993: 495).

Tidak jauh berbeda dengan Baran dan Davis, pendapat tersebut menyatakan bahwasanya interaksionisme simbolik (*symbolic interactionism*)

adalah sebuah paradigma yang menyoroti tentang teori-teori sosial yang membahas perihal stimulasi dan tanggapan antar manusia, dan hubungan timbal balik antara pihak-pihak tertentu dengan menggunakan simbol atau lambang tertentu, yang merepresentasikan interaksi-interaksi sosial tertentu di kehidupan masyarakat.

3. Telaah Pustaka

Kajian tentang rokok dan remaja sudah diteliti oleh beberapa peneliti di antaranya; Izatul Millah, dengan skripsinya yang berjudul *Perbedaan Persepsi Terhadap Bahaya Merokok Antara Remaja Perokok dan Bukan Perokok di SMA Negeri 3 Bondowoso*. Dalam penelitiannya ini Izatul Millah menyatakan bahwa remaja perokok ternyata juga memiliki persepsi yang tepat terhadap bahaya merokok, karena itu penyuluhan bahaya merokok dimungkinkan kurang efektif untuk menghentikan kebiasaan merokok, maka disarankan untuk kepala sekolah membuat kebijakan dengan memberikan sanksi tegas bagi seluruh personil sekolah yang merokok di sekolah.

4. Metodologi Penelitian

Penelitian ini memfokuskan diri pada pengungkapan fenomena sosial budaya remaja yang mengonsumsi rokok. Ada asumsi dasar bahwa remaja yang mengonsumsi rokok dipengaruhi oleh kehidupan sosial dan budaya mereka yang kompleks. Bagaimana remaja memaknai simbol-simbol budaya dan kehidupan sosial disekitar mereka akan mempengaruhi pilihan remaja untuk mengonsumsi rokok. Untuk mengungkap hal itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Penelitian dimulai dengan wawancara mendalam untuk mengetahui bagaimana remaja dibentuk oleh kehidupan sosial dan budaya mereka. Dalam melakukan wawancara mendalam peneliti akan melakukan langkah-langkah sebagai berikut: Pertama, memahami topik penelitian untuk melakukan wawancara mendalam dengan informan. Kedua, mengidentifikasi informan kunci yang dalam hal ini adalah perokok remaja akhir yaitu mereka yang berusia usia 16 sampai 19 tahun (Cobb, J Nancy, 2001: 3).

Ketiga, menyiapkan peralatan untuk wawancara/pengumpulan data yaitu alat perekam suara (*recorder*) dan alat tulis. Keempat mendefinisikan dan memetakan struktur wawancara, dalam hal ini peneliti tidak akan membuat daftar pertanyaan,

tetapi hanya memetakan wawancara, seperti: pembuka, wawancara inti, dan penutupnya. Kelima, dalam melakukan wawancara peneliti mengembangkan pedoman pertanyaan, dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara semi terstruktur. Keenam, setelah tahap-tahap di atas dilakukan maka tahap selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan informan kunci. Ketujuh, terakhir hal yang akan dilakukan mengumpulkan data dari hasil wawancara dengan informan kunci.

Setelah melakukan wawancara mendalam dan setelah mendapatkan data tentang bagaimana remaja memaknai keadaan sosial dan budaya mereka, penelitian akan dilanjutkan dengan analisis pada tataran yang mempersoalkan mengapa remaja bisa dibentuk oleh budaya dan kehidupan sosial mereka tentang merokok. Dalam hal ini juga akan dipertanyakan bagaimana peran lembaga yang terkait dengan hal ini seperti lembaga kesehatan, apakah sudah memberikan pengaruh maksimal untuk menjelaskan bahwa merokok adalah perbuatan yang merugikan dan berdampak buruk untuk kesehatan.

Karena penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif, sebuah landasan yang dinilai tepat untuk menyusun desain penelitian, maka akan dibuat sebuah desain penelitian yang bisa membantu proses penelitian di lapangan.

1. Unit Analisis: Unit analisis yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pemaknaan remaja terhadap kondisi sosial budaya, yang memengaruhi mereka untuk merokok.
2. Level Penelitian: Penelitian akan dilakukan terhadap remaja dalam memaknai kehidupan sosial budaya mereka dalam merokok.
3. Teknik Pengumpulan Data: Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam terhadap remaja tentang bagaimana remaja memaknai kehidupan sosial dan budaya mereka yang kemudian membentuk perilaku mereka dalam mengonsumsi rokok.

4. Analisa Data

Seperti yang telah dijabarkan di dalam Axial Coding sebelumnya, bahwa ada semacam “kamar-kamar” yang sebenarnya merupakan buah pemikiran dari George Herbert Mead. Lebih lanjut, secara umum, pemikiran George Herbert Mead terbagi menjadi tiga hal: yaitu: Mind, Self, dan Society

yang dianggap sebagai tiga macam teori kardinal. Perlu diketahui, bahwa masing-masing dari ketiga konsep ini mempunyai makna dan percabangannya masing-masing. Oleh karena itulah, pembahasan akan dimulai dari urutan Society, Self, dan Mind. Walaupun demikian, memang sudah seharusnya dalam sebuah penelitian, kutipan verbatim disertakan di dalam penulisan, selain asumsi-asumsi yang telah terbangun kala memasukkannya ke dalam Axial Coding dan Selective Coding.

Sebelumnya, analisa ini akan dimulai dari pernyataan-pernyataan yang bersifat no concept. Sebagai contoh, kategori awal merokok. Jawaban dari para informan tersebut bervariasi. Informan EK misalnya, mulai merokok ketika umur 13 tahun. Kemudian, informan RZ mulai merokok ketika berumur 15 tahun. Demikian juga dengan informan NRM yang mulai merokok ketika berumur 15 tahun (kurang lebih kelas 1 SMU). Informan RK mulai merokok ketika berusia 9 tahun (saat masih duduk di kelas 5 SD), dan informan SA juga awal pertama kali mencoba rokok ketika berumur 9 tahun.

Tidak ada keterkaitan antara umur pertama kali merokok dengan hal-hal lain seperti tingkat pendidikan, hingga apakah dirinya terbiasa untuk menjadi perokok pasif di rumah. Tetapi, benang merah yang dapat dilihat dari keterangan tersebut adalah ada rentang umur yang cukup rentan bagi individu menjadi seorang perokok aktif. Remaja memulai kegiatan merokok ketika berumur 9 tahun hingga umur 17 tahun. Atau bila didefinisikan berdasarkan tingkat pendidikan, dimulai dari tingkat pendidikan dasar hingga pendidikan tingkat menengah (SD sampai SMA/Sederajat).

Pembahasan dimulai dari kelompok Society. Dalam hal ini, Society yang muncul adalah masyarakat di Kantin Sastra dimana anak-anak dari berbagai jurusan di Fakultas Ilmu Budaya berkumpul di tempat tersebut. Selain itu, Society juga dapat ditafsirkan sebagai komunitas pecinta alam yang diikuti oleh informan NRM. Sebuah komunitas yang akhirnya membuat Informan NRM menjadi seorang perokok hingga saat ini.

Berikut adalah penuturan dari NRM, terkait dengan permasalahan ini: “Waktu kelas 1 SMA. Waktu ikut pecinta alam. Terus dikasih sama senior. Terus dicoba. Rokok Filter. Seniornya :”coba ini dicoba. Saya langsung coba dan tidak menolak. Wuah, kalau kita nolak, bisa panjang urusannya.”

(sambil bercanda). Tapi itu hanya pemaknaan saya. Tidak ada ancaman, atau provokasi dari senior saya”.

Society yang dialami oleh pihak informan NRM tidak memberikan paksaan-paksaan kala menawarkan rokok terhadap NRM. Hanya menawarkan saja. Berikut adalah petikan wawancara dengan NRM terkait hal tersebut. “Tidak ada, Cuma ditawari merokok saja”. Society yang berbeda justru ditemukan pada informan SA. Keakrabannya dengan teman-temannya yang sering nongkrong di Kantin Sastra mengakibatkan dirinya mencoba berbagai jenis rokok, yang menyebabkan dirinya dapat berubah-ubah dalam mengonsumsi berbagai macam merk rokok.

Berikut adalah uraian yang dikemukakan oleh SA terkait dengan masalah ini: ‘Saya memilih Menthol, lebih tepatnya Star Mild Menthol. Namun sebenarnya SA paling menyukai Djarum Merah. SA pun tidak berkeberatan untuk mencoba rokok lainnya yang ditawarkan teman-temannya. Istilahnya masuk aja. Mudah berganti-ganti merk rokok”.

Istilah masuk aja mengindikasikan bagaimana informan SA mudah mengganti rokoknya, dari awalnya adalah Menthol yang memang lazim dikonsumsi oleh perempuan, hingga beralih kepada Djarum Merah. Perubahan konsumsi pola rokok yang tidak mempunyai pola seperti ini juga dapat dimasukkan ke dalam kategori dialektika antara I dan Me dalam kerangka Self dari informan SA. (Mengenai Self akan dijabarkan lebih lanjut setelah pembahasan mengenai Society).

Keinginan merokok dari informan SA (I) pada merk tertentu, yang kemudian dikontrol oleh Me, dalam hal ini adalah Significant Others, atau lebih tepatnya adalah pihak-pihak yang memang mempunyai kedekatan personal dengan informan SA, seperti teman satu angkatan, satu jurusan, atau lain jurusan namun pernah satu SMU, atau berasal dari SMU yang berbeda, namun lokasinya berdekatan satu sama lain. Beberapa dari mereka menjadi teman dekat dari informan SA, dan berperan sebagai significant others bagi informan SA, yang mampu mempengaruhi konsumsi merk rokok SA.

‘Significant Others’ lainnya disini adalah orangtua. Seperti misalnya adalah informan SA. Sang ayah yang notabenenya adalah seorang perokok aktif menyebabkan SA menjadi penasaran dan

akhirnya memutuskan untuk mencoba merokok. Sekalipun ayahnya sendiri sering mengatakan bahwa merokok itu tidak enak, namun seperti yang dikatakan oleh Informan RZ, yang sekalipun berbeda Departemen (RZ berasal dari Departemen Sejarah UI, sedangkan informan SA berasal dari Departemen Sastra Cina UI), merupakan Significant Others bagi Informan SA.

Berikut adalah uraian mengenai hal ini: “Informan SA itu dulu sekolahnya di SMU Negeri X Jakarta yang lokasinya bersebelahan dengan SMU saya. SA masuk Sastra Cina, sementara saya masuk ke Departemen Sejarah. Trus juga kita sering nongkrong di Kansas, yah jadi makin kenal. Makanya sewaktu Mas bilang ke saya tuk cari informan, yah saya kenalin sama SA, karena satu sekolah, kemudian satu fakultas, sering nongkrong di Kantin Sastra, ya akhirnya jadi sahabatan gini, loe sahabat gw ndak sih”.

RZ pun menyadari bahwa lingkungan dimana dirinya tinggal menyebabkan dirinya menjadi seorang perokok. Yang awalnya adalah perokok pasif, kemudian berubah menjadi perokok aktif. “Secara tidak disadari, saya tiba-tiba menjadi perokok pasif. Lingkungan saya (teman dan orang tua merokok). Ketika saya coba merokok, saya batuk dan merasa mual”.

Ketika RZ memutuskan untuk terus merokok, kala itu Society RZ saat SMP mempunyai pandangan bahwa seorang perokok adalah “Keren”, sekalipun lama-kelamaan pandangan tersebut lama-kelamaan telah pudar. “Karena pada waktu SMP itu, lingkungan saya termasuk kelompok yang rata-rata merokok, pemaknaan yang muncul dalam pikiran saya adalah merokok itu keren. Tapi sekarang, rokok lama kelamaan dinikmati bukan hanya kebutuhan pergaulan saja”.

Dalam konteks Me seringkali ada pihak-pihak atau simbol-simbol yang coba untuk mengontrol atau bahkan menghentikan perilaku merokok tersebut. Beberapa simbol dan gejala tidak efektif, namun di lain pihak beberapa ada pula yang efektif. Berikut adalah kutipan wawancara dengan RZ terkait dengan masalah ini: “Ada sih maknanya. Tapi bagi saya tulisan bahaya merokok yang tercantum di kemasan rokok- tidak berpengaruh bagi saya. Kecuali kalau dilihatin terus, mungkin saya bisa berhenti merokok. Pernah 6 bulan berhenti, 3 bulan lanjut lagi, 3 bulan berhenti. Berhenti merokok karena kepikiran tubuh aja. Mulai sesak nafas,

olah raga cepat capek (Perasaan merokok keren sudah hilang)”.

Society lainnya adalah yang dialami oleh informan EK. Informan EK menjadi perokok seperti sekarang ini dikarenakan pengaruh teman-temannya. Society yang mengelilingi Informan EK adalah Society anak-anak SMU yang suka nongkrong di tempat tertentu. Pada Society ini informan EK mempunyai beberapa teman dekat yang beberapa di antaranya merupakan teman dekat dari informan EK, dan menjadi significant others dari informan EK.

Berikut adalah uraian mengenai permasalahan ini: “Jadi awal mengenal rokok, ketika itu saya pulang sekolah bareng temen-temen terus dilanjutkan nongkrong. Di tempat tongkrongan, saya ditawarkan rokok. Pertama-tama saya merasa takut, takut batuk, tapi dibujukin terus. Saya sempat batuk lalu disuruh ngisapnya pelan-pelan. Waktu batuk begitu malah dikatakan saya seperti anak kecil. Yang bener donk ngerokoknya, begitu kata mereka”.

Lebih lanjut, Informan EK berpendapat sebagai berikut ini: “Ketika ditawarkan merokok, sebetulnya saya mikir, takut bau rokok, nanti di rumah ketahuan. Tapi nekat-nekat aja karena teman saya malah ngatain saya cemen, katrok, dan ditanya saya cowok apa cewek. Akhirnya saya terbujuk juga. Saya nekat mencoba merokok”. Dari kedua kutipan verbatim tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Society di dalam kasus EK mempunyai kekuatan untuk memaksa anggota kelompok masyarakatnya untuk melakukan tindakan sesuai dengan keinginan kelompoknya.

Mereka bukan significant others bagi pihak Informan EK. Selain itu, mereka bukan pula generalized others bagi pihak informan EK. Dengan demikian, di dalam kasus EK, terlihat dengan jelas bentuk-bentuk diskriminasi yang dilakukan pihak society terhadap anggota masyarakat, agar masyarakat melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan keinginan dari pihak masyarakat.

Selain itu, informan EK juga kembali mengeluarkan pendapatnya sebagai berikut: “Saya sempat meminta pendapat sama temen dekat saya, tapi teman saya punya pengalaman yang sama, dikatakan cemen begitu juga, kayak perempuan, kayak bencong”. Lebih lanjut, informan EK kembali berpendapat sebagai berikut ini: “Teman-teman

saya di tongkrongan, juga cerita kalau pertama kali mereka merokok juga karena ajakan teman-teman yang lain. Saya sempat ditegur teman dekat saya, dan bertanya kenapa saya sekarang merokok. Saya menjawab kalau saya tidak bisa menolak dan dipaksa, serta dikata-katain seperti itu. Teman saya itu malah cerita juga kalau dia juga nggak bisa menolak bujukan temannya untuk merokok. Akhirnya kecanduan hingga sekarang”.

Dari kutipan wawancara ini, terlihat bahwa para significant others dari pihak informan EK juga mempunyai pengalaman yang sama dengan pihak informan sendiri. Ada semacam pemaksaan yang dilakukan oleh pihak Society dengan cara mendeskreditkan pihak-pihak tertentu. Alhasil, informan EK akhirnya berpendapat sebagai berikut ini: “Jadi, mengapa saya merokok, pertama sich dari ajakan teman-teman. Tapi setelah kecanduan, dan melihat bapak merokok, kayaknya enak banget, jadi keterusan sampai sekarang. Orang tua saya hanya menasehati agar jangan terlalu banyak merokok dan jaga kesehatan, nggak bagus buat paru-paru, katanya”.

Keterangan EK tersebut merupakan pene-gasan bahwa hal pertama kali yang mengakibatkan dirinya menjadi seorang perokok adalah tekanan Society terhadap dirinya (Self). Lain halnya pula dengan informan RK. Dimana Society yang melingkupinya adalah Society komplek. RK menjadi seorang perokok aktif dikarenakan desakan oleh kakak-kakak di komplek tempat tinggalnya. RK terpaksa merokok. Berikut adalah kutipan mengenai pendapat RK tentang permasalahan tersebut: “Kakak-kakak komplek tersebut mengajarkan saya untuk merokok. Menurut mereka merokok mencerminkan sisi pemberani. Dengan merokok, dirinya merasa seperti seorang preman yang mempunyai jiwa seorang pemberani. Entahlah seperti rasanya rasa takut tersebut seakan-akan hilang dari hati dengan merokok”.

Benang merah sementara yang dapat ditarik adalah ada berbagai macam jenis society yang muncul dari keempat informan tersebut, yang mentransformasikan diri informan menjadi seorang perokok aktif. Society pada informan EK menggunakan kata-kata seperti Perempuan, cemen, katrok, untuk mengubah seseorang menjadi perokok. Di lain pihak, society kansas yang melingkupi informan NRM, SA, dan RZ tidak menggunakan kata-kata tersebut, hanya menawarkan berbagai macam

jenis rokok, yang menyebabkan ketiga informan tersebut berubah menjadi seorang perokok aktif. Society selain itu adalah komunitas pecinta alam yang diikuti oleh informan NRM, dan Society kompleks yang melingkupi informan RK.

Pada tataran Self, yang terdiri atas I dan Me. Oleh karena itu, perlu kiranya untuk membedakan, mana yang merupakan klasifikasi dari I dan mana yang merupakan bagian dari Me. Informan NRM berpendapat bahwa perbedaan rasa sangatlah penting. NRM membatasi preferensinya pada rokok putih, karena tidak membuat mual ketika dikonsumsi. Berikut adalah pernyataan yang dikemukakan oleh NRM terkait dengan permasalahan ini: “Bagi saya (Informan NRM) rasa rokok berpengaruh. Rokok yang saya pilih Marlboro. Merk lain, ok lah buat saya. Selama rokok putih nyambung lach. Kalau selain itu, nggak enak aja, eneg”.

Demikian halnya dengan Informan RZ. Rokok kesukaannya adalah Sampoerna A Mild mengingat rasanya yang cukup enak. Berikut adalah penuturan RZ terkait dengan permasalahan ini: “Sampoerna Mild. Mengapa, karena saya rasakan paling enak ini. Kalau berganti-ganti nggak bagus untuk kesehatan. Intinya berdasarkan pengalaman aja, sehingga saya akhirnya memilih rokok Sampoerna Mild. Selain itu, ya ketika ditarik (dihisap maksudnya) rempah-rempahnya terasa banget”.

Hal lain yang perlu diketahui dari RZ terkait dengan hal ini adalah RZ merokok tidak tentu, kadang mencapai satu batang, kadang dua batang, waktu mengobrol, memakan sesuatu, atau sedang mengerjakan tugas. Berikut adalah petikan hasil wawancara dengan RZ: “Sebungkus 2 hari. Tergantung kebutuhan. Kadang sehari tidak merokok pernah sehari satu bungkus. Tergantung mood. Saya belum merasa ketergantungan. Kalau merasa pengen berhenti, berhenti sesaat bisa”. Selanjutnya ketidakefektifan atas simbol bahaya merokok tertuang dalam pendapat RZ sebagai berikut ini: “ Ada kepikiran mau berhenti sih. Kalau pacar malah sering nasehati juga: “Kurangi Rokoknya”. Bau, keluhnya dia. Setidaknya, ketika saya sedang ketemu dengan pacar saya, saya tidak merokok”.

Selain itu. Menurutnya, rasa rokok sangat mempengaruhi dirinya di dalam mengkonsumsi rokok. Berikut adalah penuturan RZ: “Kalau rasa bagi saya iya (sambil bercanda). Saya membagi rokok menjadi Rokok Jawa dan Amerika. Rokok

Amerika dibagi lagi: Mild dan yang tidak. Rokok Jawa dibagi lagi menjadi Sedang, Mild, dan yang berat (seperti Filter, Dji Sam Soe). Ya, yang saya pilih Sampoerna A Mild karena alasan tadi, enak dihisapnya, terasa rempah-rempahnya”.

Walaupun demikian RZ melihat rasa rokok yang lainnya adalah kurang lebih sama. Dia pun menjadi seorang perokok karena sudah terbiasa menjadi seorang perokok pasif. Berikut adalah penuturan dari RZ mengenai permasalahan tersebut: “Ketika saya coba, sebenarnya biasa saja, nggak ada bedanya. Saya berpendapat demikian karena terbiasa sebagai perokok pasif, meskipun belum pernah merokok, tapi saya bisa merasakan tidak ada sesuatu yang istimewa dari rokok yang dibawa oleh teman saya itu. Tapi kemasan rokoknya, saya akui menarik. Bagi saya kesan pertama saat melihat kemasan rokok itulah, yang menyebabkan saya merokok”. Selain itu, informasi yang saya peroleh dari teman, rokok luar negeri kadar Tarnya lebih rendah”.

Significant Others dari pihak informan RZ mempunyai cara yang unik di dalam merubah selera merokok dari RZ. Teman-teman RZ di Kantin Sastra meletakkan rokok di meja saja, dan kemudian dicoba oleh RZ. Berikut adalah penuturan RZ mengenai hal ini: “Tidak ada (temannya tidak berkomentar apapun), hanya meletakkan rokok di atas meja.” Untuk kasus Informan RZ, beberapa significant Others dari RZ itu sendiri juga menyebabkan dirinya menjadi seorang perokok aktif. Berikut adalah penuturan RZ terkait dengan permasalahan ini: “Saya mulai merokok sejak kelas 3 SMP, pada waktu itu umur saya 15 tahun. Umur saya sekarang 18 tahun. Ketika itu, saya sedang berlatih main band. Tiba-tiba, ada seorang teman saya (dalam band itu) yang menawarkan rokok produksi luar negeri. Saya penasaran, kok rokoknya dari segi penampilan menarik. Pikiran saya, ini berbeda dengan rokok yang ada di rumah. Maksud saya, rokok yang dikonsumsi orang tua. Jadi saya langsung coba”.

Namun, teman-teman kelompoknya RZ tidak memprovokasi dirinya untuk merokok atau mempengaruhi pandangan RZ bahwa merokok itu keren. Berikut adalah uraian mengenai permasalahan tersebut: “Teman-teman tidak ada yang memprovokasi, Pokoknya mereka hanya menawarkan saja, dan justru yang membuat penasaran, ya saya sendiri, ketika itu melihat kemasan rokok yang di-

tawarkan oleh teman saya menarik. Tidak ada sesuatu yang dikatakan kepada saya yang kemudian memaksa saya untuk merokok. Intinya, saya berpikir merokok keren, karena melihat lingkungan para perokok”.

Beralih pada informan RK baru mengenal perbedaan rasa rokok setelah dia SMA. RK bisa membedakan rasa rokok walau hanya dengan mencium bau asap rokoknya. Riki bisa membedakan rokok kretek dan filter. RK memilih rokok filter karena tidak sakit di tenggorokannya. Rokok kesukaan RK adalah Sampoerna Mild. Karena merasa Rokok ini adalah rokok anak muda. Rasanya ringan cocok untuk dirinya.

Perasaan RK saat merokok bertahap sesuai dengan usianya. Pada awalnya waktu kelas V SD adalah rasa takut saat merokok seandainya diketahui orang tua atau saudara dekat orang tua. Setelah SMP dan SMA RK mulai merasakan rokok adalah lambang pergaulan dan ketika merokok dia akan merasa seperti seorang “preman” (berani). Tetapi RK masih malu merokok di depan orang tuanya, karena dia belum punya penghasilan. Laki-laki yang merokok adalah pemberani, seperti komentarnya bahwa ketika berkumpul bersama teman mereka sudah seperti preman.

Pada informan SA, dirinya memilih rokok tertentu demi memuaskan keinginannya. Berikut adalah kutipan hasil wawancara terkait dengan permasalahan tersebut: “Gw memilih Menthol lebih tepatnya adalah Star Mild Menthol. Namun sebenarnya gw paling suka banget sama Djarum Merah. Gw pun tidak berkeberatan untuk mencoba rokok lainnya yang ditawarkan teman-temannya. Istilahnya ‘Masuk Aja’. Mudah berganti-ganti merk rokok”.

Perasaan kala merokok pun dapat dikategorikan sebagai I. SA merasa dengan merokok dapat melepas beban yang menghimpitnya. Berikut adalah kutipan wawancara dengan informan SA: “Biasa saja, merupakan sebuah kebiasaan. Bila sedang tertekan, dengan merokok dapat membuat beban yang menghimpit menjadi lepas. Ketika membuang napas ada beban yang terlepas dari pikiran. Ada semacam pelepasan. Rokok layaknya Handphone yang tidak dapat dilepaskan dari diri gue”.

I di dalam diri informan SA juga mengakibatkan informan SA seakan kangen atau ingin kem-

bali merokok. Berikut adalah kutipan wawancara dengan informan SA: “Gw sering kangen dengan rokok bila telah berhenti, minta rokok dari temen, eeh malah keterusah. Biasanya dengan merk rokok yang berbeda. Sudah menjadi kebiasaan, sekalipun berdampak terhadap tubuh”.

Me dari SA berkaitan dengan pacar. Dimana significant others yang satu ini dalam pengalaman yang dimiliki oleh SA akan berkomentar negatif tentang rokok: “Gw sekarang nih lagi jomblo. Pacar gw yang terdahulu tidak ngerokok, Katanya merokok menimbulkan bau yang tidak sedap di mulut”. Orangtua SA sendiri mengetahui bahwa dirinya telah menjadi seorang perokok pasif, namun bilamana meminjam istilah yang dikemukakan oleh informan SA sendiri. Orangtua SA hanya tahu bete atau lebih tepatnya adalah mereka mengetahui bahwa SA merokok, namun mereka tidak dapat menerima kenyataan tersebut. Sebagai significant others atas dirinya, kedua orang tua SA mengambil sikap yang berbeda terhadap SA. Ayah SA lebih longgar sekalipun tetap tidak menyetujui SA merokok, sedangkan ibu SA bersih dari rokok. Sedangkan ibunya bereaksi cukup keras mengingat bukan seorang perokok.

Dalam hal ini adalah kemasan. Kemasan mempengaruhi informan SA untuk membeli rokok. Dalam hal ini, kemasan dapat dipandang sebagai Significant symbol yang mempengaruhi pemaknaan seseorang terhadap sesuatu hal. Berikut adalah penjelasan yang dikemukakan oleh SA berkaitan dengan hal ini: ‘Kemasan mempengaruhi SA untuk membeli rokok merk tertentu, Beberapa rokok yang gw ketahui mempunyai kemasan yang tidak menarik. Biasanya rokok yang kemasannya buruk adalah rokok yang murah meriah”.

Demikian halnya juga informan NRM, yang melihat rokok berdasarkan kemasannya. Berikut adalah uraiannya mengenai permasalahan ini: “Gw sih lihat kemasannya, kemudian rasanya. Kedua hal itulah yang merupakan esensi dari rokok itu sendiri”. Demikian pula dengan RZ, menurutnya, kemasan adalah hal yang menyebabkan dirinya mengkonsumsi rokok merk tertentu: “Saya tidak terlalu memperhatikan iklan. Melihat iklan rokok, kadang-kadang saja. Namun, ketika saya melihat kemasan rokok yang ditawarkan di tempat penjualan rokok. Di situlah pemaknaan saya muncul. Sebagai contoh: ketika iklan mengenai Marlboro Life atau Black Menthol, untuk saya iklan tidak mem-

punyai pengaruh. Tetapi ketika melihat kemasan produknya, saya jadi penasaran untuk mencobanya. Saya rasa, cewek-cewek juga kayaknya lebih tertarik untuk melihat itu”.

Hal yang berbeda justru ditemukan pada informan EK. Menurutnya kemasan rokok itu umumnya bagus-bagus. Namun dirinya tidak mampu untuk memahami sepenuhnya pesan yang terkandung di dalam kemasan rokok tersebut, mengingat beberapa kalimatnya menggunakan Bahasa Inggris. Demikianlah terlihat dengan jelas, bahwa I yang muncul di dalam masyarakat senantiasa dikontrol oleh Me. I dalam hal ini merupakan preferensi dari rasa, serta tanggapan terhadap significant symbol seperti kemasan rokok. Sedangkan Me dapat berwujud anjuran orang tua untuk tidak merokok, dan tawaran dari teman (mampu merubah pola konsumsi rokok, dengan mengkonsumsi rokok merk lain)

Berkaitan dengan minding, ada beberapa hal yang ingin disampaikan terkait dengan informan RZ. Salah satunya adalah perasaan takut yang dimiliki oleh informan kala pertama kali merokok, khususnya dampaknya terhadap tubuh, dan bagaimana reaksi dari pihak orang tua. Berikut adalah penuturan informan RZ terkait dengan permasalahan ini: “Kalau sama orang lain sih ngga. Cuma, sempat kepikiran, takut ke badan aja- kesehatan maksudnya. Kalau sama orang tua, takut juga, tapi sampai saat ini belum pernah ketahuan”.

Mind dalam hal ini juga berkaitan dengan pandangan para informan terhadap orang lain yang merupakan perokok. NRM melihat bahwa laki-laki perokok merupakan biasa saja. Hal ini tergambar di dalam wawancara dengan informan NRM: “Laki-laki perokok ya biasa seperti saya. Walaupun demikian, perempuan yang perokok ya sebenarnya tidak baik, tapi kalau perempuan tidak merokok ya sudah seharusnya, sementara laki-laki yang menjadi perokok ya bagus, berarti laki-laki tersebut mempunyai semacam prinsip pada dirinya”.

Pendapat yang senada justru dikemukakan oleh RZ, menurutnya laki-laki yang merokok tidak ada bedanya. Berikut adalah penuturan RZ berkaitan dengan permasalahan ini: “Tidak ada pengaruh, tidak ada bedanya. Mungkin kalau dulu iya, bisa jadi persepsinya, misalnya namanya pemain band, ya merokok macho”

Sekalipun demikian, RZ melihat perempuan merokok sebagai sesuatu yang wajar. Bahkan dirinya berpendapat positif terkait dengan pernyataan tersebut: “Perempuan perokok itu lebih mudah diajak bergaul, lebih mudah untuk diajak ngobrol, dan yang terpenting, lebih mudah untuk diajak berteman”.

SA sebagai satu-satunya informan wanita, berpendapat sebagai berikut: “Laki-laki perokok sudah terlalu banyak di dunia ini, memang sih laki-laki perokok itu lazim, tapi laki-laki yang tidak perokok, hari gini laki-laki tidak merokok, kapan lagi?”.

Sementara, perempuan merokok didefinisikan sebagai berikut: “Ada anggapan bahwa perempuan merokok itu seperti perempuan nakal, cewek merokok merupakan hal yang tidak baik, merupakan hal tabu bagi kebanyakan orang, dianggap bukan perempuan baik-baik”.

Informan SA di akhir wawancara memberikan sebuah kesimpulan yang cukup sistematis: “Jadi begini kesimpulannya, laki-laki yang tidak merokok adalah baik. Mempunyai prinsip yang luar biasa. Di lain pihak perempuan yang tidak merokok juga merupakan perempuan yang baik, dan memang sudah seharusnya perempuan itu tidak merokok, kalau saya cewek merokok, ya saya memang tidak terlalu memperdulikan apa kata orang lain”.

Berbeda dengan lainnya, informan EK melihat bahwa seorang teman sejawat tidak merokok, hal ini merupakan sebuah keanehan. Berikut adalah kutipan wawancara dengan informan EK: “Jadi habisnya kalau melihat ada teman yang nggak ngerokok, rasanya pengen ngatain juga kayak teman-teman saya ngatain ke saya. Ya, saling memprovokasi lach. Trus berkaitan dengan cewek ngerokok, ya pacar saya juga ngerokok, jadi ya sebenarnya cewek ngerokok ya ndak papa, ndak ada salahnya khan”.

Mind disini dapat ditafsirkan sebagai berbagai variasi pandangan yang muncul terhadap seorang perokok. Mulai dari anggapan bahwa perempuan perokok adalah perempuan yang tidak baik, hingga pandangan sebaliknya bahwa perempuan perokok sebagai wanita yang mudah untuk diajak bergaul. Demikian halnya dengan laki-laki, yang anggapannya adalah laki-laki perokok adalah biasa saja, walaupun laki-laki tidak perokok dianggap

gap mempunyai prinsip yang kuat.

5. Iklan sebagai Significant Other

Bilamana melihat tentang iklan ketiga informan yang notabene adalah mahasiswa, maka secara otomatis ketiga informan tersebut merasa tidak merasa terpengaruh oleh iklan rokok yang ditayangkan. Berikut adalah kutipan wawancara dengan NRM berkaitan dengan permasalahan ini: “Tidak. Misalnya adalah iklan Marlboro. Iklannya bagus-bagus sich. Tapi saya menilai iklannya ngga nyambung. Bagi saya, itu hanya karena perusahaan sudah tahu anggaran untuk iklan, dan semua perokok juga sudah tahu”.

Senada dengan itu, informan RZ juga mengeluarkan pendapat yang serupa: “Saya tidak terlalu memperhatikan iklan. Melihat iklan rokok, kadang-kadang saja. Namun, ketika saya melihat kemasan rokok yang ditawarkan di tempat penjualan rokok, di situlah persepsi saya timbul. Sebagai contoh: Ketika iklan mengenai Marlboro Life atau Black Menthol, untuk saya iklan tidak pengaruh. Tetapi ketika melihat kemasan produknya, saya jadi penasaran untuk mencobanya. Saya rasa, cewek-cewek kayaknya lebih tertarik untuk melihat itu”.

Informan SA juga memberikan pendapat yang senada pula. Menurutnya banyak iklan-iklan rokok itu sebenarnya tidak mempunyai korelasi dengan produk rokoknya itu sendiri. Berikut adalah penuturan SA berkaitan dengan permasalahan tersebut: “Gw sih ndak terpengaruh dengan iklan rokok. Menurut gw iklan rokok itu ndak ‘nyambung’ dengan apa yang diinginkan pada produk. Walaupun memang sih yang iklan-iklan rokok yang ditayangkan di televisi memang bagus-bagus. Seringkali gw bingung kala menyaksikan iklan rokok, esensinya dimana gitu”.

Berbeda dengan informan EK. Pertama kali, EK mengkonsumsi rokok “Surya, setelah menyaksikan iklan di televisi, dirinya mengganti dengan “A Mild”, walaupun harganya lebih mahal. EK terpengaruh dengan iklan tersebut, dan tetap setia hingga saat ini dengan rokok “A Mild” (sudah mencapai tig tahun lamanya). Iklan rokok menyebabkan EK membayangkan betapa nikmatnya merokok.

Intinya, iklan dapat pula dikategorikan sebagai sebuah ‘significant others’ yang mampu mengontrol, bahkan merubah konsumsi rokok dari seseorang. Memang dapat diasumsikan bahwa pada

kalangan mahasiswa, iklan tidak terlalu berpengaruh (dibandingkan dengan rasa dan kemasan), namun pada kalangan masyarakat yang pendidikannya tidak tinggi, iklan mampu berpengaruh terhadap pola konsumsi rokok mereka, selain rasa dari rokok, dan kemasan.

6. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan atas fenomena kebiasaan merokok di kalangan remaja, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Usia paling rentan bagi seseorang untuk dipengaruhi menjadi perokok aktif adalah di bawah umur 17 tahun (antara 9 – 17 tahun). Atau bila didefinisikan berdasarkan tingkat pendidikan, usia paling rentan berada pada tingkat pendidikan SD hingga tingkat pendidikan SMU atau yang sederajat.
2. Tindakan sosial yang dilakukan oleh remaja sehingga kemudian menjadi perokok aktif, didasari oleh tiga konsep penting yakni : Society, Self, dan Mind. Dari hasil penelitian ditemukan berbagai macam jenis Society yang muncul dari para informan, yang mentransformasikan diri informan menjadi seorang perokok aktif, seperti misalnya kata cemooh dengan mengatakan ‘seperti perempuan’, ‘cemen’, ‘katrok’, oleh rekan-rekan kelompok informan. Selain itu, society kantin di kampus -yang terdapat rekan informan yang perokok, juga memberikan pengaruh dan tawaran berbagai macam jenis rokok, yang menyebabkan informan berubah menjadi seorang perokok aktif. Society lain ditemukan seperti komunitas pecinta alam dan Society kompleks rumah dimana informan tinggal.
3. Dalam konsep Self, terlihat dengan jelas, bahwa I yang muncul di dalam masyarakat senantiasa dikontrol oleh Me. I dalam hal ini merupakan preferensi dari rasa, serta tanggapan terhadap significant symbol seperti kemasan rokok. Sedangkan Me dapat berwujud anjuran orang tua untuk tidak merokok, dan tawaran dari teman (mampu merubah pola konsumsi rokok, dengan mengkonsumsi rokok merk lain)
4. Dalam konsep Mind, dapat ditafsirkan sebagai berbagai variasi pandangan yang muncul terhadap seorang perokok. Mulai

dari anggapan bahwa perempuan perokok adalah perempuan yang tidak baik, hingga pandangan sebaliknya bahwa perempuan perokok sebagai wanita yang mudah untuk diajak bergaul. Demikian halnya dengan laki-laki, yang anggapan-nya adalah laki-laki perokok adalah biasa saja, walaupun laki-laki tidak perokok dianggap mempunyai prinsip yang kuat. Namun, dari keseluruhan pendapat informan, dapat disimpulkan bahwa mind yang ada dalam diri mereka mengenai merokok adalah rokok itu jahat (dalam arti dapat merusak kesehatan). Tidak mengherankan apabila pada pengalaman pertama merokok, dirasakan oleh informan sangat tidak menyenangkan –sering batuk, dan sebagainya. Namun, pengaruh dari self dan society yang kuat, membuat para informan tetap terus berkeinginan merokok.

5. Tayangan iklan rokok yang sangat ekspresif sesuai dengan mod kalangan remaja dan juga bentuk-bentuk tayangan komunikasi massa seperti film, juga bisa mempengaruhi dan meningkatkan persepsi diri dalam informan, bahwa merokok adalah keren atau maco.

Dari kesimpulan sebagaimana yang telah dipaparkan tersebut di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Orang tua agar senantiasa mewaspadai usia rentan remaja yang masih mudah dipengaruhi oleh berbagai bentuk interaksi/komunikasi orang lain atau masyarakat yang ada di sekitarnya, yang membuat mereka kemudian menjadi perokok aktif. Demikian pula, para pendidik di sekolah, agar memberikan pengawasan ekstra terhadap aktifitas anak didiknya terutama pada jam-jam di luar sekolah ketika mereka sedang berkumpul dengan rekan kelompoknya.
2. Bagi instansi terkait seperti Kementerian Kesehatan dan Kementerian Perindustrian, diharapkan dapat memberikan arahan kepada industri rokok agar dalam menyajikan tayangan iklan rokok, tetap memperhatikan dampak bagi kalangan remaja yang selama ini menjadi sasaran/segmentasi sebagian besar industri rokok.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J and Denis K Davis, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, Salemba Humanika, Jakarta, 2010.
- Cobb, J Nancy, *Adolescence: Continuity, Change, and Diversity (Fourth Edition)*, Mayfield Publishing Company, California, 2001
- Denzin, Norman K and Yvonna S Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, Pustaka Pelajar, Jogjakarta, 2009.
- Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003
- Griffin, EM. *A First Look At Communication Theory: Sixth Edition*, Singapore: Mc Graw Hill, 2006.
- Littlejohn, Stephen & Foss. *Theories of Human Communication: Seventh Edition*. California: Wadsworth, 2002.
- Miller, Katherine. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. Singapore: Mc Graw Hill, 2005.
- Soekanto, Soerjono. *Kamus Sosiologi: Edisi Baru*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1993.
- Soeprapto, Riyadi H.R., *Interaksionisme Simbolik: Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: AVERROES PRESS, 2002.