

DISONANSI KOGNITIF PEROKOK AKTIF DI INDONESIA

Fadholi, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Irwansyah, Safira Hasna

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Universitas Indonesia

e-mail: fadholisenayan@yahoo.com

Submitted: 2020-02-10

Published: 2020-05-28

DOI: 10.24036/rapun.v11i1.108039

Accepted: 2020-04-14

Abstract: Cognitive Dissonance Of Active Smokers In Indonesia. *The prevalence of smokers in Indonesia is increasing every year, various anti-smoking campaigns have been carried out by the government and organizations to reduce the number of smokers that can have an impact on people's health. Smokers are aware of the dangers posed by smoking, leading to dissonance, where people engage in behavior that is inconsistent with their beliefs. The objective of this research is to describe how smokers have cognitive dissonance towards smoking, strategies used to reduce dissonance, and perceptions about the benefits of cigarette excise tax in Indonesia. The method of this research is qualitative with in-depth interviews of active smokers in Indonesia. The results show that to reduce dissonance, active smokers add cognitive elements with new information such as smoking that does not have a direct impact on their health, there are still many that are harmful to the body besides smoking, as well as information about cigarettes as the biggest economic income contributor in Indonesia. This new cognitive element provides justification for smoking behavior so that the anti-smoking campaign has not significantly affected the behavior of active smokers in Indonesia.*

Keywords: Dissonance, Smokers, Cigarette, Cigarette Tax

Abstrak: Disonansi Kognitif Perokok Aktif di Indonesia. Prevelensi perokok di Indonesia setiap tahunnya meningkat, berbagai kampanye anti rokok telah dilakukan oleh pemerintah dan organisasi untuk mengurangi angka perokok yang dapat berdampak bagi kesehatan. Para perokok mengetahui adanya bahaya yang ditimbulkan oleh rokok

sehingga memunculkan adanya disonansi, dimana seseorang terlibat dalam perilaku yang tidak konsisten dengan keyakinan mereka. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana perokok memiliki disonansi kognitif terhadap rokok, strategi yang digunakan untuk mengurangi disonansi, serta persepsi mengenai manfaat cukai rokok pada negara. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara mendalam (*in depth interview*) pada perokok aktif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mengurangi disonansi, perokok aktif menambah elemen kognitif dengan informasi baru seperti informasi bahwa merokok tidak memiliki dampak langsung terhadap kesehatan mereka, masih banyak yang berbahaya bagi tubuh selain merokok, serta informasi mengenai rokok sebagai penyumbang pendapatan ekonomi terbesar di Indonesia. Elemen kognitif baru ini memberikan pembenaran atas perilaku merokok sehingga kampanye anti-rokok yang selama ini dilakukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perokok aktif di Indonesia.

Kata kunci: Disonansi, Perokok, Rokok, Cukai Rokok

PENDAHULUAN

Kampanye mengenai anti rokok telah dilakukan sejak lama di Indonesia baik oleh pemerintah, organisasi kesehatan maupun komunitas sosial. Pada WHO Report on the Global Tobacco Epidemic 2019, prevalensi perokok di Indonesia tahun 2018 pada pria sebesar 62,9% dan wanita 4,8% untuk usia lebih dari 15 tahun, sedangkan pada usia 13-15 tahun prevalensi perokok pria sebesar 23% dan wanita 2,4%, dimana kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia saat ini tengah mengalami darurat rokok (World Health Organization, 2019).

Studi tentang efektivitas kampanye komunikasi yang dirancang untuk

mengurangi jumlah perokok kebanyakan harus berurusan dengan pesan agar bisa diterima khususnya bagi mereka yang sudah mengkonsumsi rokok sehari-hari (Mahoney, 2010). Oleh karena itu dibutuhkan strategi kampanye komunikasi yang efektif agar tujuannya tercapai yaitu dengan suatu kampanye. Kampanye merupakan kegiatan yang dapat mempengaruhi banyak orang dalam waktu yang singkat, tujuannya adalah untuk memberi informasi kepada khalayak yang dapat membentuk, menggiring, dan mempertahankan opini publik (Andrariladchi & Adiwibowo, 2018). Kampanye ini biasanya dilakukan oleh humas organisasi untuk meningkatkan

kesadaran, pengertian, serta pemahaman tentang aktivitas organisasi (Arkiang, Drajat, & Ahmadi, 2018).

Di Indonesia sendiri, strategi kampanye komunikasi banyak digunakan, misalnya dengan ikut serta dalam “Hari Tanpa Tembakau Sedunia” atau “*No Tobacco Day*”, membuat pesan yang persuasif dalam kampanye *Public Relations*. menggunakan konten yang informatif dan menarik untuk publik. Konten yang digunakan dalam kampanye biasanya berbentuk konten rasional dan konten emosional. Adanya konten rasional yaitu memiliki argumen yang kuat yang ditekankan kepada fakta, angka-angka berapa kematian akibat rokok, serta hal-hal yang akan terjadi jika mengonsumsi rokok. Serta menekankan pada konten emosional dengan menunjukkan visual yang menakutkan dan membuat orang berfikir untuk menghindari tembakau atau rokok, khususnya pada kemasan atau bungkus rokok. Kemajuan teknologi dan media khusus juga telah menciptakan banyak kemungkinan untuk pemilihan strategi komunikasi yang efektif. Seperti memanfaatkan media sosial dan *website* yang dimiliki oleh suatu organisasi, lewat media sosial para pengguna situs web dapat saling membagikan konten-konten media baik video, gambar, dan lain lain

(Ruliana, Irwansyah, Atmaja, Soebiagdo, & Riyanto, 2018). Oleh karena itu, strategi kampanye *PR* banyak dilakukan oleh organisasi di Indonesia bekerja sama dengan berbagai komunitas anti rokok, pemerintah, serta membuat konten sendiri untuk disebar di media sosial.

Selain kampanye, pemerintah juga sudah membentuk regulasi utama yang secara khusus mengatur pengendalian masalah merokok yaitu adanya Peraturan Pemerintah (PP) yang disebut PP Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan, dimana pada pasal 2 dikatakan bahwa penyelenggaraan pengamanan penggunaan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan diarahkan agar tidak mengganggu dan membahayakan kesehatan, baik perseorangan, keluarga, masyarakat dan lingkungan (“Peraturan Pemerintah Republik Indonesia,” 2012).

Pemerintah pun melakukan berbagai cara untuk melindungi kesehatan masyarakat akibat penggunaan rokok, adanya perlindungan masyarakat dari pengaruh iklan rokok, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya rokok terhadap kesehatan. Untuk mencapai tujuan tersebut, ditetapkan aturan seperti

kandungan kadar nikotin dan tar, adanya persyaratan produksi dan penjualan rokok, aturan syarat iklan serta promosi rokok, dan penetapan kawasan rokok (Achadi, 2008).

Tidak dapat dipungkiri sebenarnya, manfaat cukai tembakau di Indonesia dinilai sebagai penyumbang terbesar penerimaan negara. Industri rokok yang semakin berkembang diikuti dengan berkembangnya penanaman tembakau oleh petani dan berperan sebagai lapangan pekerjaan serta sumber pendapatan masyarakat dan perekonomian daerah (Rachmat, 2016). Indonesia juga merupakan penanam dan pengeksportir utama tembakau dan pengonsumsi tembakau terbesar kelima di dunia, dimana populasi di Indonesia yang berjumlah 242 juta mengonsumsi 182 miliar batang rokok setiap tahun (Achadi, Soerojo, & Barber, 2005). Nilai ekonomis yang didapat petani tembakau juga lebih besar dibandingkan nilai ekonomi produk pertanian lainnya. Hal ini dikarenakan luas lahan yang ditanami tembakau tersebar luas hampir di seluruh provinsi di Indonesia (Ernst Young Indonesia, 2015)

Namun, karena *concern* dari bahaya rokok adalah kesehatan bagi para konsumennya, maka upaya untuk mengurangi jumlah perokok tetap dilakukan. Hal ini memicu

perasaan yang tidak nyaman bagi para perokok yang dapat dianalisis dengan teori disonansi kognitif. Ketika seseorang terlibat dalam perilaku yang tidak konsisten dengan keyakinan mereka, seseorang mengalami ketegangan psikologis yang tidak menyenangkan, dikenal sebagai disonansi, yang menjadi motivasi untuk mengurangi perilaku tersebut. Festinger (1957) menyarankan disonansi itu direduksi dengan mengikuti jalur yang resistensinya paling rendah. Menurutnya, pengurangan disonansi akan mengikuti jalur yang paling tidak resisten, beberapa penelitian telah menguji hipotesis bahwa kepercayaan mereka diubah sebelum mereka mengubah suatu perilaku. Jika reduksi disonansi memang mengikuti jalur yang paling tidak resisten, maka seseorang yang mengalami disonansi akan merubah perilakunya atau mengubah / menambah elemen kognitif baru yang mendukung perilakunya (Fotuhi et al., 2013). Dalam kasus merokok, tidak semua rasionalisasi sama-sama cenderung digunakan dalam mengurangi disonansi. Karena banyaknya pesan anti merokok tentang bahaya merokok, keyakinan yang meminimalkan risiko seperti bukti medis bahwa merokok itu berbahaya tidak boleh digunakan secara bebas sebagai cara untuk membenarkan seseorang untuk merokok.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, Hanifi dan Wandebori (2015) menjelaskan mengenai bagaimana persepsi terhadap kampanye merokok dan anti rokok dapat menunjukkan dampak yang berbeda pada efektivitas kampanye anti rokok. Hasilnya, persepsi terhadap merokok dari kelompok perokok lebih mendukung daripada kelompok bukan perokok. Kedua kelompok memiliki persepsi yang sama terhadap kampanye anti rokok dimana menurut keduanya kampanye yang sudah dilakukan saat ini lemah, dan iklan anti rokok dengan *framing* yang positif memiliki dampak yang lebih besar daripada iklan negatif. Serta, kebijakan pemerintah dalam implementasi pengurangan rokok di Indonesia harus diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas dari kampanye rokok tersebut (Hanifi & Wandebori, 2015).

Penelitian kedua oleh Klein, Sterk, Elifson (2014) menjelaskan perokok aktif merasa rokok dapat digunakan untuk relaksasi, mengurangi kegelisahan dalam situasi sosial. Dengan merokok, mereka memiliki kenikmatan lebih besar saat berada di suatu acara atau pesta. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa persepsi mereka terhadap keuntungan merokok tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti,

pendidikan, usia saat pertama kali membeli rokok, jumlah teman yang merokok, dan kepercayaan diri mereka (Klein, Sterk, & Elifson, 2014).

Ketiga, penelitian oleh Orcullo dan San (2016) menyatakan bahwa dalam kasus perokok, mereka mengetahui rokok akan membahayakan kesehatan mereka tetapi akan tetap merokok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perokok yang memiliki setidaknya lima tahun pengalaman merokok telah berusaha untuk berhenti merokok sebelumnya, namun terjadi perasaan tidak nyaman, pada akhirnya perokok menghindari informasi dan mengubah keyakinannya daripada berhenti merokok (Orcullo & San, 2016).

Penelitian ini menggunakan teori disonansi kognitif, karena adanya rasa ketidaknyamanannya sebagai perokok dengan mengetahui bahaya yang ditimbulkan, dimana penelitian ini akan melihat bagaimana perokok dapat mengurangi disonansi mereka. Oleh karena itu muncul pertanyaan penelitian: ***“Bagaimana gambaran disonansi kognitif pada perokok aktif? Bagaimana efektivitas kampanye anti rokok dan persepsi perokok terhadap manfaat cukai rokok?”***. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana perokok memiliki disonansi kognitif

terhadap rokok, strategi yang digunakan untuk mengurangi disonansi, serta persepsi mengenai manfaat cukai rokok pada negara.

Teori dalam penelitian ini adalah teori disonansi kognitif. Teori ini dikembangkan oleh Leon Festinger pada tahun 1957. Teori ini ada karena sepasang kognisi (elemen pengetahuan) yang bisa relevan atau tidak relevan satu sama lain yang dapat menimbulkan keadaan konsonan atau disonan. Sepasang kognisi dikatakan konsonan jika satu kognisi mengikuti kognisi lainnya dan dapat dikatakan disonan jika tidak sesuai (kebalikan) dari satu kognisi dengan kognisi lainnya. Adanya disonansi secara psikologis, akan memotivasi orang untuk mengurangi disonansi dan mengarahkan mereka pada penghindaran informasi yang cenderung meningkatkan disonansi. Semakin besar disonansi, semakin besar tekanan untuk menguranginya (Harmon-Jones & Mills, 2004).

Festinger mengemukakan tiga metode untuk mengurangi disonansi:

1. Mengubah elemen perilaku
2. Mengubah lingkungan untuk memvalidasi perilakunya
3. Menambah elemen kognitifnya

Disonansi dapat dikurangi dengan perubahan. Jika perilaku sendiri berkontribusi pada disonansi, maka perasaan disonan dapat berubah. Lingkungan juga dapat diubah untuk memberikan alasan untuk membenarkan atau mengharuskan perilaku sendiri, dan ketiga menghilangkan disonansi melalui perubahan atau penambahan elemen kognitif, namun cara ini digunakan antara untuk mengubah perilaku atau tetap berperilaku dengan menambah informasi sebagai pembenaran atas perilaku yang telah dilakukan (Kivirinta, 2014).

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yang menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai variabel yang perilaku perokok terutama pada kampanye anti rokok yang selama ini dicanangkan oleh pemerintah. Penelitian ini meneliti hal-hal yang bersifat khusus, memiliki makna historis, membuat penilaian etis dan estetis atas fenomena komunikasi spesifik untuk mencari dan memperoleh informasi mendalam dan sasaran penelitiannya terbatas, tetapi dengan keterbatasan sasaran, data akan digali sebanyak mungkin (Moleong, 2002). Adapun pendekatan kualitatif yang digunakan ada studi kasus. Studi kasus merupakan

pendekatan kualitatif yang dilakukan secara umum untuk mengeksplorasi seorang individu, kelompok, atau fenomena. Studi kasus merupakan cara peneliti mengeksplorasi secara mendalam suatu kegiatan, program satu orang atau lebih (Creswell, 2009). Studi kasus digunakan ketika peneliti menganalisis dan mendeskripsikan aktivitas seseorang, beberapa masalah atau peristiwa tertentu (Mohajan, 2018). Penelitian ini menganalisis adanya disonansi kognitif seorang perokok, dimana seseorang terlibat dalam perilaku yang tidak konsisten dengan keyakinan mereka, strategi yang digunakan untuk mengurangi disonansi, serta persepsi mereka mengenai manfaat cukai rokok pada negara.

Peneliti menganalisis data dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikan data yang terkumpul dari wawancara di lapangan. Analisis data dilakukan dengan membuat *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini meliputi: 1) *credibility*, derajat kepercayaan didapatkan melalui wawancara mendalam dengan informan, dan untuk menunjang berjalannya proses wawancara peneliti menggunakan referensi pendukung seperti

artikel jurnal / penelitian terdahulu. Peneliti juga merekam dan membuat catatan dari setiap pembicaraan yang dilakukan selama proses wawancara mendalam bersama informan sehingga hasil yang didapat dapat dipercaya kredibilitasnya. 2) *transferability*, generalisasi penemuan dalam penelitian ini dapat diaplikasikan pada semua konteks dalam populasi yang sama atas dasar penemuan yang diperoleh pada sampel secara representatif mewakili populasi. 3) *confirmability*, kriteria kepastian disini merupakan hasil wawancara dengan perokok baik ringan, sedang, maupun berat yang merupakan sumber informasi sehingga data yang diperoleh dapat diperiksa ulang dan dikaitkan dengan proses penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah perokok, yang dibagi dalam 3 kategori menurut Indeks Brinkman (Amelia, Nasrul, & Basyar, 2016), yaitu perokok ringan: 1-10 batang/hari, perokok sedang 11-20 batang/hari dan perokok berat: > 20 batang/ hari. Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interviews*) dengan pedoman wawancara (*interview guide*) untuk memperoleh data. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 6 responden dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Responden

Infor man	Usia	Jenis Kela min	Domi sili	Tipe perokok
I	48	Laki-laki	Jakarta	Berat
II	25	Laki-laki	Jakarta	Sedang
III	49	Perempuan	Surabaya	Ringan
IV	64	Laki-laki	Surabaya	Sedang
V	37	Laki-laki	Denpasar	Sedang
VI	52	Perempuan	Denpasar	Berat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil wawancara dengan ketiga kategori perokok menunjukkan bahwa awal dari mereka merokok didominasi oleh 3 sebab: (1) coba-coba/ iseng mencoba, yang didorong oleh keinginan pribadi; (2) diajak/ ditawari teman; (3) terpengaruh lingkungan keluarga, yaitu orang tua atau kakak yang merokok. Sebagian besar mulai merokok sejak duduk di bangku SMA, hanya beberapa di antara mereka yang mulai merokok sejak duduk di bangku SMP, sementara yang paling sedikit mulai merokok sejak mereka kuliah.

Informan penelitian ini terdiri dari berbagai kelompok usia, antara 25 tahun

hingga lebih dari 65 tahun. Secara rata-rata mereka telah merokok lebih dari 5 tahun. Mereka mempertahankan kebiasaan merokok, karena merasa mendapatkan “rasa yang tak mudah untuk dinyatakan dengan kata-kata”. Namun ketika didorong untuk mengungkapkan apa yang dirasakan, mereka menyatakan mendapatkan kepuasan berupa kenikmatan batin. Kenikmatan tersebut muncul dari perasaan rileks, tenang, mendorong mereka mampu lebih fokus dalam pekerjaan.

Informan mengetahui bahwa rokok dapat merusak kesehatan, oleh karena itu ada perasaan tidak nyaman karena mereka berperilaku yang bertentangan dengan keyakinan orang-orang dan menyebabkan adanya perilaku disonansi. Untuk mengurangi disonansi, mereka menambah elemen kognitif dengan informasi merokok tidak langsung berpengaruh terhadap kesehatan mereka, dan justru cukai rokok menambah pendapatan negara.

Pembahasan

Peneliti menemukan beberapa temuan terkait dengan penelitian dan membagi dalam beberapa sub-konsep. Berikut pembahasan dari ketiga informan dan konsep yang ada:

1. Gambaran pengalaman merokok

Pandangan negatif dari lingkungan tentang kebiasaan merokok maupun adanya aturan yang mempersulit untuk merokok, tidak dapat diharapkan untuk membuat perokok menghentikan kebiasaannya. Informan 6 justru merokok semakin setelah bertambah usia.

“Saya justru merokok makin banyak setelah bertambah usia. Adanya larangan-larangan merokok di tempat umum tidak terlalu berpengaruh yak arena saya merokok lebih banyak di rumah.” (Informan 1, 2019).

Informan lain juga merasa sudah terlalu lama dengan kebiasaannya, merasakan adanya ketergantungan dan juga manfaat dari kebiasaan tersebut, misalnya menjadikan fokus dalam bekerja, seperti apa yang dikatakan oleh informan 3.

“Merokok membantu fokus dalam bekerja atau mencari ide. Fokus bekerja dibutuhkan saat ini. Asalkan tidak berlebihan, maka tidak akan menimbulkan masalah kesehatan yang serius.” (Informan 3, 2019).

Perokok bukannya tidak paham akan risiko yang mereka hadapi, namun mereka beranggapan bahwa manfaat yang didapat dari merokok, misalnya menjadi lebih tenang dan fokus dalam bekerja, dapat dirasakan pada saat ini. Sementara risiko yang dihadapi, tidak akan langsung terjadi setelah mereka merokok.

Informan 4 juga merasa dengan merokok membuat ia lebih santai dalam bekerja,

bahkan mendatangkan klien dalam pekerjaannya.

“Dari ngobrol santai merokok, malah beberapa kalo dapat order sablon. Dengan merokok ini membuat kerja jadi lebih santai. Perokok umumnya dewasa kok.. Jadi gak perlu ditakut-takuti dengan kampanye anti rokok.” (Informan 4, 2019)

2. Disonansi Kognitif Perokok

Penyangkalan suatu elemen kognitif terhadap elemen perilaku terjadi kepada semua informan dalam penelitian ini, dimana penyangkalan ini akan mendorong terjadinya disonansi. Hal ini dapat dilihat dari keenam responden mengetahui adanya efek samping yang dari merokok yang akan mengganggu kesehatannya terutama di masa yang akan datang, dan pendapat umum yang dinyatakan oleh masyarakat Indonesia yang kurang baik terhadap para perokok, misalnya di tempat kerja yang membuat para perokok menjadi lebih sulit, dimana tempat yang disediakan untuk merokok berada di tempat yang tidak nyaman, seperti tangga atau *pantry*, hal ini dikarenakan untuk menjaga kesehatan orang-orang yang tidak merokok dan tidak menyukai asap rokok.

Terdapat tiga cara untuk mengurangi disonansi, yaitu mengubah elemen perilaku, mengubah lingkungan untuk memvalidasi perilakunya, dan menambah atau mengubah elemen kognitifnya. Dari

hasil wawancara informan, ketiga cara ini dilakukan untuk mengurangi disonansi terkait dengan perilaku merokok mereka.

Pada kelompok perokok berat, keharusan mereka untuk mencari tempat lain yang diperbolehkan merokok, membuat mereka mengurangi konsumsinya. Mereka mengambil kesempatan ketika istirahat kerja untuk merokok lebih banyak dari biasanya dibandingkan waktu istirahat kerja sebelum adanya pembatasan, sehingga ketika dalam waktu kerja mereka bisa menghentikan kebiasaannya untuk merokok. Sedangkan perokok lain, bukan mengubah perilakunya tetapi menambah elemen kognitif dengan informasi baru yang mendukung sikap atau perilaku untuk menyeimbangkan elemen kognitif yang bertentangan, ketika mendapati bahwa merokok membahayakan bagi tubuh, perokok mencari pembenaran atas perilakunya dengan menunjukkan bahwa terdapat hal lain yang menjadi kebiasaan masyarakat, yang juga berdampak buruk bagi kesehatan tubuh. Mereka mencari informasi baru seperti merokok akan membuat tenang pikiran, daripada memikirkan risiko kedepannya. Informan juga berargumen, bahwa yang berbahaya bagi tubuh bukan hanya rokok. Makanan yang mengandung kolesterol tinggi, makan secara berlebihan, atau gaya hidup orang

kota yang jarang bergerak atau olahraga; tidak kalah membahayakannya dibandingkan rokok. Bahkan, informan 1 menyatakan dirinya tidak pernah sakit akibat merokok.

“Saya paham tentang kampanye anti rokok, tapi tidak terlalu peduli karena tidak pernah sakit akibat merokok” (Informan 1, 2019).

Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi jumlah perokok terus dilakukan, salah satunya adalah dengan menulis peringatan disertai visual pada kemasan rokok, kemasan tersebut terbukti mengganggu para perokok, namun alih-alih mengurangi rokok, informan pada penelitian memindahkan rokok pada kotak rokok lain yang terbuat dari kayu atau bahan jenis aluminium, bahkan dituliskan dengan nama atau inisial pemiliknya.

Besarnya disonansi antara satu elemen kognitif dan sisa dari kognisi orang tersebut tergantung pada jumlah dan pentingnya dari kognisi konsonan dan disonan dengan yang bersangkutan. Secara formal, besarnya disonansi sama dengan jumlah disonansi kognisi dibagi dengan jumlah kognisi konsonan ditambah jumlah kognisi disonan. Ini disebut sebagai rasio disonansi. Memegang jumlah dan pentingnya kognisi konsonan konstan,

karena jumlah atau pentingnya kognisi disonan meningkat, besarnya disonansi meningkat. Sedangkan jika kognisi konsonan meningkat, besarnya disonansi berkurang. Kemungkinan bahwa kognisi tertentu akan berubah untuk mengurangi disonansi ditentukan oleh resistensi terhadap perubahan kognisi. Kognisi yang kurang tahan terhadap perubahan akan berubah lebih mudah daripada kognisi yang lebih tahan terhadap perubahan. Perlawanan terhadap perubahan didasarkan pada daya tanggap kognisi terhadap realitas dan sejauh mana kognisi itu konsonan dengan banyak kognisi lainnya. Perlawanan terhadap perubahan elemen kognitif perilaku tergantung pada tingkat rasa sakit atau kehilangan yang harus ditanggung dan kepuasan yang diperoleh dari perilaku. Oleh karena itu, resistensi untuk mengubah elemen tingkah laku terjadi pada informan dalam penelitian ini. Mengurangi atau berhenti merokok membuat responden harus menahan keinginan mereka untuk merokok, sehingga kondisi ini tidak menyenangkan untuk mereka. Ketika informan sudah merasa tidak tahan dengan keadaan, mereka tidak akan mengubah elemen tingkah lakunya dan kembali untuk merokok. Resistensi ini juga terjadi karena adanya manfaat yang dirasakan bagi para

informan dibandingkan dengan kerugian yang mereka dapatkan.

Resistensi ini juga terjadi karena kampanye anti rokok yang menurut informan merupakan program yang ambigu karena menurut informan, pemerintah menerima porsi besar dalam penerimaan negara dari cukai rokok.

“Pemerintah seharusnya tidak memarginalkan perokok, karena perokok berkontribusi pada pendapatan negara” (Informan 1, 2019).

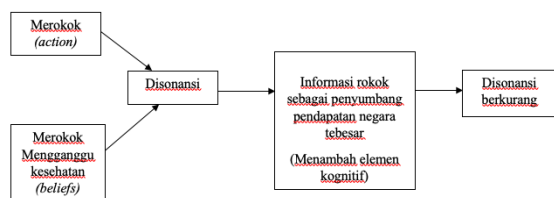
“Perokok jelas kontribusi bagi pembangunan maupun menutup iuran BPJS. Perokok tidak minta diistimewakan, tapi juga jangan dianaktirikan.” (Informan 3, 2019).

“Rokok dapat membuka banyak lapangan pekerjaan. Mulai dari petani, pegawai buruh sampai SPG rokok.” (Informan 6, 2019).

Menurut sebagian informan penelitian ini, kampanye anti rokok tidak sesuai dengan kebijakan pemerintah. Kalau kampanye anti rokok yang dilancarkan pemerintah berhasil, maka penerimaan negara akan turun. Sementara saat ini pemerintah justru sedang berupaya keras meningkatkan pendapatan. Begitu juga bila jumlah perokok sebagai akibat kampanye anti rokok, maka kontribusi penerimaan dari cukai rokok yang dialokasikan untuk

pembiayaan BPJS, pasti akan turun. Hal ini jurstru akan merugikan upaya pemerintah untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat secara umum. Informasi-informasi seperti ini menambah kognisi perokok sehingga membuat dirinya mengurangi disonansi dengan membenarkan perilaku merokok dan tidak mengubah perilakunya untuk berhenti merokok.

Diskusi temuan ini dapat disederhanakan dalam skema berikut.



Bagan 1. Dinamika Psikologis

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perokok aktif di Indonesia mengalami disonansi kognitif. Terdapat penyangkalan suatu elemen kognitif pada elemen perilaku, dimana penyangkalan ini akan mendorong terjadinya disonansi. Hal ini dapat dilihat dari keenam responden mengetahui adanya efek samping dari merokok yang akan mengganggu kesehatannya terutama di masa yang akan datang, namun masih tetap melakukan tindakan tersebut.

Untuk mengurangi disonansi, perokok aktif menambah elemen kognitif dengan informasi baru seperti informasi bahwa merokok tidak memiliki dampak langsung terhadap kesehatan mereka, masih banyak yang berbahaya bagi tubuh selain merokok, serta informasi mengenai rokok sebagai penyumbang pendapatan ekonomi terbesar di Indonesia. Elemen kognitif baru ini memberikan pembenaran atas perilaku merokok sehingga kampanye anti-rokok yang selama ini dilakukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku perokok aktif di Indonesia menambah kognitif dengan informasi yang mendukung perilaku merokok mereka, dengan adanya informasi bahwa merokok tidak berdampak langsung kepada kesehatan dan rokok sebagai penyumbang pendapatan negara terbesar, membuat perokok merasa kampanye yang dicanangkan pemerintah tidak efektif untuk mereka dan tidak membuat mereka untuk berhenti merokok.

Saran

Penelitian dapat merekomendasikan adanya pemahaman mengenai disonansi kognitif pada perokok aktif di Indonesia, dimana ternyata masih banyak resistensi terhadap disonansi kognitif. Individu bukan mengubah perilaku untuk mengurangi disonansi tetapi menambah

elemen kognitif dengan informasi baru sebagai pembenaran atas perilakunya tersebut. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam dari perilaku

perokok muda atau orang-orang yang baru merokok, karena proses perubahan perilaku masih dapat mungkin terjadi di awal.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A. (2008). Regulasi Pengendalian Masalah Rokok di Indonesia. *Kesmas: National Public Health Journal*, 2(4), 161. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v2i4.259>
- Achadi, A., Soerojo, W., & Barber, S. (2005). The relevance and prospects of advancing tobacco control in Indonesia. *Health Policy*, 72(3), 333–349. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2004.09.009>
- Amelia, R., Nasrul, E., & Basyar, M. (2016). Hubungan Derajat Merokok Berdasarkan Indeks Brinkman dengan Kadar Hemoglobin. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 5(3), 619–624.
- Andrariladchi, H., & Adiwibowo, B. S. (2018). Pengembangan Strategi Public Relations Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan Sostac terhadap Produk Pariwisata. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(2), 219. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.236>
- Arkiang, M. R. N., Drajat, M. S., & Ahmadi, D. (2018). Peran Public Relations Dalam Film Hancock. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(2), 145–152. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i2.214>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Approach* (3rd Editio). Thousand Oak, CA: Sage Publications.
- Ernst Young Indonesia. (2015). Kajian Singkat Potensi Dampak Ekonomi Industri Rokok di Indonesia. Retrieved from [http://www.bentoelgroup.com/group/sites/bat_a5eeyp.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K5L/\\$FILE/medMDA5EGZ2.pdf?openelement](http://www.bentoelgroup.com/group/sites/bat_a5eeyp.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K5L/$FILE/medMDA5EGZ2.pdf?openelement)
- Fotuhi, O., Fong, G. T., Zanna, M. P., Borland, R., Yong, H. H., & Michael Cummings, K. (2013). Patterns of cognitive dissonance-reducing beliefs among smokers: A longitudinal analysis from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey. *Tobacco Control*, 22(1), 52–58. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2011-050139>
- Hanifi, R. Z., & Wandebori, H. (2015). The effectiveness of anti smoking campaign based on customers perception toward smoking. *JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT*, 4(1), 193–206.
- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (2004). An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory. *Cognitive Dissonance: Progress on a Pivotal Theory in Social Psychology.*, 3–21. <https://doi.org/10.1037/10318-001>
- Kivirinta, S. (2014). *Reducing Persisting Cognitive Dissonance and Drop-out*

- Rates in Computer Science 1 Using Visual Debugger Aid.* Aalto University School of Science. 484.
<https://doi.org/10.7763/ijssh.2016.v6.695>
- Klein, H., Sterk, C. E., & Elifson, K. W. (2014). Smoke and mirrors: the perceived benefits of continued tobacco use among current smokers. *Health Psychology Research*, 2(2).
<https://doi.org/10.4081/hpr.2014.1519>
- Mahoney, J. (2010). Strategic communication and anti-smoking campaigns. *Public Communication Review*, 1(2).
<https://doi.org/10.5130/pcr.v1i2.1868>
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23–48.
- Moleong, L. J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Orcullo, D. J. C., & San, T. H. (2016). Understanding Cognitive Dissonance in Smoking Behaviour: A Qualitative Study. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(6), 481–484.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2012). Indonesia.
- Rachmat, M. (2016). Pengembangan Ekonomi Tembakau Nasional: Kebijakan Negara Maju dan Pembelajaran Bagi Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 8(1), 67.
<https://doi.org/10.21082/akp.v8n1.2010.67-83>
- Ruliana, P., Irwansyah, Atmaja, S., Soebiagdo, & Riyanto. (2018). Pemanfaatan media sosial dikalangan usaha kecil dan menengah (UKM) keramik sentra industri keramik plered Kabupaten Purwakarta. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 3(1), 100–111.
- World Health Organization. (2019). *WHO report on the global tobacco epidemic, 2019. Country Profile: Indonesia. WHO report on the global tobacco epidemic.*