

Kretek Sebagai Budaya Asli Indonesia: Telaah Paradigmatik Terhadap Pandangan Mark Hanusz Mengenai Kretek di Indonesia

Agus Setyawan

Dosen Fakultas Dakwah IAI Sunan Giri Ponorogo

E-mail: setyawanagus09@gmail.com

Abstrak

Ketertarikan Hanusz kepada kretek sangat besar setelah ia mendapati bahwa kretek merupakan komoditas yang paling kuat di Indonesia. Keheranannya bermula saat krisis ekonomi tahun 1998 melanda Indonesia dengan dahsyatnya hingga menggulingkan rezim Suharto. Akan tetapi industri kretek tetap tegak berdiri dan tidak mengalami kesurutan sama sekali, malah cenderung terus eksis. Hanusz mendapati bahwa kekuatan industri kretek adalah karena ia ditopang oleh kondisi sosial budaya yang kuat. Kretek menjadi raja di rumahnya sendiri, yaitu Indonesia. Mulai bahan baku, tenaga, teknologi, dan yang terpenting pasarnya berada di Indonesia sendiri. Hal ini menyebabkan industri kretek tetap bertahan hingga lebih dari 100 tahun di Indonesia, dan kretek layak menyandang julukan sebagai warisan budaya asli Indonesia.

Kata Kunci: Kretek, Budaya, Paradigma, Hanusz

Abstract

Hanusz's interest in kretek was very large when he discovered that kretek was the most powerful commodity in Indonesia. His astonishment began when the economic crisis in 1998 struck Indonesia violently to overthrow the Suharto regime. However, the kretek industry remains upright and does not experience obscurity at all. In fact, it tends to continue to exist. Hanusz found that the strength of the kretek industry was because it was supported by strong socio-cultural conditions. Kretek became king in his own palace, namely Indonesia. Starting from raw materials, energy, technology and most importantly the market is in Indonesia itself. This condition triggers the kretek industry to survive for more than 100 years in Indonesia, and makes kretek appropriate to be labeled as the Indonesian heritage.

Keywords: Kretek, Culture, Paradigm, Hanusz

Pendahuluan

Sudah tidak perlu diragukan lagi bahwa Indonesia adalah negara besar dengan kemajemukan yang super tinggi yang di dalamnya terdapat multikultur yang luar biasa banyaknya. Terpisah oleh ribuan pulau, bahasa dan suku bangsa, tetapi mampu menyatukan diri dalam satu naungan NKRI dengan Pancasila dan UUD 1945-nya. Sebuah anugerah Tuhan yang luar biasa menjadikan Indonesia menjadi negara yang semakin diakui keunikannya di dunia ini. Fakta ini menunjukkan bahwa Indonesia sangat kaya akan budaya dalam keberagaman yang dimilikinya, sehingga dalam era

globalisasi sekarang ini langkah nyata mempertahankan lokalitas multikultural Indonesia semakin diperlukan. Masyarakat Indonesia khususnya menjadi pihak yang paling bertanggungjawab memelihara semua budaya yang dimiliki Indonesia dari “serangan” budaya lain yang semakin gencar, agar Indonesia tetap menunjukkan dirinya sebenarnya.

Eksistensi masyarakat Indonesia tentu tidak lepas dari eksistensi para individu manusia pelaku budaya tersebut. Semua kebudayaan merupakan hasil karya manusia seiring perkembangan olah pikir dan olah rasa yang kemudian dituangkan dalam bentuk perbuatan nyata dalam kehidupan pribadi atau komunitasnya masing-masing. Dengan demikian manusia merupakan makhluk unik yang mampu ‘mencipta’ dan kemudian memakai hasil ciptaannya yang tidak jarang malah mengaturnya. Sehingga kesadaran manusia sendiri menjadi kunci kelestarian setiap budayanya masing-masing. Harus ada pihak yang berupaya membantu memberikan stimulus tumbuhnya kesadaran ini, dan peran ini dapat diambil oleh para antropolog. Setidaknya peran nyata yang diambil antropolog adalah mengungkapkan hakekat budaya kemudian mengabarkan kepada pihak lain agar sebuah budaya mampu dipahami dan senantiasa dijaga bersama-sama.

Perkembangan ilmu antropologi semakin menunjukkan perubahan yang signifikan. Setidaknya pada era sekarang telah memasuki fase ketiga. Pada fase pertama disebut sebagai *anthropology of bad*, yaitu penelitian antropologi yang cenderung membahas keburukan dari suatu komunitas, yang biasanya membuat justifikasi negatif. Biasanya cenderung membandingkan dengan budaya lain yang dianggap lebih maju dan manusiawi. Model penelitian antropologi ini biasanya mendeskripsikan suatu budaya dari perspektif budaya peneliti yang lebih maju, sehingga sering membuatnya menjustifikasi budaya lain sebagai budaya primitif dan rendahan. Fase selanjutnya sering disebut sebagai *anthropology of well being*, yaitu penelitian antropologi yang cenderung memberikan hasil kajian tanpa membuat justifikasi baik dan buruk. Hasil penelitiannya memaparkan secara fenomenologis terhadap setiap keunikan dari obyek yang diteliti tanpa ditempeli prasangka-prasangka apapun dari penelitiannya. Fase terkini yang mulai dikembangkan para antropolog adalah model *post-human anthropology* (Whitehead, 2009), yaitu penelitian yang dilakukan tidak hanya pada manusia, akan tetapi terhadap benda atau teknologi yang berhubungan dengan manusia dan segala aktifitasnya yang membentuk budaya. Ini disebabkan karena manusia dalam melakukan

aktifitas perilaku dan budayanya tidak lepas dari benda-benda atau pihak lain yang mendukungnya.

Dua corak terakhir tampaknya mulai menjadi tren di kalangan para antropolog akhir-akhir ini. Epistemologinya lebih proporsional dalam memberikan penjelasan mengenai suatu kebenaran karena didasari anggapan bahwa kebenaran tidaklah tunggal. Dalam simbol-simbol mengandung makna yang mampu diungkap sebagai pesan, dan makna dari pesan-pesan yang terkandung dalam simbol-simbol ini dapat dijadikan rujukan keilmuan serta pengetahuan baru yang berasal dari orang terdahulu yang mungkin dibutuhkan di masa sekarang. Kearifan masa lalu yang diwariskan dalam simbol-simbol ini perlu diungkap, karena merupakan kekayaan intelektual yang luar biasa. Tidak hanya harta karun yang menjadi sumber temuan berharga, akan tetapi kekayaan intelektual jauh lebih berharga daripada sekedar harta material. Para antropolog tidak lagi menutupi kekayaan intelektual yang digalinya dalam simbol-simbol dengan prasangka-prasangka buruk, dan merasa lebih baik dari *tineliti*-nya (obyek yang diteliti), melainkan bertindak seperti murid yang sedang belajar terhadap sang guru. Makna-makna adalah guru sebenarnya yang menjadi rujukan. Dengan demikian seorang antropolog adalah penemu makna, bukan pembuat justifikasi budaya.

Salah satu aliran budaya kekinian yang mulai banyak diteliti adalah yang berkenaan dengan *popular culture* yang terus berkembang dalam masyarakat. Para penganut *popular culture* (biasa disebut juga sebagai *pop-culture*) merupakan masyarakat pengguna produk tertentu yang memproduksi tren-tren tertentu dalam kehidupan sehari-hari yang lambat laun dapat menjadi sebuah budaya yang kuat. Dari sekian banyak peneliti *pop-culture*, ada nama Mark Hanusz dari Amerika Serikat yang beberapa kali menulis penelitian tentang *pop-culture* di Indonesia, di antaranya mengenai kretek. Belum ada peneliti tentang kretek yang serius seperti dia, bahkan dari dalam negeri pun, dan dia termasuk yang membangunkan para pemikir kretek, khususnya setelah ada "serangan" terhadap eksistensi kretek di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa Hanusz sangat berjasa dalam dunia per-kretek-an di Indonesia. Dia termasuk peneliti dan seorang antropolog yang memberikan proporsi *well being* secara nyata. Artikel ini akan mencoba menelaah pemikirannya mengenai kretek dalam bukunya yang berjudul *Kretek: The Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes* yang belakangan menjadi buku wajib para peneliti kretek.

Biografi Singkat tentang Mark Hanusz

Mark Hanusz adalah seorang bankir asal Amerika Serikat yang bertugas di Indonesia selama lebih dari 10 tahun sejak tahun 1998. Dia dilahirkan di Amerika Serikat pada 26 Juli 1976. Kedatangannya di masa-masa krisis membuatnya cepat sadar bahwa krisis mengakibatkan perdagangan saham sepi, tak ada orang mau menjual atau membeli saham. Alih-alih kembali ke tanah airnya, Mark Hanusz memutuskan tetap tinggal di Indonesia. Pria Amerika ini bahkan menikah dengan warga negara Indonesia berdarah Minangkabau yang juga seorang selebritis era 90-an yang bernama Anne J. Kotto pada tanggal 25 Juli 2005. Dari pernikahan ini dia memiliki seorang anak laki-laki yang diberi nama Julian Avanindra Coto Hanusz. Rumah tangga pasangan berbeda ras ini kemudian bubar dengan memutuskan untuk bercerai pada tanggal 13 Mei 2013 (Warta Kota, Senin, 13 Mei 2013).

Dari pekerjaannya sebagai seorang bankir di *Swiss Bank Corporation* (SBC) selama tujuh tahun dan dua tahun ditugaskan di Jakarta menangani penjualan saham, tentu dia merupakan kalangan eksekutif dalam bisnis. Pemahaman mengenai ekonomi bisnis tentu sudah sangat mendalam, berkaitan dengan produksi dan komoditas dagang. Mark Hanusz mulai penasarannya dengan kretek sejak tahun 1998 dimana ia selalu bertemu dengan komoditas ini saat berkeliling berbagai tempat di Indonesia. Ia merasa ada keunikan di dalam kretek ini sehingga kretek sangat eksis di negaranya sendiri. Setiap orang yang merokok, ternyata yang dirokok adalah kretek. Akhirnya keheranannya tidak hanya dipakai dalam dirinya sendiri, akan tetapi ditelitinya dan kemudian dituangkan menjadi sebuah buku dengan judul *Kretek: The Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes*. Buku ini ditulisnya setelah mendapatkan inspirasi saat tur panjangnya dengan bermain golf di Jawa pada Oktober 1998.

Buku *Kretek: The Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes* adalah buku pertamanya yang diterbitkan pertama kali oleh Equinox Publishing (Asia) Pte. Ltd pada tahun 2000. Sebelumnya dia bukan seorang penulis. Naluri intelektualnya berkata bahwa sesuatu yang ia lihat dan takjub tidak akan banyak bermanfaat jika ia tidak berbagi cerita dengan orang lain. Apa yang dialami dalam beberapa hal merupakan pengalaman yang sangat indah yang perlu juga dinikmati orang lain yang barangkali belum pernah mendapatkan pengalaman seperti dirinya. Sebuah naluri intelektual yang

cukup brilian. Buku pertamanya ini menceritakan bagaimana kretek begitu luar biasa di Indonesia. Dalam bukunya diulas panjang lebar mulai sejarah kretek, cara membuatnya, hingga unsur budaya yang melingkupi kretek dikupas dengan mendalam. Dalam sebuah acara, Hanusz mengatakan ketertarikannya meneliti kretek diawali dengan ketika banyak bisnis yang mati di era krisis moneter 1998 melanda, industri kretek seperti tidak terdampak secara signifikan hingga tetap eksis dengan sendirinya. Dalam menulis buku ini, ia rela melakukan riset sampai ke Belanda untuk mengunjungi Troppenmuseum di Amsterdam dan Leiden. Dalam risetnya ternyata didapatkan temuan yang mengejutkan, bahwa menurut Hanusz, kretek adalah sebuah warisan budaya asli Indonesia yang sangat kuat. Kretek menjadi sarana integrasi sosial dalam masyarakat, mulai kalangan bawah hingga kalangan atas. Bahkan menurutnya kretek seperti nasi, menjadi bagian hidup yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Dan uniknya, kretek hanya ada di Indonesia saja.

Karya Hanusz berikutnya adalah buku berjudul *A Cup of Java* yang ditulis bersama dengan Gabriella Teggia diterbitkan pertama kali oleh Equinox Publishing (Asia) Pte. Ltd., pada tahun 2003. Buku ini menceritakan bagaimana budaya minum kopi dalam masyarakat Jawa dilakukan. Cangkir menjadi ciri khas wadah minuman kopi merupakan sebuah bentuk budaya yang unik. Dalam tradisi minum kopi ini terdapat nilai-nilai kekerabatan sosial yang tidak kalah dengan kretek.

Berikutnya Hanusz melakukan risetnya yang ketiga dengan menghasilkan karya buku berjudul *Family Business: A Case Study of Nyonya Meneer, One of Indonesia's Most Successful Traditional Medicine Companies*, yang ditulis bersama dengan Asih Sumardono diterbitkan pertama kali oleh Equinox Publishing (Asia) Pte. Ltd., pada tahun 2007. Dalam buku ini ia menceritakan mengenai kesuksesan pabrik jamu Nyonya Meneer yang sangat luar biasa. Menurutny, selain kretek, jamu merupakan produk asli Indonesia yang sangat sukses dalam kancah bisnis. Produk jamu sangat eksis di dalam negeri dan bahkan juga mulai merambah pasar luar negeri. Keunikan jamu - sebagaimana kretek - semuanya serba asli Indonesia. Mulai bahan, tenaga kerja hingga pasarnya pun sangat eksis di dalam negerinya sendiri. Keunikan lainnya adalah produsen jamu Nyonya Meneer ini merupakan pebisnis keluarga, atau sebuah bisnis yang dilakukan bersama-sama oleh sebuah keluarga.

Dari ketiga karya Hanusz di atas dapat dipahami bahwa ia memang mempunyai perhatian besar mengenai antropologi ekonomi di Indonesia. Latar belakangnya sebagai seorang bankir memberikan banyak pengetahuan mengenai dunia bisnis, yang kemudian mampu dikombinasikan dengan ilmu sosial lainnya semisal antropologi dan sosiologi. Coraknyapun unik di tengah-tengah dunia antropologi karena ia banyak bercerita secara fenomenologis dengan apa adanya mengenai sebuah realitas ekonomi khususnya. Kretek, kopi dan jamu merupakan bagian kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa khususnya, dan masyarakat Indonesia umumnya yang mampu mendorong perekonomian dengan kuat. Terbukti ketangguhannya menghadapi krisis moneter tahun 1998 lalu yang tidak dimiliki oleh sektor bisnis yang lain. Pertaliannya dengan budaya menjadikan kekuatan bertahan dari “serangan” moneter yang cukup kuat. Sehingga budaya merupakan salah satu benteng nasionalisme Indonesia dari serangan kapitalisme global yang semakin hari semakin menunjukkan persaingan yang mengkhawatirkan. Barangkali inilah pesan Hanusz dalam beberapa risetnya tersebut.

Menafsir Asumsi Dasar dari Mark Hanusz

Ketakjuban Mark Hanusz kepada kretek tergambar dalam pernyataannya yang mengatakan:

Kretek. The word is unknown to most people outside Indonesia but anyone who has traveled through the archipelago will surely recall its unmistakable scent. Similarly, Indonesians have ventured far beyond the borders of their native land find powerful memories of home thrust to the forefront of their minds wherever they catch a whiff of this blend of tobacco and cloves (Hanusz, 2011: XVIII).

Aroma kretek menjadi sebuah ciri khas dari sebuah benda yang dijadikan alat hisap mirip dengan rokok. Kekhasan ini disebabkan karena ada campuran cengkeh dalam rokok tembakau yang menyebabkan jika dibakar akan mempunyai aroma khusus. Nama kretek sendiri berasal dari bunyinya saat ia dibakar, yaitu berbunyi *kretek-kretek* sebagai imbas terbakarnya cengkeh yang ada dalam rokok tersebut. Rasa heran Hanusz juga semakin besar manakala ia mendapati fenomena bahwa kretek telah menjadi gaya hidup dalam setiap fitur kehidupan masyarakat Indonesia.

Kretek is a ubiquitous feature of daily life in Indonesia and can be found in the most diverse circumstance - from religious ceremonies to works of art and literature (Hanusz, 2011: XVIII).

Ketakjuban merupakan awal mula pemikiran filsafat, dimana dalam ketakjuban mengandung pertanyaan-pertanyaan mendalam dan radikal. Pertanyaan filosofis bersifat radikal merupakan sebuah refleksi dari kegelisahan intelektual yang cukup besar. Selain itu juga menunjukkan betapa akal manusia telah bekerja dengan sebenarnya dengan bebas berfikir hingga sampai batas maksimal jangkauan berfikir. Tidak ada batas dan nilai dalam pemikiran filsafati selama dilakukan dengan basic cara berfikir yang tertata dengan baik. Ketakjuban bisa berasal dari bertemunya realitas yang asing sama sekali dari realitas yang biasa dialami. Akibatnya muncul rasa ingin tahu yang mendalam terhadap "keanehan" yang ditemui yang tidak seperti kebiasaan. Dari sinilah dimulainya aktifitas berfikir filosofis, yang selanjutnya diatur dalam kaidah-kaidah berfikir yang sistematis dalam ilmu filsafat.

Selain dua rasa takjub terhadap kretek di atas, Hanusz juga merasa heran bahwa kretek adalah komoditi yang diproduksi oleh masyarakat pribumi, dari bahan asli Indonesia dan pasarnya juga sukses di dalam negeri sendiri, dan mampu bersaing dengan para pengusaha Cina yang terkenal ulet. Tentu ini sesuatu yang istimewa yang hanya sedikit saja dapat dilakukan oleh orang Indonesia. Dia mengatakan:

"But kretek is more than just an "Indonesian cigarette". It is also quint essential Indonesian product that was conceived in Indonesia by Indonesians and then developed into a commercial enterprise by native (pribumi) entrepreneurs and their Chinese counterparts (Hanusz, 2011: XVIII).

Ketiga rasa takjub di atas sebagai dasar ontologis dari sebuah aktifitas berfikir. Biasanya akan mengkristal menjadi sebuah asumsi dasar dengan sebuah ungkapan awal pendapat kita atas realitas tersebut. Lantas apa asumsi dasar dari Hanusz atas realitas ini? Pertanyaan ini akan terjawab manakala kita cermati judul buku yang ia tulis. Ada dua istilah kunci yang ia sematkan pada kata kretek. Ia menggunakan istilah "*culture and heritage*" yang berarti "warisan budaya". Hanusz dengan demikian mempunyai anggapan yang kuat bahwa kretek merupakan sebuah benda yang merupakan bentuk warisan budaya milik Indonesia asli yang tidak ditemukan di selain negara ini. Kata

“warisan” memiliki hubungan historis dengan realitas masa lampau yang bersifat pasti. Merokok kretek merupakan budaya turun-temurun dari nenek moyang hingga saat ini.

Popularitas kretek masa sekarang juga dialami generasi terdahulu dari budaya kretek, semisal *menginang* dan *menyirih*. Pada masa itu fungsi *menginang* dan *menyirih* kurang lebih sama dengan merokok kretek pada masa sekarang. Ada dimensi ekonomi, sosial dan budaya yang melekat erat dalam popularitasnya pada setiap masa yang dilaluinya. Popularitas ini ternyata “menyejarah” dan berkembang dengan bentuk material masing-masing, akan tetapi memiliki fungsi sama. Dengan demikian sebenarnya substansi masih tetap bertahan dengan baik dalam tentang waktu yang lama, hanya bentuk simbol materialnya saja yang berbeda. Dari sini terlihat Hanusz memberikan proporsi ulasan pada chapter 1 bukunya dengan tema *The History of Kretek* yang mengambil sumber dari beberapa buku sejarah kretek, terutama buku karangan A. Budiman dan Onghokham serta sebagian dari penelitian Lance. Pendekatan historis ini membantu membentuk asumsi dasar penelitiannya semakin lebih dekat dengan kenyataan. Setidaknya memberikan gambaran dua dimensi, yaitu *locus* dan *tempus* sebuah realita dengan lebih nyata.

Perubahan material dari kretek dari masa lampau berhubungan dengan perkembangan sosio-kultur setiap konteks zaman yang berbeda. Telah terjadi semacam evolusi bentuk material kretek dalam rentang waktu lama. Telah terjadi bentuk modernisasi pada bentuk kretek dari bentuk alamiah hingga menjadi bentuk-bentuk yang lebih praktis dan instant. Menurut Suwasono dan Alvin (2000: 21) bahwa modernisasi sebagai faktor terjadinya perubahan sosial diturunkan dari teori evolusi yang menyebutkan bahwa perubahan sosial pada dasarnya merupakan gerak searah, linier, progresif dan perlahan-lahan, yang membawa masyarakat berubah dari tahapan primitif ke tahapan yang lebih maju, dan membuat berbagai masyarakat memiliki bentuk dan struktur yang serupa. Setidaknya ada tiga tahapan perkembangan kebudayaan manusia, yaitu *savagety*, *barbarian* dan *civilization* (Ahimsa-Putra, 2008: 8). Lebih lanjut dalam berevolusi suatu kebudayaan juga mempunyai hubungan erat dengan kondisi lingkungannya, bahwa setiap kebudayaan memiliki *cultural core* berupa teknologi dan organisasi kerja (ibid: 10).

Dengan demikian suatu budaya populer di masa tertentu cenderung akan terus ada dengan *cores* yang sama pada masa yang akan datang, akan tetapi bentuk material mesti

terus berubah seiring dengan kondisi sosial masyarakat tertentu, termasuk teknologi. Dengan pendekatan ini dapat dilihat bahwa Hanusz mempunyai sebuah asumsi dasar mengenai kretek sebagai sebuah bentuk perubahan budaya yang terus bergerak dengan sebuah inti yang sama. Akan tetapi keunikan kretek adalah kebertahanannya dalam waktu yang cukup lama dalam budaya Indonesia. Sebagai buktinya adalah Hanusz menunjukkan fase perkembangan kretek, dari masa *the pra-kretek era* dimana ditandai dengan tipe bentuk bungkus rokok yang memakai daun nipah dan *klobot* jagung. Kemudian era sekarang sudah memakai kertas pembungkus khusus rokok dari pabrik-pabrik kertas (Hanusz, 2011: 10-14).

Popular Culture: Sebuah Definisi

Perkembangan mengenai studi mengenai *popular culture* dewasa ini membawa kepada tiga istilah berbeda yang saling berhubungan, yaitu *culture*, *the popular* dan *mass culture* (Clark, 2007: 8). Yang dimaksud *culture* adalah istilah yang menunjukkan pada sebagian *way of life* dari sebuah kelompok masyarakat pada masa tertentu. *Mass culture* adalah istilah yang menunjukkan pada paya menyoroti mengenai perilaku manusia yang berkaitan dengan *profite motive* terhadap hasil-hasil produksi yang dikomersialkan. Kemudian *the populer* berarti manusia yang jumlahnya banyak. Ketiga pengertian ini saling terkait yang sebenarnya hendak menunjukkan sebuah relitas budaya yang dianut banyak manusia dalam waktu dan tempat tertentu, yang dipengaruhi oleh hasil produksi.

Definisi ini untuk membantu memahami corak pemikiran dari Hanusz mengenai kretek. Sebab kretek juga merupakan hasil produksi yang terus dikembangkan dan dipromosikan agar banyak orang tertarik dan menggunakannya. Kenyataannya di Indonesia proses ini sukses dilakukan oleh produsen kretek. Data menunjukkan 57 juta penduduk Indonesia adalah perokok, yang dirincikan dengan presentase 63% penduduk laki-laki dan 4,5% penduduk perempuan adalah perokok, khususnya kretek.

Banyaknya orang yang menghisap kretek tentu tidak sesederhana seperti yang dilihat. Ada operasional fungsi yang saling terkait antara produsen dan konsumen, serta nilai di balik komoditi yang dijadikan alat simbol budaya. Nilai-nilai yang melekat dalam komoditi ini tentu mengalami perjalanan panjang dalam mempertahankan *core* budaya yang dianut. Adorno mencurigai fenomena ini sebagai ada campur tangan

politik yang berupaya mengatur banyak orang (Witkin, 2003:1). Dalam hal ini, menurut Witkin ada unsur “*domination*” yang dilakukan atas manusia lain atau *mans domination of man* (2003:5).

Pola relasi dominasi ini kemudian memberikan kekuatan untuk saling membutuhkan dan memberikan nilai tawar. Politik produsen yang cenderung mendominasi dapat berjalan manakala ada proses *hegemoni*¹ dapat dilakukan secara masif. Produsen semacam memaksakan sebuah hal kepada konsumen untuk mengikutinya dengan sepenuh hati akan tetapi konsumen tidak merasa terpaksa sedikitpun dengan aturan yang dibuat oleh produsen. Konsumen dengan sukarela akan mengikuti kehendak produsen tanpa merasa terpaksa. Semakin banyaknya orang yang mengikuti sebuah tren tertentu, maka dominasi baru konsumen atas tren juga berlangsung. Dengan demikian dominasi dan hegemoni berjalan saling berkaitan seperti lingkaran proses yang terus berjalan hingga ada dominasi dan hegemoni baru lagi.

Popular culture bekerja dengan proses di atas yang dalam rentang waktu yang berbeda. Jika tren yang dihasilkan hanya bertujuan sementara, maka waktu eksis tren tersebut juga sangat pendek. Misalnya sebuah lagu dengan syair tertentu akan berada di puncak tangga nada hanya beberapa saat, seperti fenomena dominasi *ringtone* di industri *Celcom* (komunikasi seluler) dan sekaligus menggunakan kelompok musik Peterpan sebagai *power icon* dalam pemasarannya pada tanggal 25 Mei 2007 silam (Heryanto, 2008:1). Penyebabnya adalah karena memang lagu tersebut sangat tentatif akan *meaning* atau makna yang ada di dalamnya. Sehingga dia sebentar saja hidup di tengah-tengah orang banyak. Akan tetapi berbeda dengan sebuah tren produksi yang memiliki makna, dia akan lebih lama eksis dalam suatu masyarakat tertentu. Kretek mungkin mewakili fenomena ini dengan eksistensinya lebih dari 100 tahun dan belum ada tanda-tanda yang signifikan akan menggeser dominasinya. Begitu juga dominasi orang merokok di Indonesia juga masih sangat besar. Kampanye kesehatan dan anti tembakau yang gencar dilakukan, bahkan telah diterbitkan aturan internasional mengenai pembatasan tembakau pun juga belum banyak efeknya. Kepatuhan untuk tidak merokok hanya dilakukan pada kontek-konteks dan tempat tertentu yang secara

¹ Teori *hegemoni* ini biasanya dilekatkan pada Antonio Gramsci. Hegemoni adalah semacam upaya memaksakan kehendak secara halus kepada pihak lain sehingga dengan suka rela pihak yang terhegemoni akan mengikuti kehendak penghegemoni. Jika di dalam ilmu psikologinya semacam ilmu hipnotis.

formal melarang merokok. Akan tetapi ruang hidup di dunia ini sangatlah luas. Kepatuhan untuk tidak merokok hanya dilaksanakan secara formal di tempat dan situasi formal tertentu saja. Tetapi di luar situasi formal tersebut tidak dilakukan². Sedangkan lingkungan formal jauh lebih kecil dibanding yang formal.

Hanya sedikit saja *popular culture* yang mampu bertahan cukup lama. Mengapa demikian? Apa yang menjadi penyebabnya? Jawabannya adalah seberapa mengakar dia dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Hanya budaya yang memiliki inti substantif atau *core* yang jelas yang akan bertahan. Inti tersebut adalah makna apa saja yang melekat pada *culture* tersebut. Makna itupun juga tergantung seberapa mendalam bernilai dalam kehidupan sehari-hari dalam kehidupan masyarakat. Jika hal ini mampu ditemukan, maka bentuk benda secara materiil sebagai simbol budaya tidak lagi begitu penting, melainkan dimensi makna dalam yang menjadi penentunya. Sehat atau tidak menjadi urusan belakangan, tetapi relasi kekerabatan dalam budaya kretek menjadi penentu *dominasi* dan *hegemoni* terhadap masyarakat. Dengan demikian *popular culture* menurut hemat saya adalah budaya yang dianut sebagian besar orang pada suatu tempat tertentu dalam waktu tertentu.

Daily Life sebagai Nilai

Dalam pandangan Hanusz sebuah fenomena dapat dikatakan budaya manakala dia eksis dalam kehidupan manusia setiap hari atau *daily life* (Hanusz, 2011: 155). Setiap manusia memiliki sebuah aktifitas hidup, semacam kebiasaan yang dimiliki secara individual maupun komunal. Kebiasaan setiap orang barangkali berbeda dengan orang lain tergantung kondisi dan setting sosialnya. Begitu juga kebiasaan yang bersifat komunalnya. Misalkan kebiasaan hidup setiap hari kaum petani tentu akan berbeda dengan kaum karyawan pabrik. Atau bahkan, dalam setiap komunitas setiap individu juga memiliki perbedaan aktifitas keseharian yang beraneka ragam. Misalnya ada petani yang merokok dan ada petani yang tidak merokok dalam kesehariannya. Hal ini

² Berdasarkan penelitian terhadap gambar seram dalam kemasan rokok ternyata tidak ada pengaruhnya terhadap kesadaran hidup sehat untuk tidak merokok kepada para *user*. Dan memang di temukan perilaku positif yang meningkat misalnya tidak merokok dekat anak dan ibu hamil sudah sangat tinggi. Lihat Sherly Hindra Negoro, "Pembentukan Sikap oleh Perokok Remaja Melalui Peringatan Bahaya Merokok pada Kemasan Rokok" dalam *Jurnal Interaksi* Vol. 5 No. 2, Juli 2016, 121.

tergantung pada konstruksi masing-masing individu dari obyek pengetahuannya (Storey, 2014: 3).

Implikasi dari pandangan Hanusz tersebut adalah memberikan cara pandang tertentu terhadap sebuah kebiasaan masyarakat tertentu menjadi sebuah fenomena sosial bersama. Proses integrasi dalam masyarakat juga dapat dibentuk dengan melakukan ritual-ritual profan tertentu, dengan alat atau simbol tertentu yang lambat laun menjadi semacam kebiasaan hidup sehari-hari dan semakin populer. Simbol menjadi tidak penting bentuknya secara material, karena simbol sangat bersifat arbitrer tergantung makna yang dilekatkan kepadanya. Yang terpenting adalah dengan simbol tersebut mampu menjadi jembatan masuk ke dalam proses integratif masyarakat, yang selanjutnya terbentuknya sistem sosial tertentu.

Hanusz menelusurnya jauh dari latar sejarah yang ada terhadap simbol integrasi ini, yaitu sejarah kretek. Dengan merujuk pada buku Amin Budiman (1987) ia menunjukkan adanya proses perubahan material dari kretek, akan tetapi tujuannya sama. Pada buku Budiman yang berjudul Hikayat Kretek tersebut disebutkan bahwa tradisi mengunyah buah pinang sudah ada di Indonesia sejak tahun 695 Masehi (2016:79). Kebiasaan itu bahkan lambat laun menjadi sebuah sarana ritual dalam perkawinan, seperti kesaksian Ibnu Batuta yang menyaksikan mempelai perempuan dan laki-laki saling menyuapkan buah pinang dan sirih pada pernikahan putra Sultan Malik al-Zahir dari Kerajaan Samudra pada tahun 1346 Masehi. Pada tahun 1400-an kebiasaan *menginang* mulai ditinggalkan dan beralih ke tradisi *menyirih*. Kemudian tahun 1500-an Portugis memperkenalkan gambir dan kemudian *menyirih* dicampur dengan gambir. Tembakau mulai masuk pada tahun 1800-an juga dibawa oleh Portugis, dan kemudian tradisi *menyirih* dengan gambir ditambah dengan *menyusur* dengan *mbako susur*, yaitu sejenis tembakau halus yang dikulum di mulut, biasanya agak menyamping di mulut sebelah kiri. Lambat laun kemudian pada masa berikutnya dijadikan rokok dengan menghisap asap tembakau tersebut, *menyirih* dan *menyusur* mulai ditinggalkan. Puncaknya akhir tahun 1800-an ditemukan kretek oleh Haji Djamhari di Kudus.

Perjalanan panjang sebuah perilaku dengan sarana simbol tertentu menunjukkan betapa signifikannya simbol tersebut. Eksistensinya melintasi rentang waktu yang cukup lama, dengan substansi sama, hanya saja materialnya berbeda. Perubahan yang terjadi merupakan sebuah keniscayaan yang tidak dapat dihindari. Perubahan sosial

merupakan konsekuensi logis dari adanya interaksi antar komponen dalam masyarakat (Sulasman & Setia G, 2013:137). Perubahan ini juga dilatarbelakangi adanya perkembangan teknologi dan pengetahuan manusia yang kemudian memproduksi hal-hal baru yang belum ada sebelumnya, atau memberikan modifikasi kepada model sebelumnya. Perjalanan panjang budaya ini selalu melekat pada kehidupan sehari-hari atau *daily life* setiap manusia. Dengan demikian manusia itu adalah bagian dari perubahan dan juga dapat menjadi sumber perubahan sebuah peradaban itu sendiri.

Daily life yang kemudian menjadi budaya masyarakat selanjutnya menempati wilayah strategis dalam sistem sosial masyarakat. Masyarakat tidak lagi memperhitungkan material simbol, akan tetapi cenderung memikirkan makna-makna yang terkandung di dalam simbol tersebut. Sesuatu aktifitas yang dilaksanakan sehari-hari oleh seorang individu dan komunitas dalam waktu lama kemudian membentuk budaya masyarakat baru. Pendapat Hanusz ini didasarkan atas pengamatannya bahwa banyak orang dengan kebiasaan merokok kretek ini bukanlah hanya sebuah fenomena biasa. Kebiasaan perilaku ini bukan merupakan sesuatu yang kebetulan saja. Akan tetapi dilatarbelakangi oleh asumsi yang kuat berdasarkan pengalaman nyata.

Di antaranya, penemu kretek pertama adalah Haji Djamhari³ yang membuat racikan tembakau dan cengkeh dalam sebatang rokok yang kemudian dihisap asapnya untuk pengobatan sakit dadanya. Dan berdasarkan cerita turun temurun tersebut, ternyata kretek benar mampu mengobati sakit dada Haji Djamhari. Bermula dari sinilah kretek memperoleh momen untuk eksis sampai sekarang ini. Kabar tentang khasiat kretek tersebut akhirnya didengar oleh para tetangganya, yang kemudian menyebar ke berbagai penjuru. Mereka banyak yang memesan kepada Haji Djamhari untuk dibuatkan kretek seperti yang dihisap Haji Djamhari. Dari sinilah kemudian kretek mulai terproduksi secara massal, dinikmati banyak orang dan diterima banyak orang sampai sekarang dengan rentang waktu lebih dari 100 tahun kretek eksis di masyarakat Indonesia. Bahkan popularitas kretek melampaui penemunya sendiri. Kretek dengan demikian mempunyai dunia sendiri dimana eksistensinya sudah pada titik puncak kejayaan. Bahkan nama “kretek” yang diambil dari bunyi “*kretek-kretek*” saat dia

³ Ada beberapa versi nama tentang penemu kretek, Hanusz dengan nama Haji Jamahri, Lance menyebutnya Haji Djamari. Belakangan terbit buku karangan Edy Supratno yang khusus melacak siapa penemu kretek yang menyatakan nama sebenarnya adalah Haji Djamhari. Lihat Edy Supratno, *Djamhari Penemu Kretek* (Yogyakarta: Pustaka Ifada, 2016).

dibakar api yang itu adalah bahasa Jawa juga ikut eksis sampai ke luar pemilik bahasanya sendiri. Cukup luar biasa memang, bermula dari hal kecil menjadi suatu fenomena yang sekarang ini mampu menggetarkan perekonomian di Indonesia.

Cerita tentang kretek menyehatkan yang ditempelkan pada Haji Djamhari ini mampu menjadi sebuah “mitos” turun temurun mengenai sejarah manusia merokok kretek. Setidaknya untuk menjawab pertanyaan “mengapa harus merokok kretek?” Pertanyaan dasar ini harus mendapatkan jawaban yang proporsional supaya bangunan epistemologi berikutnya dapat dipertahankan. Jawaban bahwa merokok kretek itu menyehatkan menjadi awal penjelasan yang baik. Masyarakat menjadikan kretek menjadi *daily life* dengan asumsi dasar bahwa kretek menyehatkan. Dari sinilah *counter assumption* yang dilakukan para aktivis tembakau juga mendapatkan momennya. Pernyataan sebaliknya juga menjadi senjata ampuh menangkis pernyataan di atas. Bahwa dengan dilandasi dari pengetahuan ilmu kesehatan kretek sama sekali tidak menyehatkan. Fondasi kretek dihajar habis habisan belakangan ini misalnya WHO menetapkan Hari Tanpa Tembakau Sedunia setiap tanggal 31 Mei mulai tahun 2012, kemudian ditindaklanjuti di Indonesia dengan terbitnya PP. No. 109/2012 (Radjab, 2013: 10).

Lebih lanjut Hanusz menekankan aspek historis dari kretek sebagai pijakan penjelasan bahwa kretek adalah sebagai sebuah warisan budaya asli Indonesia. Sekilas ulasan kesejarahan di atas adalah upaya Hanusz untuk menampilkan sisi lain dari eksistensi sebuah budaya. Ia tidak melibatkan diri pada upaya mengkonter pendapat orang-orang anti tembakau dari unsur kesehatan, akan tetapi lebih memaparkan setting sejarah yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan. Menurut Kroeber dan Kluckhohn bahwa salah satu definisi budaya adalah bersifat historis, dimana kecenderungan melihat budaya sebagai warisan yang dialih-turunkan dari generasi ke generasi berikutnya (Mudji Sutrisno & Hendar Putranto, 2005:9). Latar historis setidaknya mampu menjelaskan bagaimana sebuah kebiasaan terbentuk dan bertahan dalam waktu yang lama. Dalam setiap masa dan peristiwa sejarah mengandung makna-makna yang perlu diungkapkan sebagai pengetahuan.

Pendekatan budaya dengan corak historis ini cukup efektif setidaknya untuk masa tertentu dalam membentengi dari serangan-serangan balik asumsi seperti di atas. Sejarah memberikan pelajaran makna dan tradisi adi luhung dari para nenek moyang

terdahulu. Ada pepatah yang mengatakan bahwa bangsa yang besar adalah bangsa yang tidak melupakan jasa para pendahulunya. Salah satunya adalah tetap mempelajari, setidaknya mengetahui bagaimana leluhur kita mencurahkan segala olah rasa dan karsanya sehingga mampu mewariskan sebuah budaya tertentu. Ritual-ritual adat salah satu contohnya, sangat rumit dengan segala pernik-perniknya yang semuanya merupakan simbol-simbol bermakna, yang jika kita pelajari menjadi sebuah uraian terhadap sebuah hakekat. Cara ini cukup efektif untuk berkelit dari serangan rezim kesehatan dunia mengenai kretek. Selain kretek sebenarnya banyak budaya lain yang seharusnya diatur juga. Misalnya olah raga tinju jelas-jelas merugikan kesehatan, walaupun tidak banyak orang terlibat. Atau budaya kekerasan yang lain semisal sabung ayam di Bali atau peredaran gula yang belakangan penyakit gula darah meningkat sangat tajam di seluruh dunia. Dengan demikian sebenarnya budaya tidak sesederhana seperti yang dilihat para penganut kebenaran kesehatan.

Kretek: Sebuah Model Budaya

Sangat besarnya pengguna kretek di Indonesia menunjukkan betapa pentingnya kretek dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Hanusz mengatakan “*Kretek is as ubiquitous as a rice around the archipelago,...*” keberadaannya sangatlah penting seperti nasi dalam masyarakat nusantara (Hanusz, 2011:155). Lebih lanjut dia juga mengatakan “*...to present kretek as cultural icon of Indonesian society may seem,...*”. Kretek dengan demikian menjadi ikon budaya di Indonesia bukanlah sebuah hal yang buruk. Popularitas kretek menunjukkan betapa signifikannya kretek dalam *daily life* orang Indonesia. Dengan demikian menyebut kretek sebagai ikon budaya asli Indonesia tidaklah pendapat yang tergesa-gesa. Mengapa demikian? Ada beberapa alasan yang dilontarkan Hanusz kepada kita.

Pertama, dalam tradisi menghisap kretek ada nilai komunikatifnya. Para penghisap kretek umumnya akan lebih hangat dan rileks dalam berkomunikasi ketika sedang menghisap kretek. Ada pola relasi yang mudah yang terjalin dalam proses ini dengan saling bertukar atau memberikan sebatang kretek untuk dihisap bersama. Mungkin seperti iklan permen Mentos belakangan ini yang menunjukkan fenomena tersebut. Pembicaraan dimulai dengan sebuah penawaran. Hanusz mengatakan “*one of the easiest ways to make friends around Indonesia is simply to offer a kretek*”(2011: 155).

Kedua, terjadinya proses integrasi dalam masyarakat dengan saling bertemunya dalam sebuah komunitas bersama dengan kesadaran bersama. Integrasi ini terbentuk dalam ritual-ritual masyarakat semacam kesenian dan upacara adat. Sebagai contohnya adalah terdapat kretek khusus *sajen* dalam upacara ritual di Banyumas (Hanusz, 2011:161). Asap kretek sejajar posisinya dengan kegunaan asap *kemenyan* sebagai sarana pembuka koneksi dengan alam lain dalam ritual. Contoh lainnya adalah para penabuh gamelan juga senantiasa menghisap kretek sebagai upaya tetap bertahan bersama dalam ritual pagelaran musik gamelan.

Ketiga, kretek merupakan hasil evolusi bentuk material simbol dari pinang dan sirih. Menurut Hanusz *core* melakukan aktifitas menyirih dan menghisap kretek mempunyai kesamaan maksud, seperti pernyataannya sebagai berikut:

In many respect, the pleasures of tobacco and betel coincide in that they are both felt to have the same calming effect on the user, easing tension and pain, dulling hunger and generally creating a mood of pleasant relaxation which is conducive to agreeable social intercourse (Hanusz, 2011: 156).

Modernisasi merupakan turunan dari evolusi sosial yang terus terjadi. Akan tetapi ada nilai inti dari sebuah fenomena sosial yang masih melekat. Salah satu fungsi kretek adalah memberikan efek releksasi bagi penggunaannya sehingga memunculkan *mood* baru untuk melakukan sebuah aktifitas. Ketenangan para pengguna kretek juga akan mempengaruhi perilakunya dalam berkarya dan melaksanakan aktifitas sehari-hari. Mungkin juga kondisi ini diperlukan manusia modern seperti sekarang ini dikarenakan banyak hal yang dapat membuat orang menjadi stress. Produktifitas orang yang tertekan mestinya juga kurang baik, sebab kekurangan *mood* yang ada dalam dirinya. Salah satu kritik terhadap orang modern adalah tingginya stress disebabkan karena realitas yang dihadapi justru menurunkan derajat humanitasnya. Mungkin kretek menjadi solusi sebagian besar orang Indonesia untuk menghadapi masalah ini.

Keempat, terdapat dimensi nilai revolusioner terhadap eksistensi kretek. Misalnya peristiwa diplomat Indonesia pada masa kemerdekaan H. Agus Salim yang dengan tenang menghisap kretek di London dan ditanya oleh Raja Inggris mengenai aroma apa yang ia cium. Bahwa dengan tenang Agus Salim menjawab bahwa yang dihisap adalah rokok tembakau yang dicampur dengan cengkeh, dan cengkeh adalah hasil bumi yang

menyebabkan bangsa Eropa menjajah Indonesia. Kretek dengan demikian menjadi nilai tawar kebesaran bangsa yang menjadi simbol kedaulatan nusantara (Hanusz, 2011:171).

Setidaknya keempat alasan di atas memberikan gambaran bahwa budaya kretek merupakan sebuah kenyataan yang ada di Indonesia, seperti halnya budaya makan nasi di Indonesia. Kretek seperti lauk dari nasi yang mesti ada setiap saat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Nasi tanpa lauknya tidak akan nikmat, dan sebaliknya.

Kritik Terhadap Hanusz

Dasar pemikiran Hanusz bermula pada ketakjubannya dengan fenomena produksi kretek yang sangat sukses dalam masyarakat Indonesia dimana kretek mampu eksis dengan sukses hingga saat ini. Dia menelusuri sampai pada latar historisnya yang terjauh untuk membangun sebuah asumsi bahwa eksistensi kretek disebabkan karena masih kuatnya tradisi turun temurun mengenai *core* kretek dalam masyarakat. Akar sejarah ditampilkan sedemikian kuatnya sehingga budaya kretek juga kuat. Asumsi ini sebenarnya cukup beralasan dan memberikan kekayaan informasi lintas sejarah yang bagus. Akan tetapi perlu ada beberapa catatan terhadap pendekatan tersebut.

Pertama, bahwa pendekatan historis sangat tergantung pada akurasi data yang ada. Kisah-kisah catatan masa lampau memungkinkan juga ada peristiwa yang tidak tercatat dengan baik sehingga masih ambigu. Perlu rekonstruksi data terus menerus. Kenyataannya data yang dipunyai selalu merujuk data masa kolonial yang tentu banyak muatan kepentingan dari para kolonialis.

Kedua, perlu sistematisasi paradigmatis untuk memberikan sebuah alur pemikiran yang jelas. Model penulisan Hanusz sudah terbagi dalam bab-bab yang mudah dicari. Tetapi perlu ada studi pendahuluan yang lebih jelas agar alur berfikirnya dapat diikuti dengan mudah.

Ketiga, perlu uraian konseptual mengenai *daily life* yang lebih kongkrit secara sistematis, agar lebih mendapatkan makna yang lebih luas, tidak hanya semata-mata sebagai kehidupan sehari-hari. Perlu elaborasi filosofis mengenai hal tersebut. Karena *daily life* merupakan perangkat jejaring pemahaman dan epistemologi yang kompleks, hingga menjadi sebuah *behavior* yang unik, seperti halnya budaya kretek.

Kesimpulan

Asumsi dasar pemikiran Hanusz adalah adanya anggapan kretek tidak berasal dari negara manapun, selain Indonesia. Hal ini berdasarkan data-data historis dimana awal mula ditemukannya kretek adalah dari Kudus oleh Haji Djamhari. Yaitu racikan tembakau yang dicampur dengan cengkeh kemudian dibungkus dan dihisap atau di rokok. Asumsi ini mengacu pada analisis data historis tentang evolusi perubahan material kretek dari *menginang*, *menyirih* kemudian kretek. Kenyataannya *menyirih* juga masih ada sampai sekarang pada daerah-daerah tertentu. Selain itu kretek sangat eksis di Indonesia dalam rentang waktu yang sangat lama, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mempunyai ikatan spiritual khusus terhadap kretek. Bukan sekedar sarana rekreasi, melainkan kretek juga menjadi simbol komunikasi dan integrasi masyarakat Indonesia yang umumnya ramah.

Nilai atau *value* dari pemikiran Hanusz adalah membantu memahami budaya Indonesia dengan detail dan beragam. Cara berfikir yang bercorak antropologi ekonomi dengan sasaran *popular culture* seperti Hanusz ini setidaknya menggunakan basis epistemologi beraliran fungsionalisme. Kretek merupakan salah satu elemen yang berfungsi membangun integrasi dan komunikasi aktif antar individu dan kelompok. Kretek juga mewarnai ritual-ritual tertentu dalam masyarakat, menyatukan dalam komunitas, dan bahkan ada nilai etik dari saling memberikan kretek.

Model budaya kretek adalah model bersifat simbolik. Material kretek hanya mewakili sebuah dunia imajinatif pertemuan antar individu yang telah sedang mengalami rileksasi, peningkatan *good mood* yang bermuara menjadi satu komunitas ideal yang penuh kenyamanan. Kondisi ini seperti dunia imajiner yang berada didalamnya orang-orang dengan tingkat kenyamanan diri yang maksimal. Sehingga komunitas yang dibentuk adalah komunitas sadar dan penuh kenyamanan.

Referensi

- Ariel Heryanto, *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in Post-Authoritarian Politics* (London and New York: Roudledge, 2008)
- Amien Budiman dan Onghokham, *Hikayat Kretek* (Jakarta: KPG, 2016)
- Edy Suprpto, *Djamhari Penemu Kretek* (Yogyakarta: Pustaka Ifada, 2016)

- Heddy Shri Ahimsa-Putra, *Paradigma dan Revolusi Ilmu Dalam Antropologi Budaya*. Pidato Pengukuhan sebagai Guru Besar pada FIB Universitas Gadjah Mada tanggal 10 November 2008.
- Lynn Schofield Clark, "Why Study Popular Culture?" dalam *Between Sacred and Profane: Research Religion and Popular Culture*, ed. Gordon Lynch (London and New York: I.B Tauris, 2007)
- Mark Hanusz, *Kretek: The Culture and Heritage of Indonesia's Clove Cigarettes* (Jakarta and Singapore: Equinox Publishing, 2011)
- Mudji Sutrisno, "Pendahuluan" dalam *Teori-Teori Kebudayaan*, ed. Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (Yogyakarta: Kanisius, 2005)
- Neil L. Whitehead, *Post-Human Anthropology* (University of Wisconsin, Madison, Wisconsin, USA: Roudledge, 2009)
- John Storey, *from Popular Culture to Everyday Live* (London and New York: Roudledge, 2014)
- Robert W. Witkin, *Adorno on Popular Culture* (London and New York: Roudledge, 2004)
- Sherly Hindra Negoro, "Pembentukan Sikap Oleh Perokok Remaja Melalui Peringatan Bahaya Merokok Pada Kemasan Rokok" dalam *Jurnal Interaksi Vol. 5 No. 2 - Juli 2016*, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro.
- Sulasman dan Setia Gumilar, *Teori-Teori Kebudayaan: Dari Teori Hingga Aplikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Suryadi Radjab, *Dampak Pengendalian Tembakau Terhadap Hk-Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya* (tt: SAKTI dan CLOS, 2013)