

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian “Pemaknaan Perokok Sosial di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Interaksi Simbolik” adalah sebuah penelitian pengembangan yang dihasilkan dari teori dan konsep penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai acuan dan referensi. Ketiga penelitian terdahulu ini sesuai dengan masalah yang akan diteliti, yaitu berkaitan dengan makna yang diciptakan kelompok perokok sosial.

Penelitian dari Gareth Davey dan Xiang Zhao (2019) merupakan karya dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara. Penelitian ini membahas tentang anak muda di China yang tumbuh dalam lingkungan sosial dimana merokok adalah norma sosial dan sangat lazim yang dibahas dari sudut pandang teori interaksi simbolik. Kondisi ini terjadi karena China adalah konsumen tembakau terbesar di dunia dengan sekitar 300 juta perokok dan statistik terbaru menunjukkan peningkatan merokok antargenerasi dimana kaum muda mewakili kelompok besar perokok baru.

Di dalam penelitian ini, terdapat empat penemuan utama. Temuan pertama adalah “Dari pemula hingga ahli: Keaslian sebagai ‘Perokok Sejati’”. Individu yang tadinya hanya berpura – pura (hanya memasukkan rokok ke dalam mulut, tapi tidak menghirup asap) hingga mencoba rokok sungguhan melibatkan penafsiran ulang makna yang mereka kaitkan dengan merokok. Perubahan-perubahan ini merupakan titik balik pertama dari inisiasi merokok

tembakau. Hal penting dari poin ini adalah “keaslian” merupakan tingkat status tertinggi dimana ini merupakan sebuah kegiatan yang bermakna dan mengubah dalam hal diterima sepenuhnya ke dalam kelompok perokok sosial rekan – rekannya, sedangkan merokok “palsu” dimaknai dengan status yang paling rendah.

Temuan kedua dalam penelitian ini adalah “Keinginan untuk merokok: Menyadari ketergantungan”. Individu menyadari bahwa “merokok sungguhan” dianggap sebagai pendahulu yang diperlukan untuk kecanduan. Kecanduan yang diwujudkan dalam perilaku merokok yang lebih aktif adalah dengan frekuensi pembelian rokok. Individu menekankan bahwa merokok tembakau sangat memengaruhi kesenangan sosial daripada kesenangan mental, seperti ikatan dengan teman sebaya dan “akses” untuk aktivitas sosial berikutnya.

Temuan ketiga dalam penelitian ini adalah “Citra ‘*bad boy*’: Merasa berbeda sebagai perokok”. Individu menyadari dan memahami diri mereka sendiri, seperti berpikir bagaimana orang lain melihat mereka (penilaian yang direfleksikan). Penelitian dilanjutkan pada individu yang membangun citra *bad boy* (pembuat masalah dan pelanggar aturan) dan citra *good boy* (anak yang berperilaku baik dan sopan). Terdapat stereotip dalam poin ini, *good boy* mengacu pada kehidupan sederhana dan membosankan seorang siswa Tiongkok, lemah lembut, dan melakukan alur cerita yang ditentukan oleh masyarakat. Di sisi lain, *bad boy* mengacu pada sifat mudah bergaul, berjiwa bebas, tidak membosankan, dan dianggap sudah benar – benar masuk ke masyarakat.

Temuan terakhir dalam penelitian ini adalah “Perokok yang mengesankan: Etika merokok”. Di poin ini, Gareth Davey dan Xiang Zhao berusaha untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa orang-orang muda menampilkan citra diri mereka kepada individu lain yang juga merupakan

merokok. Dalam hal ini terciptalah “etiket merokok” untuk mengkarakterisasi penekanan kaum muda pada gerakan dan perilaku yang berhubungan dengan merokok dalam komunikasi dengan perokok, sebuah kode kebiasaan perilaku sosial yang memupuk hubungan yang harmonis dan membuka akses ke jaringan dan peluang.

Motif utama alasan merokok adalah untuk mempertahankan perdamaian dan menjaga ikatan sosial dari rasa malu. Terdapat makna sosial yang tercipta, sebagai contoh menanggapi tawaran rokok dari perokok lain yang pengibaratanya seperti menerima atau menolak berjabat tangan (dalam sapaan sosial). Jika individu menolaknya, individu yang menawari akan berpikir bahwa kita membenci mereka. Pemaknaan lainnya juga seseorang tidak akan mengambil rokok dari individu lain karena dia memandang rendah individu tersebut. Jika seseorang telah memandang rendah individu lain, dia tidak menginginkan apa pun dari individu tersebut.

Penelitian ini berlanjut pada pembahasan rokok yang merupakan alat sosial. Hal ini berarti dengan merokok, individu dapat mempertahankan persahabatan, membantu menjaga percakapan tetap berjalan, meredakan perasaan canggung, dan mudah bergaul. Hal yang menarik pada poin ini adalah partisipan di penelitian ini mengatakan bahwa individu yang merupakan non-perokok akan sulit untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat. Jadi dalam hal membuat koneksi, mencari pekerjaan, dan melakukan bisnis akan sangat sulit untuk diinisiasi.

Terdapat keterbatasan dalam penelitian pertama ini. Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Davey dan Zhao (2019) menggunakan objek perokok muda di China, sedangkan yang akan peneliti lakukan ada di Indonesia. Tentu ini menjadi perbedaan kebudayaan dan tradisi yang dianut.

Penelitian terdahulu kedua yang ditulis oleh Ahir Gopaldas dan Susanna Molander (2019) menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara dokumentasi. Penelitian ini membahas soal pola dasar citra *bad boy* dalam penafsiran kombinasi dari kejantanan remaja yang agresif, berjiwa pemberontak, memiliki daya tarik seksual, dan berkarisma. Di penelitian ini juga membahas soal evolusi makna *bad boy* dalam lebih dari satu abad budaya populer Amerika. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah Ahir Gopaldas dan Susanna Molander mendapatkan data bahwa saat individu yang memiliki citra *bad boy* hadir di lingkungan sosial, kualitas yang timbul dari individu ini adalah karismatik, cerdas, dan lembut. Ada pula relevansi lain yang membahas dari sudut pandang iklan, misalnya model pria dalam iklan jaket motor belstaff yang memungkinkan konsumen pria menyalurkan energi agresif, pemberontak, dan sisi maskulin mereka.

Terdapat keterbatasan dalam penelitian kedua ini. Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Gopaldas dan Molander (2019) menggunakan objek perokok secara umum (tidak spesifik) di Amerika. Objek yang dilakukan di penelitian ini adalah generasi Z di Indonesia, selain perbedaan kebudayaan, penelitian ini juga memiliki perbedaan generasi yang diteliti sehingga ini menjadi keterbatasan dari penelitian. Pembahasan yang diteliti oleh Gopaldas dan Molander (2019) juga memaparkan soal citra *bad boy* yang dijadikan ikon populer dalam dunia periklanan, erotika, mode, jurnalisme, film, lagu, serial televisi, dan bentuk budaya komersial lainnya. Tidak hanya itu, penelitian ini juga mengambil pembahasan dari sudut pandang makna – makna di budaya populer Amerika. Selain itu, terdapat penelitian lain yang memiliki fokus bahasan pada studi kasus tentang sikap remaja yang tidak merokok di lingkungan sosial perokok, sedangkan di penelitian ini memiliki fokus untuk

mengungkapkan pemaknaan perokok sosial di kalangan generasi Z dalam konteks interaksi simbolik.

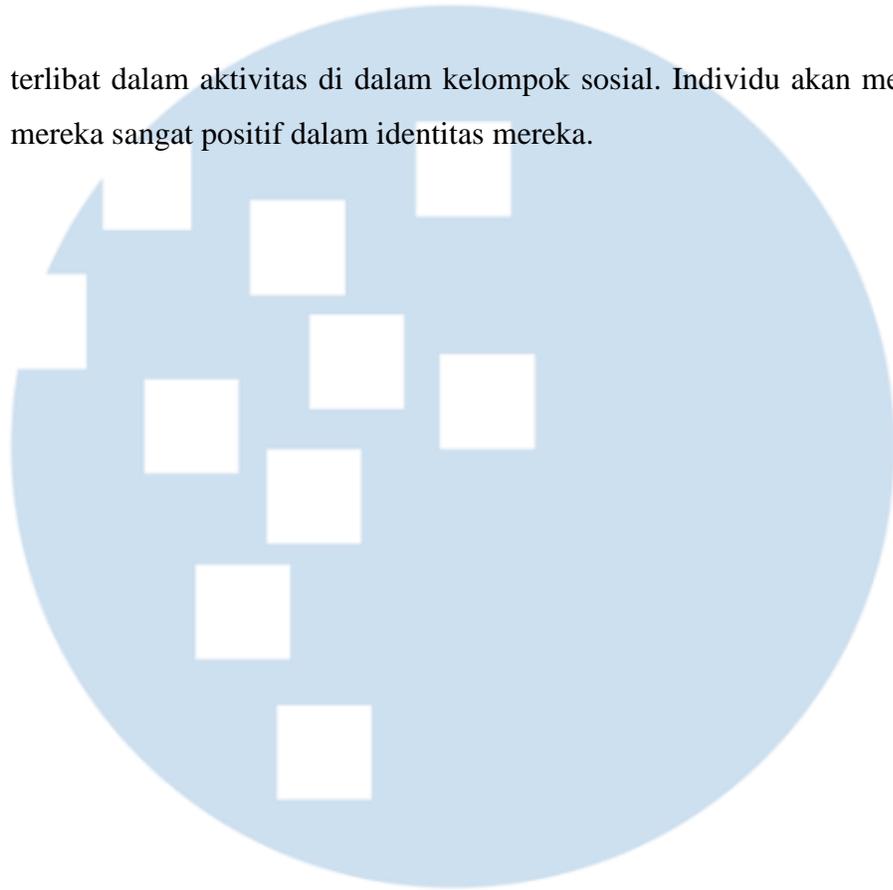
Penelitian terdahulu yang terakhir merupakan karya yang ditulis oleh Donald C. Retzes, Lara Depadilla, Claire E. Sterk, Kirk W. Elifson (2010). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara. Penelitian ini mengungkapkan bahwa selain karakteristik demografi sosial, interaksi sosial, penilaian subjektif terhadap kesehatan, konsep diri dan identitas mempengaruhi frekuensi merokok, serta keinginan untuk berhenti merokok.

Terdapat beberapa penemuan di dalam penelitian yang saling berkaitan dimana individu dipengaruhi oleh orang lain dalam situasi sosial, mereka juga secara selektif memilih situasi dan orang lain yang mendukung perilaku mereka. Sebagian besar perokok membuat jaringan pertemanan dengan perokok lain, yang menarik adalah memiliki teman yang merokok ternyata tidak memengaruhi frekuensi merokok. Merokok sebagai identitas lah yang memengaruhi individu untuk tetap merokok, identitas di sini berarti memiliki harga diri tinggi dan pergaulan yang baik. Jika individu berhenti merokok maka ia akan memiliki citra diri yang negatif sebagai perokok, hal ini lah yang menyebabkan mereka tidak berhenti merokok.

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ketiga ini, Penelitian ini membahas merokok sebagai identitas secara umum, jadi tidak dijelaskan apakah makna dan identitas dapat membedakan perokok dari bukan perokok. Maksudnya di sini adalah jika seseorang mudah bergaul maka langsung dikaitkan sebagai perokok, padahal sifat mudah bergaul bukan hanya identitas dari seorang perokok, melainkan nonperokok juga bisa.

Ada pula relevansi dari penelitian ini, yaitu identitas dari seorang perokok. Identitas perokok mengacu pada makna diri yang terkait dengan

terlibat dalam aktivitas di dalam kelompok sosial. Individu akan melihat diri mereka sangat positif dalam identitas mereka.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2. 1 Pemetaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Teori/Konsep	Simpulan	Keterbatasan
Gareth Davey, Xiang Zhao (2019)	<i>Turning Points to Becoming a Tobacco Smoker: Smoking Initiation and Identity Change among Chinese Youth</i>	<p>Untuk menganalisis konstruksi identitas di kalangan perokok muda di Cina, dengan tiga tujuan yang saling berhubungan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk berteori tentang titik balik dan lintasan karir dari inisiasi merokok. 2. Untuk menjelaskan karakteristik mereka dengan proses interaksionis 3. Untuk secara kritis mengevaluasi penerapan tipologi klasik perubahan identitas oleh Becker dan Strauss. 	Deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara	Teori Interaksi Simbolik	<p>Inisiasi merokok di kalangan anak muda di China melibatkan karir dari empat titik balik yang saling berhubungan, yang dinegosiasikan secara sosial melalui proses interaksionis.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dari pemula hingga ahli: Keaslian sebagai “Perokok Sejati” 2. Keinginan untuk merokok: Menyadari ketergantungan 3. Citra “bad boy”: Merasa berbeda sebagai perokok 4. Perokok yang mengesankan: Etika merokok. 	<p>Penelitian ini dilakukan di Cina, jadi akan berbeda budayanya dengan yang ada di Indonesia.</p> <p>Penelitian ini juga mengambil hasil wawancara dari remaja akhir saja (18 - 19), di mana akan lebih baik jika mengambil sampel dari remaja pada umumnya (12 - 21).</p>
Ahr Gopaldas, Susanna Molander (2019)	<i>The bad boy archetype as a morally ambiguous complex of</i>	Untuk mengetahui mengapa bad boy adalah ikon populer dalam periklanan, erotika, mode,	Deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara	Konsep maskulinitas dan bad boy	Pola dasar bad boy seperti kejantanan remaja, kualitas menarik, dan ambiguitas moral adalah representasi budaya saat ini karena secara	Penelitian ini dilakukan di Amerika, jadi akan berbeda budayanya dengan yang ada di Indonesia.

	<i>juvenile masculinities: the conceptual anatomy of a marketplace icon</i>	<p>jurnalisme, film, lagu, serial televisi, dan bentuk budaya komersial lainnya.</p> <p>Selain itu, penelitian ini juga menelusuri evolusi makna-makna ini dalam lebih dari satu abad budaya populer Amerika.</p>			<p>historis, citra ini pandai menyalurkan segala jenis kegiatan yang berkonotasi buruk.</p>	
Donald C. Retzes, Lara Depadilla, Claire E. Sterk, Kirk W. Elifson (2010)	<i>A Symbolic Interaction Approach to Cigarette Smoking: Frequency and the Desire to Quit Smoking</i>	<p>Penelitian ini menggunakan perspektif interaksi simbolik untuk mengetahui frekuensi merokok dan rencana seseorang untuk berhenti merokok.</p>	<p>Deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara</p>	<p>Teori Interaksi Simbolik</p>	<p>Penelitian ini mengungkapkan bahwa selain karakteristik demografi sosial, interaksi sosial, penilaian subjektif terhadap kesehatan, konsep diri dan identitas mempengaruhi frekuensi merokok dan keinginan untuk berhenti merokok.</p> <p>Temuan lain dalam penelitian ini adalah orang – orang yang sudah profesional di pekerjaan mereka akan lebih banyak merokok karena tekanan pekerjaan mereka yang lebih besar dan stres terkait pekerjaan.</p>	<p>Penelitian ini tidak membahas secara umum dan tidak membahas nonperokok. Di sisi lain, juga tidak dijelaskan apakah makna dan identitas dapat membedakan perokok dari bukan perokok.</p>

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Konsep Perokok Sosial

Perokok sosial merupakan fenomena individu yang hanya merokok di momen tertentu saja. Pada umumnya, para perokok sosial hanya merokok saat bersosialisasi dengan lingkungannya. Jadi mereka cenderung membutuhkan waktu yang relatif lama untuk menghabiskan satu bungkus rokok. Secara teoritis, ada dua syarat terjadinya interaksi sosial, yaitu: kontak sosial dan komunikasi (Soejono, 2012). Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk, yaitu individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Kontak sosial ini bukan hanya dari tindakan, tetapi juga tanggapan yang diperoleh karena tindakan tersebut.

Tak dapat dipungkiri jika perilaku individu merokok terbentuk karena faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal dimana individu terpengaruh oleh lingkungan sekitar, ini bisa dari keluarga (orang tua) atau dari lingkungan pertemanan. Menurut penelitian dari Nugroho (2017), seorang perokok akan cenderung memulai perbincangan dengan sesama perokok dibandingkan dengan yang bukan perokok. Kemudian berlanjut pada faktor internal dimana individu menganggap bahwa rokok merupakan suatu kewajaran serta memaknainya sebagai identitas, seperti simbol keakraban dan sebagai kegiatan yang dilakukan pria *bad boy*.

Pria *bad boy* Menurut Davey & Zhao (2019), individu yang membangun citra *bad boy* merupakan pembuat masalah dan suka melanggar aturan. Hal yang membuat individu bercitra *bad boy* juga dari pemikirannya yang keras dan cenderung tidak peduli dengan kata orang lain. Hal ini lah yang membuat diri mereka tetap berperilaku apa adanya dan tidak dibuat – buat (Nurohmah,

Nurbayani, & Samlawi, 2020). Citra ini di dalam lingkaran pertemanan memiliki *feedback* yang baik juga karena mereka *loyal* dengan temannya dan memiliki solidaritas tinggi.

Pria bercitra *bad boy* juga memiliki sifat maskulin di dalam dirinya, yakni kuat, tangguh, percaya diri, dan dihormati (GQ, 2019). Definisi ini sudah diyakini oleh masyarakat Indonesia sejak zaman dulu, di mana pria mendapatkan jaminan untuk memiliki posisi dominan. Menurut kebutuhannya seorang pria di era 2000-an, mengikuti norma maskulinitas hanya untuk mencapai status, posisi dan penghargaan lainnya. Di era ini, pria harus paham bagaimana untuk bertindak terhadap perilaku maskulin tertentu yang disetujui secara sosial (Jabeen, 2018).

2.2.2 Teori Interaksi Simbolik

Herbert Blumer (1969) memiliki asumsi bahwa manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka. Makna tersebut diciptakan dalam interaksi antarmanusia, kemudian makna dimodifikasi melalui proses interpretif/menafsir. Makna yang kita berikan pada simbol merupakan hasil dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna. Hal ini disebabkan karena manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka.

Salah satu fenomena yang terjadi pada lingkungan sosial di sekitar kita adalah perokok sosial. Pada umumnya, individu yang merupakan perokok sosial hanya merokok pada saat bersosialisasi atau berkumpul dengan kelompok sosialnya (Martiana, Wardhana, & Pratiwi, 2017). Perokok sosial memaknai rokok sebagai salah satu bentuk menghargai dan mengakui pertemanan saat berkumpul bersama. Pemaknaan ini berkaitan dengan teori

interaksi simbolik, teori ini didasarkan pada ide – ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat yang dapat diinterpretasikan/ditafsir secara luas. George Herbert Mead (1934) di teori ini menyatakan bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun, teori ini berfokus pada pendekatan teori sosial yang menekankan pentingnya komunikasi bagi kehidupan dan interaksi sosial. Jadi tujuan dari interaksi simbolik adalah untuk menciptakan makna yang sama (West & Turner, 2017).

Makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia sama – sama mengenal simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi. Terdapat tiga pendekatan interpretif, yakni: Makna adalah sesuatu yang bersifat intrinsik dari suatu benda; asal usul makna melihat makna itu (perspektif); dan makna sebagai sesuatu yang terjadi di antara orang – orang (makna adalah produk sosial).

Di teori ini juga menjelaskan pentingnya konsep diri (*self-concept*). Teori ini menjelaskan soal persepsi yang realtif stabil yang dipercaya orang mengenai diri sendiri. *Self-concept* meliputi ciri fisik, peranan, talenta, emosi, nilai, keterampilan, dan keterbatasan sosial. Perbedaan tersebut disebabkan karena setiap individu merupakan aktor sosial. Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku, maka dari itu setiap individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain. Banyak orang yang memengaruhi pengembangan konsep diri seperti dari keluarga, teman, kenalan, kekasih, bahkan orang asing. Individu yang lahir tidak langsung mendapatkan konsep diri, jadi individu tersebut belajar konsep diri pertama kali melalui interaksi dengan keluarga, seiring beranjak dewasa barulah berinteraksi dengan orang lain.

Teori ini masih memiliki dua asumsi bahwa orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses sosial dan budaya, sedangkan struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial. Hal penting yang harus diakui, yaitu: Norma – norma

sosial membatasi perilaku individu; budaya secara kuat memengaruhi perilaku dan sikap yang kita anggap penting dalam konsep diri; kerja sama komunitas dan kolektivitas sangat dihargai jika dibandingkan dengan individu; struktur sosial tidak berubah dan mengakui individu dapat memodifikasi situasi sosial; manusia adalah pembuat pilihan; dan individu tidak sepenuhnya dibatasi oleh budaya yang mendukungnya.

Menurut West & Turner (2017), terdapat konsep penting atau utama dari teori interaksi simbolik adalah:

1. *Mind* (Pikiran) = Sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang memiliki makna sosial yang sama. Manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain, hal ini berfokus pada pentingnya makna bagi perilaku manusia. Di dalam *mind*, terdapat salah satu aktivitas paling kritis, yaitu: pemikiran (*thought*) percakapan di dalam diri sendiri (percakapan batin) dan pengambilan peran guna menempatkan diri sendiri dan orang lain. Mead menjelaskan bahwa pengambilan peran adalah tindakan simbolis yang dapat membantu memperjelas rasa diri kita sendiri dan memungkinkan individu untuk mengembangkan kapasitas empati dengan orang lain.
2. *Self* (Diri) = Konsep ini menjelaskan kemampuan untuk merefleksikan diri dari perspektif orang lain. Di *self*, terdapat pula konsep dari Charles Cooley (1912) yang disebut *Looking Glass Self*. Konsep ini memungkinkan kita untuk membayangkan bagaimana kita terlihat oleh orang lain, bagaimana penilaian mereka terhadap kita, dan apakah kita merasa terluka atau bangga terhadap perasaan diri ini.

Di dalam konsep *Self*, diri yang bertindak adalah *I*, *I* bersifat spontan, impulsif, dan kreatif. Unsur *I* terdiri dari dorongan, pengalaman, ambisi, dan orientasi pribadi. Sementara itu, diri yang mengamati adalah *Me*, *Me* bersifat reaktif dan peka secara sosial. Unsur *Me* merupakan suara dan harapan dari masyarakat sekitar.

3. *Society* (Masyarakat) = Konsep *society* menjelaskan hubungan antara individu dengan masyarakat. Individu lahir ke dalam konteks sosial yang sudah ada. Interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis, budaya, masyarakat, dan sebagainya. Individu terlibat dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela.

Orang lain secara khusus (*particular others*), merujuk kepada individu – individu dalam masyarakat yang penting bagi kita, seperti anggota keluarga, teman, rekan kerja, dsb. Sementara itu, orang lain secara umum (*generalized others*), merujuk kepada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Alur Penelitian

Maraknya perokok pada generasi Z.



Individu menjadi perokok sosial supaya diterima di lingkungan sosial, serta menganggap kegiatan merokok sebagai suatu identitas.



1. Konsep Perokok Sosial.
2. Teori Interaksi Simbolik.



Pemaknaan Perokok Sosial di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Interaksi Simbolik.