



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Studi penelitian relevan pertama mengenai *social smoker* sebelumnya telah diteliti oleh Kimberly Waters, Kari Harris, Sandra Hall, Niaman Nazir, dan Alex Waigandt. Mereka merupakan doktor filsafat yang menulis dalam *Journal of American College Health*. Dalam Penelitian mereka yang berjudul “*Characteristic of Social Smoking Among College Students*”, memaparkan bahwa secara keseluruhan 70% dari perokok di perguruan tinggi dalam sampel penelitian tersebut merupakan perokok sosial. Sampel tersebut terdiri dari mahasiswa baru (68,01%), mahasiswa yang tinggal di asrama kampus (67,6%), dan mahasiswa yang berkulit putih (93,4%). Pria mewakili 52,9% dari total sampel, dengan usia berkisar dari 18-27 tahun, dan dengan usia rata-rata 19,3 tahun. Chi-square analisis menunjukkan bahwa lebih banyak *social smoker* (30,89%) dibandingkan dengan perokok lain (6,8%) pada suatu perkumpulan atau kelompok.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama mengangkat topik mengenai *social smoking*. Sedangkan, perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada objek penelitian dan metode penelitian. Objek penelitian tersebut yaitu seluruh perokok, sedangkan objek penelitian ini dikhususkan pada perokok sosial.

Selain itu, penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Studi penelitian relevan kedua adalah penelitian yang ditulis oleh Anna V.Song dan Pamela M.Ling. Kedua penulis ini merupakan doktor filsafat yang menulis dalam *American Journal of Public Health*. Dalam Penelitian mereka yang berjudul “*Social Smoking Among Young Adults: Investigation of Intentions and Attempts to Quit*”, memaparkan bahwa di antara 455 perokok, 62% mengidentifikasi diri atau berperilaku sebagai perokok sosial. Dibandingkan dengan perokok aktif atau *established smokers*, perokok yang telah mengidentifikasi diri mereka sebagai *social smokers* memiliki niat untuk berhenti merokok lebih kecil, dan upaya untuk berhenti merokok hanya berlangsung selama satu bulan atau lebih. *Behavioral social smokers*, atau perokok sosial yang mengakui bahwa dirinya merokok hanya pada situasi tertentu, lebih memiliki niat untuk berhenti merokok dibandingkan dengan *identified social smokers*, yaitu perokok yang teridentifikasi sebagai perokok sosial, tetapi tidak menganggap dirinya sebagai perokok sosial.

Penelitian tersebut membagi *social smoker* dalam dua tipe, yaitu *self identified social smoker* atau bisa disebut juga dengan *behavioral social smoker* dan *identified social smoker*. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa Lembaga Kesehatan Masyarakat perlu mengklasifikasi perbedaan ini dalam upaya menentukan strategi penyuluhan berhenti merokok kepada masyarakat.

Persamaan penelitian relevan kedua dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama mengangkat topik mengenai *social smoking*. Sedangkan, perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terletak pada objek penelitian, di mana objek penelitian tersebut merupakan seluruh perokok, sedangkan objek penelitian ini dikhususkan kepada perokok sosial.

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Peneliti

Unsur yang Dibahas	Penelitian Sebelumnya (Kimberly Waters, Kari Harris, Sandra Hall, Niaman Nazir, Alex Waigandt)	Penelitian Sebelumnya (Anna V.Song dan Pamela M.Ling)	Peneliti (Dea Aviani)
Judul	<i>Characteristic of Social Smoking Among College Students</i>	<i>Social Smoking Among Young Adults: Investigation of Intentions and Attempts to Quit</i>	<i>Social Smoking</i> Sebagai Bentuk Adaptasi Interaksi Dalam Menunjang Komunikasi Interpersonal
Lembaga	Journal of American College Health	American Journal of Public Health	Universitas Multimedia Nusantara
Tahun	2006	2011	2016
Metodelogi Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Studi Kasus - Kualitatif
Teori/Konsep	Tidak dijelaskan	Tidak dijelaskan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Interpersonal • <i>Social Smoker</i> • Adaptasi Interaksi
Permasalahan Penelitian	Fokus permasalahan dalam penelitian tersebut adalah: (1) Bagaimana	Fokus permasalahan dalam penelitian tersebut adalah: (1) Apakah perbedaan	Fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah : (1) Faktor apa saja

	<p>perbedaan diantara mahasiswa yang termasuk dalam kategori perokok sosial dan jenis perokok lain?</p> <p>(2) Apakah perokok sosial dan jenis perokok lain berbeda dalam hal motivasi dan kepercayaan diri untuk berhenti, tingkat merokok serta persepsi diri mereka sebagai "perokok".</p> <p>(3) Bagaimana karakteristik dari perokok sosial.</p>	<p>dari tiga definisi perokok sosial (perokok yang mengidentifikasi diri sebagai perokok sosial, perokok yang lebih sering merokok ketika bersama dengan orang lain, perokok yang hanya merokok dengan orang lain)?</p> <p>(2) Bagaimana hubungan antara ketiga definisi yang berbeda dari perokok sosial dengan niat serta perilaku untuk berhenti merokok?</p>	<p>yang menjadi latar belakang seseorang menjadi <i>social smoker</i>?</p> <p>(2) Bagaimana perilaku <i>social smoking</i> digunakan sebagai bentuk adaptasi interaksi dalam menunjang komunikasi interpersonal?</p>
Instrumen Penelitian	Survey	Web-enabled dan survey	Wawancara, observasi dan studi pustaka.
Hasil Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • 70% dari perokok di perguruan tinggi dalam sampel penelitian tersebut merupakan perokok sosial. • Chi-square analisis menunjukkan bahwa terdapat banyak perokok sosial (30,89%) dibandingkan dengan perokok lain (6,8%) dalam suatu perkumpulan atau kelompok. 	<ul style="list-style-type: none"> • Di antara 455 perokok, 62% mengidentifikasi diri atau berperilaku sebagai perokok sosial. • Dibandingkan dengan <i>established smokers</i>, <i>self identified social smokers</i> memiliki niat untuk berhenti merokok lebih kecil • <i>Behavioral social smokers</i> lebih memiliki niat untuk berhenti merokok dibandingkan dengan <i>identified social smokers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat beberapa faktor yang menjadi latar belakang seseorang dalam berperan sebagai <i>social smoker</i>, di antaranya adalah faktor kebutuhan, dan ekspektasi. • Perilaku merokok telah dipandang sebagai bagian dari kehidupan sosialisasi <i>social smoker</i>. • Suasana komunikasi yang diciptakan oleh perilaku merokok

			<p>memiliki peranan terhadap kualitas komunikasi interpersonal di antara perokok sosial dengan perokok aktif, di antaranya adalah meningkatnya perasaan empati, dukungan, sikap positif serta kesetaraan di antara <i>social smoker</i> dengan lawan bicaranya. Namun, peneliti mendapati bahwa tingkat keterbukaan dalam berinteraksi akan tetap netral, tergantung dengan siapa <i>social smoker</i> bersosialisasi.</p>
--	--	--	--

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Komunikasi Interpersonal

DeVito (1989 dikutip dalam Onong U Effendy, 2003, h. 30) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampak dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Trenholm dan Jansen (Suranto, 2011, h. 3) mendefinisikan komunikasi interpersonal yaitu sebagai komunikasi antara dua orang yang

berlangsung secara tatap muka. Sedangkan Agus M. Hardjana (2003, h. 85) mengatakan komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antara dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008, h. 81) bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara individu secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

2.2.1.1 Ciri – Ciri Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto Aw (2011, h. 14-16), komunikasi antarpribadi merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Ciri-ciri komunikasi antarpribadi, antara lain:

a. Arus pesan dua arah

Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan. Komunikator dan komunikan dapat berganti pesan secara cepat, komunikator dapat berubah peran sebagai penerima pesan maupun sebaliknya.

b. Suasana nonformal

Komunikasi interpersonal yang terjalin biasanya berlangsung dalam suasana nonformal dan pendekatan pribadi.

c. Umpan balik segera

Komunikasi interpersonal berlangsung secara tatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Komunikasikan segera memberikan respons secara verbal berupa kata-kata atau nonverbal misalnya pandangan mata, raut muka, anggukan, dan sebagainya.

d. Peserta komunikasi berada dalam jarak dekat

Jarak dekat yang dimaksud yaitu fisik, di mana peserta komunikasi saling bertatap muka dalam satu lokasi, maupun psikologis, yang menunjukkan hubungan keintiman antar individu.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Adapun fungsi dari komunikasi antarpribadi adalah sebagai suatu usaha meningkatkan hubungan insani (*human relation*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Cangara, 2004, h. 33).

Devito (2007, h. 15) menjabarkan lima tujuan komunikasi interpersonal yaitu:

1. Belajar mengenai diri sendiri, orang lain, dan dunia.

Melalui kegiatan komunikasi interpersonal dengan seseorang, kita dapat mengetahui bagaimana pendapat seseorang tentang kita sehingga kita pun menjadi tahu seperti apa diri kita. Semakin banyak kita berkomunikasi dengan orang lain, semakin banyak mengenal orang, dan kita juga semakin mengetahui seperti apa diri

kita. Semakin banyak kita mengenal orang, maka semakin banyak pengetahuan kita tentang lingkungan di sekitar kita bahkan tentang dunia.

2. Berhubungan dengan orang lain dan status ikatan

Melalui komunikasi interpersonal, kita dapat berkenalan dengan seseorang dan berkomunikasi secara intensif dan efektif, serta bisa menciptakan suatu ikatan batin yang erat. Hal ini terjadi ketika kita membangun dan memelihara persahabatan dengan orang lain yang sebelumnya tidak kita kenal.

3. Mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain

Dalam hal ini, kegiatan komunikasi ditunjukkan untuk mempengaruhi dan membujuk agar orang lain memiliki sikap, pendapat atau perilaku yang sesuai dengan tujuan kita.

4. Hiburan dan menenangkan diri sendiri

Banyak komunikasi interpersonal yang kita lakukan yang sepertinya tidak memiliki tujuan yang jelas, hanya mengobrol untuk sekedar melepaskan kelelahan setelah seharian bekerja atau hanya untuk mengisi waktu.

5. Membantu orang lain

Hal ini terjadi misalnya, ketika seorang pasien yang berkonsultasi dengan seorang dokter atau kita yang mendengarkan curhatan teman. Proses komunikasi interpersonal yang demikian merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menolong orang lain

untuk memecahkan masalah yang dihadapinya dengan bertukar pikiran.

Dengan memperhatikan tujuan sekaligus fungsi komunikasi interpersonal tersebut di atas, maka dapat diketahui betapa pentingnya peran komunikasi interpersonal dalam kehidupan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak yang terlibat komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat, dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas.

2.2.1.3 Kualitas Komunikasi Interpersonal

Menurut Hardjana (2003 dikutip dalam Suranto, 2011, h. 77), komunikasi antarpribadi dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan serta ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara sukarela oleh penerima pesan sehingga dapat meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi.

Devito (1997 dikutip dalam Suranto, 2011, h. 82-84) mengemukakan lima sikap positif yang dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi antarpribadi yang efektif. Lima sikap positif tersebut meliputi:

a) *Openness* (Keterbukaan)

Keterbukaan adalah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain.

Hal ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya, tetapi rela membuka diri ketika orang lain menginginkan informasi yang diketahuinya. Dengan kata lain, keterbukaan adalah kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri mengenai informasi ini tidak bertentangan dengan asas kepatuhan. Sikap keterbukaan ditandai dengan kejujuran dalam memberikan respons segala stimuli komunikasi, tidak berkata bohong, dan tidak menyembunyikan informasi yang sebenarnya. Dalam proses komunikasi antarpribadi, keterbukaan menjadi salah satu sikap yang positif. Hal ini disebabkan karena dengan keterbukaan, komunikasi antarpribadi akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah serta dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

b) Empati

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan apabila seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami suatu persoalan dari sudut pandang orang lain melalui kaca mata orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka. Empati akan menjadi filter agar kita tidak mudah menyalahkan

orang lain. Namun, kita dibiasakan untuk dapat memahami esensi setiap keadaan, tidak semata-mata berdasarkan cara pandang kita sendiri. Hakikat empati adalah: (1) usaha masing-masing pihak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain; (2) dapat memahami pendapat, sikap, dan perilaku orang lain.

c) *Supportiveness* (Sikap mendukung)

Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportive*). Artinya, masing masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Oleh karena itu, respons yang relevan adalah respons yang bersifat spontan dan lugas, bukan respons yang bertahan dan berkelit. Pemaparan gagasan bersifat deskriptif-naratif, bukan bersifat evaluatif. Sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, bukan intervensi yang disebabkan tata percaya diri yang berlebihan.

d) *Positiveness* (Sikap positif)

Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan komunikasi antarpribadi, yaitu secara nyata melakukan aktifitas yang dapat menciptakan terjalinnya kerjasama.

e) *Equality* (Kesetaraan)

Kesetaraan adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Memang secara alamiah ketika dua orang berkomunikasi (antarpribadi), tidak pernah tercapai suatu situasi yang menunjukkan kesetaraan atau kesamaan secara utuh di antara keduanya. Kesetaraan yang dimaksud adalah berupa pengakuan atau kesadaran serta kerelaan untuk menempatkan diri secara setara (tidak ada yang superior atau inferior) dengan partner komunikasi. Dengan demikian dapat dikemukakan indikator kesetaraan, meliputi: menempatkan diri setara dengan orang lain, menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda, mengakui pentingnya kehadiran orang lain, tidak memaksakan kehendak, komunikasi dua arah, saling memerlukan, suasana komunikasi yang akrab dan nyaman.

2.2.2 Teori Adaptasi Interaksi

Menurut Eko A. Meinarno dkk (2011, h. 66), adaptasi adalah proses penyesuaian diri terhadap lingkungan dan keadaan sekitar.

Teori akomodasi berhasil meletakkan fondasi bagi kita untuk mengenal berbagai jenis akomodasi dan hubungannya satu sama lain. Namun, akomodasi pada dasarnya menjadi bagian dari suatu proses adaptasi yang lebih kompleks yang terdapat pada suatu interaksi sebagaimana dikemukakan oleh Jude Burgoon dalam teorinya yang

dinamakan “Teori Adaptasi Interaksi”. Pada saat tertentu ketika percakapan berlangsung, pihak-pihak pelaku komunikasi cenderung berperilaku sama, yaitu adanya upaya untuk saling meniru atau konvergensi dalam suatu “pola resipokal” atau *reciprocal pattern* (Morissan, 2013, h. 136).

Para peneliti melihat bahwa komunikator memiliki semacam interaksional sinkroni, terkoordinasi dalam sebuah pola bolak-balik. Ketika seseorang mulai berkomunikasi dengan orang lain, ia memiliki gambaran kasar tentang apa yang akan terjadi. Ini adalah interaksi posisi orang tersebut, tempat di mana ia akan mulai. Hal ini ditentukan oleh kombinasi faktor teori RED yang merupakan singkatan dari *requirements* (kebutuhan), *expectation* (harapan), dan *desires* (keinginan).

- a. *Requirements* (kebutuhan) adalah sesuatu yang membuat kita ingin berinteraksi atau segala hal yang kita perlukan dalam berinteraksi. Kebutuhan seperti sistem tubuh yang membutuhkan asupan makanan atau seperti terminologi sosial dari pemenuhan kebutuhan untuk berafiliasi, menjalin persahabatan, atau sampai pada hal-hal yang lebih menarik dalam sebuah interaksi.
- b. *Expectations*, merupakan acuan kita untuk memprediksikan apa yang akan terjadi. Misalnya, jika kita tidak mengenal seseorang dengan begitu baik, maka kita akan memberlakukan norma-norma sosial, aturan-aturan umum dalam berinteraksi, akan tetapi jika kita telah mengenal seseorang dengan baik maka tindakan yang kita lakukan

terhadap orang tersebut akan berdasarkan hubungan pengalaman kita dengannya, meski harus melanggar norma-norma sosial yang bersifat normatif. Dalam kasus ini tidak ada masalah selama kita tidak menyinggung perasaannya.

- c. *Desire* (keinginan) adalah terjadinya sesuatu sesuai dengan yang kita inginkan atau apa yang ingin kita capai dan harapkan akan terjadi dalam berkomunikasi.

Teori Akomodasi yang disusun oleh Howard Giles ini merupakan salah satu teori perilaku yang paling berpengaruh dalam perilaku ilmu komunikasi. Teori akomodasi menjelaskan bagaimana dan mengapa seseorang menyesuaikan perilaku komunikasinya dengan perilaku komunikasi orang lain.

Perilaku awal suatu individu dalam berinteraksi terdiri atas kombinasi dari perilaku verbal dan nonverbal yang mencerminkan posisi interaksi individu tersebut, faktor lingkungan di mana interaksi terjadi, dan tingkat keahlian yang individu tersebut miliki. Namun, dalam kebanyakan interaksi, perilaku seorang individu akan berubah – begitu pula perilaku lawan bicara (Morissan, 2013, h. 134-135).

Biasanya dalam suatu interaksi, seseorang akan membalas perilaku lawan bicara sebagai suatu bentuk tanggapan atau *default response* (respons standar). Menurut teori adaptasi interaksi ini, kecenderungan untuk saling membalas disebabkan oleh kombinasi dari faktor-faktor yang dikondisikan secara biologis dan sosial. Permintaan biologis untuk makan

atau mungkin sosial dalam afiliasi yang dibutuhkan, persahabatan, atau bahkan mengelola interaksi yang baik. Perilaku awal seseorang dalam berinteraksi terdiri dari kombinasi perilaku verbal dan nonverbal yang mencerminkan posisi interaksi orang tersebut, seperti faktor lingkungan dan tingkat keterampilan. Penjelasan perilaku adaptasi interaksi didasarkan pada hipotesis pelanggaran harapan: gagasan bahwa pelaku komunikasi membuat penilaian tentang pelanggaran harapan, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku pelaku komunikasi selanjutnya. Teori akomodasi dan adaptasi menggambarkan salah satu cara bahwa perilaku diatur dalam interaksi. Penyesuaian diri dapat didefinisikan sebagai interaksi pelaku komunikasi yang kontinu dengan diri sendiri, dengan orang lain, dan dengan dunia pelaku komunikasi tersebut (Sobur, 2003, h. 526).

Penyesuaian diri merupakan suatu konstruksi atau bangunan psikologi yang luas dan kompleks, serta melibatkan semua reaksi individu terhadap tuntutan baik dari lingkungan luar maupun dari dalam diri individu itu sendiri. Dengan perkataan lain, masalah penyesuaian diri menyangkut aspek kepribadian individu dalam interaksinya dengan lingkungan dalam dan luar dirinya (Desmita, 2009, h. 191).

Penyesuaian diri adalah usaha manusia untuk mencapai harmoni pada diri sendiri dan pada lingkungannya. Sehingga rasa permusuhan, dengki, iri hati, prasangka, depresi, kemarahan, emosi negatif sebagai respons pribadi yang tidak sesuai dan kurang efisien bisa dikikis habis (Kartono, 2002, h. 56).

Penyesuaian diri merupakan suatu proses yang mencakup respons mental dan tingkah laku, di mana individu berusaha untuk dapat berhasil mengatasi kebutuhan-kebutuhan dalam dirinya, ketegangan-ketegangan, konflik-konflik, dan frustrasi yang dialaminya, sehingga terwujud tingkat keselarasan atau harmoni antara tuntutan dari dalam diri dengan apa yang diharapkan oleh lingkungan di mana ia tinggal (Desmita, 2009, h. 192).

2.2.3 Social Smoker

Menurut Fokal Info (2013), *social smoker* merupakan istilah untuk menggambarkan seseorang yang merokok hanya saat berada di lingkungan sosial atau situasi tertentu dengan maksud untuk berbaur.

Perokok sosial adalah istilah yang umum digunakan oleh perokok yang biasanya tergolong muda untuk menentukan perilaku mereka. Sebuah studi kualitatif menemukan bahwa banyak mahasiswa yang menggambarkan diri mereka sebagai "perokok sosial," yang berarti mereka mengonsumsi tembakau lebih seperti kegiatan sosial atau komponen kegiatan sosial mereka daripada perilaku yang biasa ditandai dengan ketergantungan nikotin (Moran, dkk., 2004, h. 1).

Social smoker hanya merokok pada situasi tertentu, ketika mereka sedang berkelompok serta ketika mereka sedang mengonsumsi alkohol. *Social smoker* tidak menganggap diri mereka sebagai pecandu nikotin. Biasanya kita sering mendengar mereka berkata "Saya bukan perokok." atau "Saya merokok hanya ketika *weekend*." Seorang *social smoker*

biasanya mendapatkan rokok dari temannya, dan jika mereka membeli sebungkus rokok, biasanya rokok tersebut akan bertahan selama seminggu atau lebih (Ray, 2010).

Menurut Cancer Institute NSW, terdapat beberapa fakta mengenai *social smoking*, di antaranya adalah sebagai berikut; a) merokok hanya satu sampai empat batang perhari tetap memiliki risiko penyakit jantung atau kanker paru-paru; b) *Non-daily smokers* atau *social smokers* mengalami frekuensi batuk dan nafas pendek yang lebih sering dibandingkan bukan perokok; c) 'Merokok' tetapi tidak mengisap asap rokok tetap memiliki risiko penyakit jantung yang signifikan; d) Perokok yang berusaha mengatur level rendah dalam merokok atau *social smoker* tergolong dalam kelompok *regular smoker* (Cancer Institute NSW, para. 2).

Perokok sosial didefinisikan dalam dua tipe perokok, baik seseorang yang tidak merokok setiap hari atau seseorang yang merokok rata-rata kurang dari satu batang rokok dalam sehari. Profesor Robert West, seorang ahli rokok di Universitas College London, mempublikasi studi terbarunya mengenai perokok ringan yang ia lakukan bersama dengan rekannya, Peter Hajek. Mereka menemukan perokok sosial atau biasa disebut juga dengan *occasional smokers* didominasi oleh kelas menengah, memiliki pendidikan yang baik serta melakukan aktivitas merokok sebagai kegiatan sosial. Namun, bagaimana pun mereka tetap memiliki ketergantungan terhadap rokok.

Profesor West mengatakan bahwa (2011, para. 9) "*Nicotine addiction is not just about keeping the level of the drug topped up to avoid withdrawal symptoms. One way addiction works is by forming an association between situations where a person would typically smoke, which then creates the impulse to smoke when they find themselves in that situation a gain. A lot of daily smokers report very strong situational cravings.*"

Penjelasan dari Profesor West dapat diartikan bahwa kecanduan nikotin bukan hanya berarti bahwa seseorang berusaha untuk menahan dirinya dari konsumsi rokok yang tinggi. Salah satu bentuk kecanduan juga dapat dilihat dari bagaimana seseorang bertahan untuk tidak merokok di antara situasi di mana seseorang biasanya merokok. Situasi tersebut dapat berupa perasaan jenuh ketika bekerja, perasaan bosan, ataupun situasi di mana seseorang berada di lingkungan di mana orang – orang sekelilingnya merupakan perokok aktif, dan sebagainya. Situasi tersebut yang kemudian akan menciptakan dorongan kembali untuk merokok (Jeremy, 2011).

Menurut Dr. Joseph DiFranza, seorang *medical researcher* di University of Massachusetts Medical School, *social smokers* memiliki karakteristik sebagai berikut: a) merokok kurang dari lima batang per hari; b) tidak memiliki rasa kebutuhan atau ketergantungan akan rokok setiap hari; c) *social smoker* merasa dapat mengontrol keinginan mereka untuk merokok. Seorang *social smokers* merasa mereka dapat mengontrol

perilaku merokok mereka karena mereka hanya merokok sesekali dalam waktu tertentu serta mampu melewati hari-harinya tanpa rokok. Tetapi yang sebenarnya terjadi adalah hasrat untuk mengkonsumsi nikotin akan berlanjut sampai mereka tidak bisa lagi menahan rasa atau kebutuhan untuk tidak merokok. DiFranza percaya bahwa peristiwa ini adalah sebuah kunci untuk memahami apa yang terjadi untuk mengubah seorang *social smoker* menjadi pecandu rokok. (Susan, 2011)

2.3 Kerangka Pemikiran

Berawal dari fenomena yang ditemukan, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk dapat mengkaji data temuan lapangan. Metodologi penelitian ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif, jenis penelitian yang berjenis deskriptif interpretif, serta metode studi kasus komunikasi yang digunakan untuk memperoleh data.

Penelitian ini berfokus pada perilaku komunikasi yang mencerminkan fenomena perokok sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Latar situasi, pergaulan, dan kebutuhan masing-masing individu dipahami dan dikoordinasikan oleh masyarakat tersebut, dalam penelitian ini, para perokok sosial, sehingga menjadi sebuah pemahaman yang wajar di kalangan mereka.

Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran

