

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS TEKS DAN GAMBAR

Data yang diteliti berupa isi komik Perusahaan Rokok Untung Besar!! karya Eko Prasetyo dan Terra Bajraghosa yaitu berupa pesan-pesan dari gambar dan teks yang merepresentasikan kapitalisme industri rokok. Eko Prasetyo dan Terra Bajraghosa memberikan nuansa yang berbeda dalam komik Perusahaan Rokok Untung Besar, yaitu dengan bentuk gambar dan komik yang sangat bervariasi dan tema yang beragam. Komik yang berisi gambaran realitas kehidupan ini dikemas dalam tokoh-tokoh kartun yang santai dan lucu. Gambar-gambar yang menarik dan lucu dan bahasa teks yang mudah dipahami memberikan hikmah dan pelajaran, untuk itu komik Perusahaan Rokok Untung Besar ini terdapat makna dan dapat merenungkan kekuasaan industri rokok di Indonesia.

Setelah penulis menganalisis dari kumpulan gambar dalam komik Perusahaan Rokok Untung Besar, terdapat banyak gambar dan teks mengandung makna dan pesan-pesan yang merepresentasikan kapitalisme industri rokok. Penulis akan menjabarkan isi pesan-pesan serta makna yang ada di dalam komik Perusahaan Rokok Untung Besar.

1. Merokok menemani kegiatan harian



Gambar 3. 1 Merokok menemani kegiatan harian

Hidup ini: untuk merokok! Seperti judul panel komik diatas, yaitu merupakan sebuah pernyataan, sebuah moto hidup seseorang, tentunya disini dalam konteks para penikmat rokok atau perokok. Seperti di dalam panel, bangun tidur, dikamar mandi, berangkat kerja, sehabis makan siang, menunggu jam pulang kantor, pulang kerja, dirumah sambil mengobrol, ketika akan tidur, ndak bisa tidur adalah serangkaian kegiatan harian seorang. Ditinjau dari jam atau jangka waktu dalam panel diatas, jaraknya sangat dekat dan singkat, dan jika dihitung dari satuan jam tersebut per batang, satu hari sama dengan sepuluh batang per hari, indikasi ini merupakan perokok aktif. Perokok aktif mungkin beranggapan merokok lebih penting dari makan tiga kali sehari, setiap waktu, setiap jam, mengisi kekosongan seperti tidak bisa lepas dari rokok.

Dalam panel, digambarkan sesosok laki-laki, pekerja kantoran yang menunjukkan kegiatan hariannya yang digambarkan dengan sepuluh batang rokok per hari. Perbedaan lokasi, mimik wajah, dan rokok selalu digambarkan selalu ada di tangannya atau sedang merokok. Gambar yang menunjukkan sebuah realitas seorang pekerja yang merokok yang tidak bisa lepas dari rokok, yang tidak melewatkan hari tanpa merokok, rokok menguasai hidupnya.

Tabel 3. 1 Merokok menemani kegiatan harian

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Jam	Berbentuk lingkarang, adanya angka dan jarum sebagai penunjuk waktu	Sesosok laki-laki diatas merupakan seorang perokok berat karena kegiatan hariannya selalu ditemani oleh rokok dan asapnya, ditunjukkan dari penunjuk jam dan seting situasinya, orang yang tak bisa lepas dari rokok,	Tidak dapat kita pungkiri bahwa saat ini memang banyak sekali laki-laki seperti sosok diatas, bahkan bukan hanya laki-laki, mungkin di lingkungan terdekat kita sendiri seperti keluarga, tidak bisa lepas dari produk cita rasa ini.
Aktivitas harian	Seperti bangun tidur, mandi, bekerja, makan siang, mengobrol, menunggu sesuatu, sebelum tidur	seakan tulisan panel diatas memang benar bahwa hidup ini untuk merokok!	
Sosok Laki-laki merokok	Laki-laki sedang memegang, menghisap rokok atau mengebulkan asap rokok		

Judul Panel	Tulisan dalam panel "Hidup ini untuk merokok!"		
-------------	--	--	--

2. Hampir semua lapisan masyarakat merokok



Gambar 3. 2 Hampir semua lapisan masyarakat merokok

Kalimat dari judul panel Merokoklah semua orang! Bukan sekedar kalimat pernyataan, tanda seru diatas seperti ajakan, namun jika dari sisi pengarang Eko Prasetyo dan Terra Bajraghosa kalimat ini seperti kalimat sindiran buat perokok juga tentunya.

Ajakan dan sindiran bertambah kuat setelah adanya kata “tanpa bosan bosan” yang itu adalah sebuah kata plesetan dari kalimat aslinya dalam sebuah iklan rokok yaitu “tanpa basa basi” milik sampoerna mild sekitar tahun 2008, dengan ditambah bentuk gambar dan gaya huruf yang sama dengan iklan aslinya, sama persis.

Pada panel komik penulis merokok, dan kalimat “biasa mas, untuk cari ide.” Lalu komikus juga ikut berpendapat disana “rokok penyumbang ide” dari balon kata didalam panel, terdapat kata “biasa” yang artinya sudah terbiasa, selalu berulang dan seperti itu. Mungkin sebagian penulis yang juga perokok stigma ini mungkin memang dibenarkan oleh mereka, atas nama rokok mereka. Kolom aktivis merokok, pada balon katanya terdapat kalimat “teman diskusi yang menyenangkan” dalam kalimat ini terdapat kata “teman” yang artinya dekat dan akrab yang selalu ada yang menjadi kebutuhan. Dan kata menyenangkan yang artinya senang, senang merokok, senang berteman dengan rokok, senang berdiskusi dengan rokok, diskusi akan jalan jika ada rokok.

Kolom remaja merokok, “kita sekarang udah gede lho” sebuah kalimat pernyataan yang menandakan suatu keadaan bahwa mereka sudah merasa besar dan dewasa. Konteks jika sudah bisa dan berani merokok dikalangan realita sosial yang terjadi saat ini merka tidak mau dianggap anak-anak atau remaja lagi, tidak asing ada kalimat “belum boleh merokok, karena masih kecil” itu artinya jika sudah besar ya berarti boleh. Benar pendapat komikus disini bahwa rokok penyumbang identitas. Kolom perempuan merokok, komikus disitu berpendapat “cuek anjuran kesehatan” tentunya anjuran kesehatan untuk umum dan khususnya untuk wanita, seperti gangguan kehamilan dan janin. Dan balon kata disana tertulis “kenapa Cuma laik-laki yang merokok? Kami juga bisa!!” apa mungkin ini menyangkut emansipasi atau kesetaraan gender? Kuasa, dominasi atas rokok, seperti contoh Marlboro-men, mungkin ini membuktikan bahwa perempuan bisa merokok layaknya laki-laki, bukan tidak mungkin beberapa tahun kedepan akan ada rokok khusus wanita.

Kolom aparat merokok, komikus berpendapat “rokok penyumbang kesan angker” apa benar aparat menjadi lebih gagah dan disegani saat merokok? Tentunya ini juga hanya pandangan di sebagian orang. Dan di balon katanya terdapat kalimat “hayo! Kamu ngaku saja” mungkin menjadi lebih angker, dan dibagian lawan bicaranya ada kalimat “uhuk-uhuk” yang menandakan batuk, tentunya disini komikus maksudnya

batuk karena asap rokok yang di'kebul'kan oleh aparat. Kyai merokok, dalam balon kata kyai mengungkapkan bahwa ia sudah biasa atau kebiasaan, ndak bisa diubah. Dan komikus juga menambahkan opininya yaitu "rokok mirip agama, sulit dilepas. rokok kok seperti mengaji." Kyai disini jelas dalam islam, dan bayangkan jika semua kyai seperti yang di gambarkan, ia menyatakan "sudah kebiasaan, ndak bisa diubah" apakah kecanduan rokok seperti ketentuan Tuhan Maha Esa yang tidak bisa diubah? Membenarkan kebiasaan, bukannya membiasakan yang benar. Sayang di zaman Nabi Muhammad dahulu tidak ada rokok, dan di dalam Al-quran tidak ada spesifik tentang rokok.

Gambar komik dalam panel "merokoklah semua orang!" ini beragam. Namun hampir semua sama, yaitu dengan memegang rokok, menghisap rokok, dan mengebulkan rokok. Ditambah lagi dengan mimik wajah yang sangat bangga dan senang saat merokok itu sendiri. Berbeda-beda karakter namun satu kebiasaan yang sama yaitu merokok, mewakili dari lapisan masyarakat dari atas hingga bawah, orang terpelajar, penulis, aktivis, aparat negara dan bahkan kyai, merupakan orang-orang yang penting dalam negara, namun bisa dibilang sudah masuk semua lapisan dan membiasakan diri dengan rokoknya.

Tabel 3. 2Hampir semua lapisan masyarakat merokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Tokoh dan Elemen masyarakat	Digambarkan sebagai penulis, kiyai, aparat, kaum perempuan, pelajar, dan mahasiswa aktivis	Digambarkan tokoh-tokoh masyarakat, seperti perwakilan dari kelompoknya, dari penulis hingga mahasiswa dengan alasan mereka	Hampir semua lapisan masyarakat merokok, pada kenyataanya dari umur balita sampai kakek-kakek pun, dengan profesi apapun, seperti ketergantungan dengan produk cita rasa ini
Merokoklah semua orang!	Tulisan "Merokoklah semua orang!" dalam panel	masing-masing, untuk mencari ide, kebiasaan, hingga penyumbang identitas.	
"Tanpa Bosan-bosan"	Tulisan "Tanpa bosan-bosan" dalam panel		

3. Hidup di lingkungan iklan rokok, dikelilingi iklan rokok



Gambar 3. 3 Hidup di lingkungan iklan rokok, dikelilingi iklan rokok

Judul panel pada halaman 22 buku komik karya Eko Prasetyo dan Terra Bajraghosa ini berjudul “jalan kita penuh dengan iklan rokok!” dari judul seperti itu saja mungkin kita pun sudah dapat membayangkan bagaimana keadaan jalan yang dipenuhi dengan iklan-iklan industri raksasa ini. Komikus menggambarkan dalam komiknya yang

dibantu keterangan teks pada panel ini, antara lain: Iklan Rokok! Rata-rata semua bertuliskan iklan rokok pada objek gambar di panel ini, tulisan iklan rokok itu, berada di jembatan penyeberangan jalan, neon box lampu jalan di perempatan, reklame, monumen selamat datang, box surat, umbul-umbul, spanduk, jam kota. Uniknya, di TV besar pinggir jalan dan baliho raksasa ini berbeda tulisan, masing-masing bertuliskan: “Tivi gede isinya iklan rokok” dan “Baliho raksasa iklan rokok”. Sektor jalanan kota, mulai dari tengah badan jalan, bahu jalan, trotoar, dan berbagai ornamen lainnya memang tidak dapat dipungkiri memang diakuisisi oleh iklan rokok, mungkin tidak semua, namun hampir semua, di kota besar mungkin sudah jarang, namun di kota kecil memang masih seperti ini adanya. Dan komikus mengomentari dengan pendapat dan kiasannya antara lain: “Di jembatan penyeberangan, iklannya lebih gede dibanding jembatannya”, “Ini bukan jembatan lho!, ini iklan rokok super buesar”, “ini papan iklan juga! Bisa muter!”, ceritanya jam, tapi tetep ada iklannya!”, “Baliho raksasa, awas kalo ambruk”, “box surat, jelas ada kotak iklannya!”, “umbul-umbul lebih banyak dan lebih rame dibanding tujuhbelasan”, “tugu kota juga dihiasi iklan rokok”, “iklan berjejer sepanjang jalan”, “monumen selamat datang, kalah besar dibanding iklannya”, “televise guede banget, siarannya iklan rokok terus!”, “Ini belum termasuk poster, selebaran, flyer, spanduk, dan media iklan lainnya lho!”, entah bagaimana pemda mengatur bagian kota ini, yang jelas lingkungan kota seperti jalan kota sudah diambil alih oleh perusahaan rokok. Ada juga tambahan dari komikus: “Maaf! Iklan rokok digambar ini diwarnai hitam! Takut dikira iklan gitu lho... oke?!”

Gambar komik dalam halaman ini menunjukkan situasi tempat, pada sebuah perempatan kota, yang menunjukkan kota yang cukup besar, megah dan ramai. Di gambar di tunjukkan sebuah jembatan penyeberangan, jam kota, box surat, baliho, reklame, tugu kota, monumen selamat datang, lampu jalan, neon box, dan Televisi raksasa, yang semuanya jelas ada iklan rokoknya. Makna non verbal disini, perempatan jalan di kota-kota pun dapat dijadikan media bagi perusahaan rokok, bukan hanya media konvensional, namun juga sarana publik yang ada disekitar kita, khususnya di sepanjang jalan. Tidak menutup kemungkinan lima tahun kedepan aspal jalan-jalan untuk kendaraan akan menjadi karya seni yang esensi nya tetap iklan rokok.

Tabel 3. 3 Hidup di lingkungan iklan rokok, dikelilingi iklan rokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Persimpangan Jalan	Gambaran tempat bertemunya antar jalan dengan jalan lainnya yang biasanya merupakan pusat kota yang ramai, dengan taman, lampu-lampu, bahkan batas kota	Seperti judul panel diatas, jalan kita dipenuhi iklan rokok, persimpangan di kota-kota besar, digambarkan dikepung iklan rokok dari banner hingga fasilitas umum ada tulisan atau di sponsori iklan rokok	Pemasaran, agar mendapat tempat di memori konsumen maupun calon konsumen, tempat kan di pusat kota, ramai, banyak orang yang akan melihat, dari warung pinggir jalan, bangku, halte, dan lainnya, banyak yang disponsori oleh perusahaan rokok.
Baner, Baliho, Spanduk, Fasilitas umum	Gambaran medianya sebagai tempat berbagi informasi, dan tempat umum yang biasanya ada di tempat publik		
“Iklan Rokok”	Tulisan atau gambar “iklan rokok” sebagai visualisasi, atau pemasaran produk rokok		

4. Hasil iklan yang ada dimana-mana



Gambar 3. 4 Hasil iklan yang ada dimana-mana

Pada panel ini, merupakan efek dan dampak dari iklan rokok yang berhasil menarik perhatian generasi muda. Namun generasi muda disini bukan mencakup remaja saja, tetapi bahkan anak-anak, ya anak-anak dibawah umur. Dalam teks “Dampak: Jumlah perokok pemula, usia 5-9 tahun naik signifikan! Hanya dalam kurun waktu tiga tahun (2001-2004), presentase perokok pemula naik 0,5 hingga 2,8%!!” Fakta dibalik kalimat ini sangat mengejutkan, usia 5-9 tahun adalah anak-anak kecil, khususnya umur anak Sekolah Dasar, pendidikan dasar, dan bagaimana ini dapat terjadi? Mereka

menyebut anak-anak yang merokok ini dengan sebutan perokok pemula, berarti bisa saja mereka naik level dari pemula yang akan tumbuh menjadi perokok aktif di masa yang akan datang.

Disini komikus menggambar tiga sosok anak, yaitu sesuai dengan jenjang tingkat pendidikan di Indonesia, SD, SMP dan SMA. Dan dalam panel, anak SMP itu seolah berbicara pada balon kata yang bertulisan “Ndak lulus UN (ujian nasional) ndak apa-apa kan?! Yang penting tetep ngrokok. Oke?!” dan anak SMA hanya menjawab “Yoi!” yang berarti mengiyakan. Ini sangat kritis, apakah memang benar, mereka para pelajar yang terdidik, yang kecanduan rokok, berpendapat seperti tersebut diatas? Jika memang benar, dampak dari iklan rokok ini sangat mengecewakan, masa depan bangsa, generasi penerus bangsa telah diambil alih oleh perusahaan rokok menjadi budak perokok. Dari pernyataannya pun mereka seakan tidak memperdulikan pendidikan mereka, apalagi kesehatan mereka. Komikus menambahkan opininya: “Prinsip perusahaan rokok: Belilah rokok sejak dini, biar kami untung besar!!”. Komikus menambahkan pendapat dari ahli yang bertuliskan “Ingat! Bagi industri rokok *brand loyalty* (kesetiaan konsumen terhadap merek) sangat menentukan!! Strategi perusahaan rokok difokuskan pada anak muda, orang tua sasaran terakhir, soalnya usia mereka udah mendekati ajal...”

Dalam suatu kesempatan, peneliti pernah menyaksikan salah satu film dokumenter tentang rokok, yang sedikit bersangkutan dengan tema diatas, mengenai segmentasi pasar perusahaan rokok, yang menemui bahwa perusahaan rokok mengaku melalui pihak marketing mereka yang mengatakan bahwa sebenarnya mereka tidak menargetkan pada konsumen anak-anak, namun anak-anak itulah yang disalahkan perusahaan rokok pada perokok pemula, karena ‘termakan oleh iklan’. Dan mereka (perusahaan rokok) bisa dikatakan lepas tangan (tanggung jawab) mengenai dampak kesehatan yang perokok pemula rasakan.

Panel komik di halaman ini difokuskan hanya pada gambaran sosok anak-anak yang memakai seragam, tiga anak ini merupakan pertanda atau bahasa non verbal dari tingkatan pendidikan di Indonesia. Anak yang digambarkan paling kecil dan pendek, merupakan gambaran dari pendidikan sekolah dasar. Yang anak kedua merupakan gambaran dari tingkat Sekolah Menengah Pertama. Dan yang ketiga merupakan

gambaran dari Sekolah Menengah Atas yang di gambarkan dari celana panjang nya dan tinggi dari dua tokoh sebelumnya.

Namun komikus tidak lupa menggambarkan mereka bertiga dengan gambaran yang sedang memegang rokok, menghisap asap rokok dan sedang menghembuskan asap rokok dengan mimik yang sangat bangga tiada terkira. Tentu pelajar SD dan SMP disini menjadi fokus utama, karena SD merupakan anak-anak yang masih sangat polos, belum bisa berpikir bijaksana, dalam tahap ini SD pasti mengimitasi apa yang dilakukan oleh orang-orang dewasa yang disekitarnya. Dan SMP merupakan awal peralihan dari anak-anak ke remaja awal, yang identik dengan ‘coba-coba’ melakukan apa yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya dalam hidup mereka, konteks yang lebih bebas dan dewasa. Mereka dihadapkan dengan pilihan dan contoh lingkungan yang mungkin saja salah.

Tabel 3. 4 Hasil iklan yang ada dimana-mana

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Anak Sekolah Merokok	Gambaran anak sekolah sedang memegang, menghisap rokok atau mengebulkan asap rokok	anak sekolah SD, SMP dan SMA, sedang menghisap rokok. Pelajar awal perokok pemula, semakin dini ia mulai merokok, semakin	Rokok sudah memasuki tahap belajar yang seharusnya dibawah umur 18 tahun mereka belum diperbolehkan, namun faktanya perokok pemula menambah banyak laba
Berilah rokok sejak dini, agar kami untung besar	Tulisan dalam panel “Berilah rokok sejak dini, agar kami untung besar!”	menjanjikan keuntungan di masa depan pabrik rokok tersebut karena brand loyalty	

5. Data angka tentang rokok



Gambar 3. 5 Data angka tentang rokok

Dalam panel ini, berupa fakta-fakta angka dari perusahaan rokok, antara lain; jumlah pekerja atau buruh rokok kurang lebih sepuluh juta jiwa, tentu saja ini selalu berubah data ini dari tahun ke tahun. Jumlah perokok dari keluarga miskin: duabelas juta kepala keluarga miskin, dan yang jika sehari menghabiskan rata-rata sepuluh batang rokok, hampir satu bungkus (12 batang) per hari. Komikus menambahkan opininya “Tiada hari tanpa rokok!!!” dan menambahkan balon kata pada panel kedua ini dengan tulisan “aduh...laper...nggak ada uang...ngrokok dulu ah...”. Benar jika komikus berpendapat seperti itu, mungkin dari fakta pun, banyak orang yang tidak mampu atau miskin, tidak dapat membeli makan setiap harinya, namun mereka tetap merokok, rokok

bisa dikatakan lebih dibutuhkan daripada makan sehari-hari, atau bahkan pengganti dari makan. Dapat dikatakan juga karena rokok lebih murah daripada makan, lebih murah dan tahan lama.

Dari makna kata “nggak ada uang, ngrokok dulu ah..” menandakan suatu keadaan yang kritis namun tetap santai dengan merokok, mungkin lapar dan nggak ada uang akan hilang dengan cara merokok. Pada panel ketiga ini, merupakan pendapatan rokok untuk negara, Pendapatan cukai rokok untuk negara 38,53 triliun rupiah. Jumlah yang sangat banyak, namun memang ini luput dari perhatian masyarakat awam.

Komikus dalam panel ini membuat opini seperti pertanyaan kuis dengan pilihan jawaban “Kemanakah uangnya?? a. Dikorupsi, b. Dicuri, c. Yang jelas bukan untuk rakyat.” Melihat dan mendengar pertanyaan seperti macam itu membuat kita tertawa sejenak dan selanjutnya membuat tersentil pula. Masyarakat awam memang tidak mengetahui tentang data dan fakta ini, baik dia perokok atau bukan, sepertinya agak kurang peduli. Dan pemerintah pun agaknya kurang transparan mengenai dana ini, tidak pernah menjelaskan secara gamblang tentang pendapatan dari pajak cukai dari bisnis raksasa ini. Secara sarkasme memang komikus hanya menyadarkan kita dengan cara menampar kita dengan tiga pilihan jawaban, yang mungkin memang semua pilihannya benar, dikorupsi, dicuri dan yang jelas bukan untuk rakyat.

Panel keempat ini mengenai perusahaan rokok yang belanja iklan, dari kata ‘belanja’ saja kita sudah langsung sadar jika perusahaan ini ‘memborong’ yang artinya lagi lebih ke membeli dalam jumlah yang cukup banyak. Belanja iklan rokok mencapai 1,6 triliun. Belanja iklan ini jelas berhubungan dengan media dan jasa penyedia iklan, yang sering kita temui saja yaitu media televisi. Pernahkah kita menghitung berapa kuantitas jumlah iklan ‘satu merek’ atau bahkan ‘satu induk perusahaan’ rokok tayang dalam sehari di dalam satu channel? Dan iklan lainnya juga yang berhubungan dengan perusahaan rokok? Berapa biaya satu kali tayang iklan di saluran televisi? Iklan hanya berdurasi 30-90 detik atau 1,5 menit, dan harga iklan di televisi sangatlah mahal sekali, belum lagi setiap saluran atau channel memiliki harga yang berbeda, belum lagi tiap jam tayang pun mempunyai harga yang berbeda. Namun jelas jika 1,6 triliun rupiah ini hanya untuk biaya iklan produk rokok. Dan di dalam panel ini ada balon kata yang bertuliskan “tak ada tempat di muka bumi tanpa iklan rokok!”

Pada panel pertama, tergambaran seperti suasana pabrik, pabrik rokok dan para buruh rokok yang digambarkan dengan berbagai macam mimik dan rupa, ini yang menandakan memang di pabrik rokok, semua orang bisa menjadi buruh pabrik, dari yang tua-muda, laki-perempuan, orang dari seluruh Indonesia, berbagai macam suku, ras, budaya, yang berbeda-beda namun mempunyai satu persamaan dan satu garis besar, 'mereka hanya mampu menjadi buruh, mereka senang mendapat bayaran buruh, mereka yang ditutupi oleh kesadaran palsu.'

Panel kedua, digambarkan seorang pria yang setia menghisap rokoknya yang digambarkan sebagai orang miskin. Komikus menggambarkan dengan badan yang sepertinya ringkih, wajah yang seperti sedang kritis dan gelisah, pakaian yang compang-camping, rambut yang sedikit acak-acakan, dan rokok yang ada di antara jari telunjuk dan jari tengah berada di depan mulutnya. Berhubungan dengan teksnya yang sepertinya menandakan mereka akan tetap terus merokok seperti itu, apapun keadaannya.

Panel ketiga dan keempat, hanya ada masing-masing seorang laki-laki, yang satunya seperti bingung mengambang yang mengajukan pertanyaan seperti pada analisis teks di atas, dan satunya (panel empat) tampak lelaki yang tampaknya sangat senang dan gembira dengan gambaran seperti sedang melompat kegirangan, senyumnya yang sangat lebar dan tangan yang dilambaikan, tangan satunya memegang troli seperti di tempat perbelanjaan, yang isinya sebuah kotak yang digambarkan sebagai televisi yang bertuliskan "iklan". Jelas ini merupakan gambaran dari tim marketing industri rokok yang berbelanja iklan di media televisi, mungkin menjadi tim marketing iklan perusahaan sebesar ini terlihat sangat menyenangkan.

Tabel 3. 5 Data angka tentang rokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Pekerja atau Buruh Pabrik	Gambaran orang yang berkerja dalam pabrik rokok,	Buruh pabrik ialah orang yang berperan penting dalam produksi ini, meracik, melinting dang mengepak produk ini hingga kepada konsumen yang telah setia	Dari dalam panel data angka tentang rokok diatas bagaimana orang-orang kecil atau miskin dapat mempengaruhi atau dapat menggerakkan perekonomian
Orang miskin yang merokok	Gambaran penduduk yang penghasilanya rendah atau bahkan tidak bekerja, atau		

	perkerja yang tidak tetap	menunggu produk untuk dihisap dan dinikmati,	industri ini, baik sebagai buruh juga sebagai konsumen, dapat melambungkan laba untuk pabrik rokok dan sebagai modal iklan untuk memasarkannya kembali. Rakyat kecil dan orang awam tampak seperti sedikit di bodohi dalam bisnis ini.
Pendapatan cukai rokok	Gambaran pendapatan bersih cukai rokok yang diterima negara,	Pendapatan melimpah karena orang-orang yang terus setia membeli produknya, dan keuntungan kecil hanya habis untuk membeli iklan rokok yang tujuannya untuk merayu konsumen yang lainnya.	
Trolley Belanja Iklan Pabrik Rokok	Gambaran trolley atau kereta belanja di tempat perbelanjaan, untuk memborong barang atau produk		

6. Wawancara Petani Cengkeh



Gambar 3. 6 Wawancara Petani Cengkeh

Komikus menggambarkan dalam panel ini seperti kelanjutan dari wawancara sebelumnya, dari narasumber pemilik pabrik, sekarang para petani cengkeh. Masih juga dengan wartawan yang sama, nyeleneh, rapih dan membawa rekorder alat perekam yang sama. Panel pertama disini langsung dengan pendapat si wartawan yang menyatakan bahwa petani cengkeh disini diuntungkan, dengan alasan karena disini atau di Indonesia yang merokok atau perokok nya sangat banyak. Namun pernyataannya langsung dibantah oleh petani dengan kalimat penegasan “Untung apa mas? Harga cengkeh kalo panen bisa jatuh dibawah Rp.15ribu/kg”. “itu tidak untung ya?” tanya wartawan lagi. Lagi-lagi dengan nada keras dan tegas petani menjawab seadanya “untung dari HongKong? Biaya produksi itu tiap kilonya 16ribu!” Dari pernyataan petani memang sudah pasti merugi karena ia mengatakan hasil panen bisa dibawah dari limabelas ribu rupiah per kilogram, sedangkan biaya produksi setiap kilo nya enambelas ribu rupiah.

Wartawan kembali bertanya kepada petani “terus siapa yang untung?” namun petani disini menjawab yang untung ialah pedagang cengkeh yang menjual hasil panen cengkehnya, dengan alasan para pedagang menjual kembali cengkeh kepada pabrik rokok dengan harga dua kali lipat dri harga yang ia beli dari petani. Petani bukan menjawab pabrik rokok, mungkin dikarenakan petani tidak mengetahui berapa keuntungan yang pabrik rokok raup yang berhasil mengolah hasil panen cengkehnya tersebut menjadi ‘produk cita rasa’ tinggi itu. Wartawan nyeleneh ini kembali dengan gayanyabertanya pertanyaan penutup kepada petani cengkeh “lalu siapa yang sial pak?” petani dengan perasaan mungkin kesal dan tidak mau menjawab pertanyaan ini dengan baik, ia malah melayangkan kalimat “Tebak sendiri deh...” Dari jawaban atau pernyataan petani cengkeh diakhir dengan rasa kesal dan kecewa karena hasil panen nya yang hampir selalu dapat dikatakan menelan kerugian, seperti itu gambaran kehidupan petani cengkeh yang mengabdikan pada bahan utama produk rokok ini.

Masih dengan sosok wartawan yang sama dari sesi wawancara sebelumnya dengan pemilik pabrik rokok, namun disini wartawan digambarkan mewawancarai sosok petani cengkeh yang digambarkan secara sederhana, memakai kaos, kumis seadanya yang menandakan umur dan kedewasaan, dan mengenakan topi ala-ala petani kebun yang bekerja di suasana luar ruang. Mimik dan gestur petani disini digambarkan seperti berapi-api dilihat dari kalimat yang diutarakan olehnya. Namun bagian

kekecewaan sekaligus yang lucu menggelitik ini adalah dibagian akhir pada panel komik ini, dari pertanyaan wartawan menanyakan siapa yang sial dan pernyataan petani hanya “Tebak sendiri deh...” dengan mimik wajah dan gestur yang seakan adanya penekanan bahwa ia kesal dan lelah karena menjadi petani cengkeh, dibagian akhir pun ia digambarkan dengan adegan ia sedang menebang pohon cengkeh yang selama bertahun-tahun ia jadikan penghidupannya berbakti pada pedagang cengkeh yang merugikannya dan pabrik rokok.

Dengan gestur yang digambarkan dari bagian belakang, ia menebang pohon cengkeh dengan sekuat tenaga dari rasa kesal dan kecewa nya, dan ditambahkan kata “CIAAAATT!” dalam balon katanya semakin menegaskan kehidupan para petani cengkeh. Wartawan menambahkan penjelasan dengan gesturnya bahwa akhirnya petani cengkeh menebang pohon cengkehnya yang hanya dapat dipanen hanya setahun sekali dan digantikan oleh tanaman pala yang dapat dipanen tiga kali dalam setahun.

Tabel 3. 6Wawancara Petani Cengkeh

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Wartawan	Gambaran orang yang biasa mewawancarai atau meliput berita	Wartawan yang sedang mewawancarai petani cengkeh tentang	Petani cengkeh adalah orang yang berpengaruh dalam produk ini, mereka
Petani Cengkeh	Gambaran orang yang menggarap lahan tanaman cengkeh atau tembakau	keuntungan dan sikap para pemilik pabrik rokok terhadap kaumnya yang ternyata petani cengkeh	menghasilkan tembakau, cengkeh yang merupakan bahan utama produk
Menebang Pohon	Gmabaran penebangan pohon biasanya dilakukan untuk pohon yang sudah membahayakan atau tidak layak atau tidak terpakai lagi	sadar jika mereka hanya seperti dikerjai, Adegan menebang pohon merupakan wujud kekesalan mereka karena telah dibodohi oleh industri ini.	cita rasa ini, namun mereka tidak sadar jika mereka banyak yang merugi, keuntungan dan digaji sekecil-kecilnya, tidak seperti pemilik pabriknya.

7. Darimana biaya iklan rokok



Gambar 3. 7 Darimana biaya iklan rokok

Dalam halaman ini, diberi judul: “Berapa biaya iklan?” dan terdapat teks yang berupa informasi Dji Sam Soe mengeluarkan anggaran sebesar Rp.145,31 miliar rupiah sepanjang tahun 2005 untuk membiayai iklan empat produknya, Dji Sam Soe Super Premium, Super Premium Magnum Filter, Kretek dan Filter. Uang sebesar dan sebanyak itu untuk biaya iklan, entah biaya produksi atau biaya tayangnya, empat produk unggulan tersebut. Namun komikus disini kembali lagi dengan gaya satirnya, menanyakan darimana biayanya dengan gaya seperti pertanyaan kuis atau ujian

dengan beberapa pilihan ganda yang dikemas rapih dalam bentuk komik. “Darimana duit iklannya? Coba pilih jawaban dibawah ini: a. Rejeki Dji Sam Soe, b. Keuntungan Dji Sam Soe, c. Rezeki Produk Sampoerna lainnya, d. Hasil dari merokok anda semua!., e. Emangnye gue urusin darimana duitnye?!”.

Apa yang dimaksud dari rezeki Dji Sam Soe dapat dikatakan seperti penghargaan-penghargaan yang mereka dapatkan, lalu keuntungan disini maksudnya dari hasil kerjasama dengan perusahaan lain, sebagai investasi atau saham dan lain sebagainya. Pilihan ganda yang c rezeki produk dji sam soe lainnya, yaitu dari produk PT. Sampoerna yang lainnya, karena Dji Sam Soe merupakan salah satu cabang anak perusahaan PT. Sampoerna. Hasil dari merokok semua orang mungkin dapat dikatakan sebagai penyumbang pendapatan mereka yang besar, dengan harga rokok yang cukup mahal dan dengan bea cukai pajak yang bagi mereka bukanlah apa-apa. Opsi e. Emangnya gue pikirin ini merupakan opini dari komikus yang dituangkan dalam komik sebagai perwakilan dari orang-orang atau masyarakat yang awam, tidak tahu dan tidak peduli akan hal ini.

Terdapat beberapa gambar, diantaranya ada gambaran empat produk unggulan dari Dji Sam Soe ini, yang digambarkan menyerupai produk-produk tersebut, tentu tidak akan digambar penuh detail dikarenakan takut dimaknai sebagai iklan produk, sama seperti sebelum-sebelumnya, hanya mendekati dan justru malah dijadikan plesetan oleh komikus. Dari gambar komik diatas lambang Dji Sam Soe yang berada di tengah-tengah pilihan jawaban contohnya, yang seharusnya bertulisan “Sampoerna Dji Sam Soe” dijadikan “Iklane Dji Sam Soe”. Pilihan jawaban a terdapat gambar peti harta karun yang identik dengan cara menemukan dan didapatkan, mendapatkan harta karun dalam konteks disini ialah berbagai macam penghargaan antara lain: ‘switching barrier’(ada hambatan psikologis, sosial dan fungsional jika berpindah ke merk lain), ‘consumer satisfaction’(konsumen sangat puas dengan produk dan sangat loyal) dan ‘loyalty index’(konsumen mengkampanyekan produk agar dikonsumsi orang lain). Opsi b dengan gambaran uang yang bertumpuk sangat identik dengan kekayaan dan kekuasaan. Opsi c merupakan lambang dari produk lain dari PT Sampoerna antara lain yaitu Sampoerna A Mild dan U Mild, A Mild dan Sampoerna hijau yang nampak dalam gambar, sangat jelas ketiga merek ini sangat berbeda segmentasi pasarnya, seperti A

Mild yang lebih tersegmentasi untuk anak muda, namun segmentasi hanyalah tembok semu belaka yang aslinya boleh untuk semua umur dan golongan.

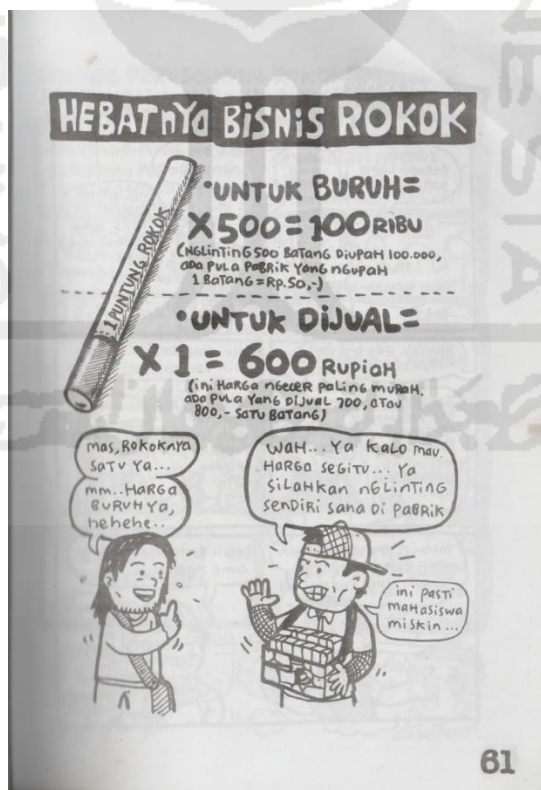
Pada opsi d terdapat gambaran asap rokok yang keluar dari bara rokoknya, ini merupakan gambaran dari semakin banyak rokok yang dibeli, dihisap dan asapnya dikeluarkan, semakin banyak pula pundi-pundi rupiah yang industri ini dapatkan. Seperti biasa, komikus menambahkan opsi dari opini komikus di dalam opsi e ini yang bergambar lampu yang di identikan dengan ide-ide, namun dalam teks nya komikus menuliskan “emangnya gue pikirin duitnye darimane?!” tentu saja kalimat ini adalah kalimat yang orang lontarkan saat orang tersebut merasa tidak peduli atau bahkan lebih ke rasa kesal terhadap sesuatu, ini yang dirasakan oleh komikus. Pada bagian bawah halaman terdapat sosok komikus, Terra Bajraghosa yang mengatakan kepada sosok Eko Prasetyo bahwa opsi jawaban diatas a,b,c dan d itu benar, dan Eko Prasetyo memilih jawaban yang e, mungkin karena komikus sudah merasa kesal dengan industri ini.

Tabel 3. 7 Darimana biaya iklan rokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Kotak Harta Karun	Gambaran kotak harta karun, Identik dengan harta banyak yang tersimpandan tertimbun, jarang diketahui orang	Dalam panel ini komikus membahas biaya iklan dari produk Dji Sam Soe dan dari mana biaya iklannya tersebut, Kotak harta karun berarti rezeki Djie	Keuntungan pabrik rokok darimana-mana, misal hasil sponshorship atau kerja sama dll, produk Sampoerna yang lainnya, pendapatan dari penjualan rokok, saham asing dll. Dan pendapatan mereka sangatlah banyak, walaupun iklan yang meraka hasilkan sangat banyak, namun itu belum ada apa-apanya atau tidak sebanding dengan pendapatan mereka. Dibawah panel ada gambaran dua orang kecil
Poster produk	Selembaar kertas yang berisi informasi, iklan dan sebagainya, Poster produk jelas gunanya untuk memasarkan produk dan mengenalkan merk dagang alias iklan	Sam Soe, Poster berarti Rejeki dari produk Sampoerna yang lainnya, Tumpukan uang berarti keuntungan dari semua produk Djie Sam Soe dan hampir sama dengan pilihan yang d. (gambar rokok dan asap) hasil merokok anda semua (meledek para perokok)	
Tumpukan uang	Gambaran yang diidentikan dengan kekayaan yang berlimpah ruah		

Rokok menyala yang mengeluarkan asap banyak	Gambar rokok mengeluarkan asap yang sangat banyak juga ketika dihisap dan dikebulkan oleh penikmatnya	seperti biasanya dengan maksud untuk menyadarkan para perokok nampaknya banyak tanda sindiran keras dari komikus, baik untuk perokok dan industri rokok. Dan pilihan e terakhir “emangnya gue pikirin darimana uangnya!” rasa kekesalan komikus dalam memikirkan darimana uang iklan Dji Sam Soe	(komikus yang sedang berdebat) menurut orang pertama, pilihan a,b,c dan d benar semua, namun komikus satunya memilih yang e, atau memilih tidak memikirkannya.
Lampu, tanda tanya dan seru	Gambaran yang diidentikan dengan ide, sesuatu yang kreatif atau cemerlang, tanda tanya seru dan tanya yang disatukan berarti sesuatu penekanan dari pertanyaan		

8. Harga sebatang rokok



Gambar 3. 8 Harga sebatang rokok

Judul panel diatas “Hebatnya bisnis rokok”, dalam kata hebat pun kita sudah dapat membayangkan bagaimana yang dimaksud dengan kata hebatnya bisnis ini. Ternyata dalam panel ini terdapat informasi harga satu batang rokok, perbedaan harga bagi buruh dan harga untuk dijual. Melinting atau ngelinting rokok di pabrik, mendapat upah Rp.100.000.00,- (seratus ribu rupiah), namun ada pula pabrik yang membayar atau mengupah buruh Rp.50,- (lima puluh rupiah) per batang yang dihasilkan buruh. Namun harga untuk dijual, satu batang rokok yang paling murah 600 rupiah, ada pula yang menjual 800-1500 rupiah per batang. Inilah perbedaan harga buruh dan harga jual, dan disini letak hebatnya perusahaan rokok dalam mengupah buruh rokok.

Ada ilustrasi percakapan jual beli ditambahkan oleh komikus, antara penjual dan pembeli. Pembeli disini ingin membeli rokok satu batang, namun ia menambahkan jika ia menginginkan rokok itu dengan harga buruh atau dengan kata lain dengan harga murah. Namun lucunya inilah jawaban dari penjual rokok “Wah... Ya kalo mau harga segitu... Ya silahkan ngelinting sendiri sana di pabrik” dan penjual ini menimpalkan “ini pasti mahasiswa miskin” karena mahasiswa ini ingin harga rokok dengan harga pabrik. Kata-kata penjual yang seakan menyuruh calon pembeli ini melinting di pabrik agar mendapat harga murah, daripada membeli pada dirinya sendiri, ya jelas karena penjual mencari untung, sama seperti pabrik yang mencari untung dari para penjual rokok asongan atau eceran.

Pada panel ini digambarkan ada sebuah rokok, satu puntung rokok untuk semakin menggambarkan bahwa itu hanya barang yang kecil yang diperjualbelikan untuk sekedar dihisap asapnya, dan dari ilustrasi digambarkan satu buah rokok ini mempunyai harga yang berbeda-beda saat ada di tangan yang berbeda pula, Pabrik-Penjual-Pengecer. Perbedaan harga disini yang coba disampaikan oleh komikus dalam sebatang rokok yang hebat ini. Lalu dari ilustrasi penjual-pembeli dibagian bawah komik, ini suatu gambaran yang biasa, yang selalu tampak dalam keadaan sehari-hari dalam kehidupan. Tenaga penjual seperti pengasong ini menggambarkan bahwa rokok masuk dalam segala golongan masyarakat, karena penjual asongan ini dapat di ecer atau dengan kata lain dibeli rokoknya secara satuan buah atau per batang. Dan pembeli pun punya peran penting disini sebagai peminat sehingga pemasok atau agen perusahaan rokok pun bisa masuk dalam golongan masyarakat menengah kebawah-miskin agar

tetap bisa menikmati produk cita rasa tersebut, beginilah cara industri rokok mencakup semua golongan dan mahasiswa sebagai gambaran yang membeli rokok per batang.

Tabel 3. 8 Harga sebatang rokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Pedagang Asongan	Gambaran penjual dengan kotak kecil yang biasanya seperti rokok, permen, tisu, korek, vitamin, dll. Biasanya menjajakan dagangannya di ruang publik di kota-kota, seperti terminal, stasiun dll	Pada panel Hebatnya bisnis rokok ini, membahas satu batang rokok besar dan harga jualnya, juga terdapat percakapan mahasiswa (miskin) dan pedagang asongan. Percakapan antara pembeli dan pedagang seperti umumnya,	Dalam panel ini kita dapat mengetahui bahwa harga buruh dan harga jual sangatlah beda jauh sekali, harga buruh sangat rendah dan harga jual berpuluh-puluh kali lipatnya. Dapat disimpulkan bahwa buruh pabrik sangatlah kasian dalam bisnis ini,
Mahasiswa Miskin	Gambaran mahasiswa adalah pelajar yang diidentikan dengan perantauan dan biasanya dengan budget yang pas-pasan atau tidak ada uang	mahasiswa ingin membeli rokok kepada pedagang, namun lucunya dia membelinya ingin dengan atau setara harga buruh, yang jelaslah ditimpali oleh pedagang dengan “linting sendiri di pabrik sana!” Karena jika di pabrik, buruh diupah Rp. 50,- per batang rokok, dan jika	pedagang sangat diuntungkan, lebih diuntungkan lagi ya pemilik pabrik rokoknya, tidak bekerja namun pendapatannya sangat deras. Namun semua itu mungkin tidak masalah dengan buruh pabrik, karena mereka tertutup dengan kesadaran palsu, mereka tetap merasa diuntungkan dengan pekerjaan mereka itu.
Rokok harga Buruh	Gambaran satu batang rokok yang dijual dengan harga sesuai dengan gaji atau upah buruh pabrik	dijual dengan harga Rp. 800,- rupiah per batang. Perbedaan harga yang sangat jauh dan jomplang sekali, bumi dan langit.	
Rokok harga Jual	Gambaran satu batang rokok yang dijual oleh pedagang, yang harganya lebih mahal dari harga buruh dan harga pabrik		

9. Wawancara dengan Buruh Pabrik



Gambar 3. 9 Wawancara dengan buruh pabrik

Seperti lanjutan dari bagian wawancara sebelum-sebelumnya, disini kembali komikus memberikan ilustrasi wawancara antara wartawan dengan buruh pabrik. Dari percakapan dengan buruh pabrik perempuan dapat informasi bahwa, di pabrik ia dipekerjakan untuk melinting rokok dan membungkus rokok juga. Pabrik rokok agak selektif dalam memilih perempuan untuk melinting juga alasannya karena menurut buruh tersebut bahwa perempuan lebih rapi dalam melinting dan juga penurut. Kembali dengan gaya nyeleneh, wartawan menyatakan “lho..kan lebih banyak lelaki yang merokok” lalu buruh menjawab, laki-laki juga ada, namun mereka lebih cocok dan dipntaskan menjadi satpam saja. Kata-kata lebih rapi dan lebih nurut menjelaskan bahwa perempuan lebih telaten dalam bekerja, konsisten, rapih mungkin juga lebih cepat.

Namun kata penurut disini sedikit rancu mungkin karena perempuan disini dapat dikatakan lemah dan tidak dominan, tidak dapat melawan dari aturan-atauran pabrik, makadari itu perempuan lebih nurut dan gampang diatur. Wartawan kembali menyodorkan pertanyaan “Apa perempuan ndak bahaya kerja di tempat seperti ini?” dan buruh tersebut menjawab “lebih bahaya kalo saya Cuma nganggur mas” dan menimpali “eh sudah ya.. saya mau kerja lagi, takut dimarahi mandor”. Dari kalimat ‘lebih bahaya kalo cuma nganggur’ dapat diindikasikan dari kehidupan ekonomi para buruh rokok yang mungkin kurang, makadari itu di artikan sebagai ‘bahaya’. ‘Takut dimarahi mandor’ juga termasuk pendukung dari penguatan bukti diatas jika perempuan itu penurut. Bagi sebagian pekerja pabrik atau buruh, upah yang mereka dapat dirasakan mereka itu cukup. Namun jika dilihat dari apa yang pabrik dapatkan dari hasil kerja mereka, buruh mendapat ketidakadilan sebenarnya, tetapi karena buruh merasa semua baik dan cukup, kehidupannya tercukupi, maka mereka tetap memilih untuk itu, kesadaran palsu yang pabrik ciptakan untuk para buruh.

Panel ini hampir sama seperti sesi wawancara sebelum-sebelumnya, kali ini mengambil setting tempat di pabrik rokok dan mewawancarai buruh rokok yang ternyata seorang perempuan. Sama seperti sebelumnya bahwa wartawan berpakaian rapih dan memegang rekorder alat perekamnya, dan buruh wanita sebagai narasumber yang biasa memainkan gestur tangannya. Tidak ada yang aneh disini, semua tampak biasa, bahkan narasumber disini tampak sangat senang di wawancarai oleh wartawan sebentar, namun dari mimik wajah dan komikus mencoba menyampaikan bahwa buruh wanita ini tampak cukup senang dengan ia bekerja melinting rokok di pabrik dalam waktu yang sudah lama ia ungkapkan dalam wawancaranya. Seolah-olah bekerja di pabrik sebagai buruh linting rokok memang mengasyikan. Dan kembali membahas bahwa ini ialah potret nyata dari pabrik rokok yang kebanyakan bekerja menjadi buruh yaitu wanita, para ibu rumah tangga dan remaja yang tidak bersekolah, yang dipilih karena selain dapat menambah uang saku, menambah kegiatan, sektor kerapihan dan penurut juga faktor pendukung penting bagaimana memperkerjakan mereka dengan baik dan mendapatkan untung yang sangat besar.

Tabel 3. 9 Wawancara dengan buruh pabrik

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Wartawan	Gambaran orang yang biasa mewawancarai atau meliput berita	Wartawan mewawancarai buruh pabrik perempuan,	Panel ini pabrik rokok kembali lagi menanamkan kesadaran palsu bagi para buruh
Buruh Pabrik Perempuan	Gambaran perempuan yang bekerja di dalam pabrik rokok	mewawancarai tentang bagaimana perempuan banyak menjadi buruh pabrik, yang menurutnya perempuan lebih terampil, teliti dan penurut, dan mereka (buruh perempuan) tidak merasa berbahaya bekerja di pabrik rokok, namun lebih berbahaya jika mereka tidak bekerja	khususnya perempuan, mereka lebih penurut dan mudah diatur mungkin memang benar, dengan kebijakan-kebijakan pabrik mereka tidak melawan, mereka lebih takut dimarahi mandor dan lebih takut menganggur daripada bekerja dengan upah minim atau dikerjai.
Takut dimarahi mandor	Tulisan atau kalimat didalam panel “takut dimarahi mandor!” yang diartikan sebagai tergesa-gesa dan rasa takut		

10. Salah satu cara agar orang tetap merokok



Gambar 3. 10 Salah satu cara agar orang tetap merokok

Pada panel ini diberikan salah satu cara bagaimana membuat orang terus merokok, membuat orang-orang terus membeli rokok. Menyediakan dan memasok rokok dimana saja, Mall hingga ujung-ujung jalan, bahkan ada yang keliling, juga yang lebih mengasyikan tidak ada batas maksimal dan minimal, boleh membeli satu batang saja. Contohnya warung-warung, SPG, dan pengasong. Komikus menambahkan opininya dibagian bawah panel yang bertuliskan “Infakkan uangmu ke rokok! Walau sedikit yang kamu punya, pasti akan bermanfaat untuk kami (pabrik rokok)”. Jika dari ajaran agama, yang namanya infak, dan walau memang sedikit, pasti akan bermanfaat kelak. Pernyataan tersebut yang digunakan oleh komikus mengatasnamakan pabrik rokok dengan cara yang kritis.

Banyak cara yang dilakukan pabrik rokok untuk memasarkan produknya lebih dekat atau merakyat dengan kita, dan antara lainnya; sponsori macam-macam acara, perbanyak distribusi dan tenaga penjual, iklan yang sensasional-inovatif dan dimana-mana.

Pada panel ini terdapat penekanan gaya huruf pada kalimat “Buat orang-orang terus membeli!” dengan ukuran huruf yang besar dan ditebalkan. Dan tentunya membuat kalimat tersebut berhubungan dengan gambar rokoknya, mulai dari satu batang, bungkus rokok isi 12 batang, isi 16 batang, isi 24 batang, berupa kaleng isinya banyak, 1 slop isinya banyak juga, dan gambar kardus yang artinya isinya lebih banyak lagi. Berikut adalah cara mendistribusikan rokok dengan berbagai macam kemasan, tergantung dan sesuai kebutuhan konsumen. Semakin besar kardus dan semakin banyak rokok yang dibeli, semakin setia ia terhadap rokok dan semakin kaya pula pabrik rokok tersebut.

Tabel 3. 10 Salah satu cara agar orang tetap merokok

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Rokok satu batang, rokok satu bungkus	Gambaran rokok satu batang, rokok satu bungkus isi 12 batang, isi 16 batang, dan isi 24 batang	Dalam panel ini kita dapat mengetahui bagaimana cara memasarkan rokok agar mencapai jangkauan yang luas dan terpelosok, dengan berbagai cara dan berbagai agen	Panel berikut mengajarkan kita bahwa pemasaran juga ada banyak berbagai cara, dari kemasan produk yang bisa di ecer, hingga agen-agen penjual seperti
1 kaleng rokok, 1 slop rokok	Gambaran rokok dengan jumlah lebih dari 1		

dan 1 dus rokok	bungkus yang 24 batang	dalam memasarkan dan juga menjualnya, dari 1 batang, setengah bungkus, satu bungkus isi 12, satu bungkus isi 16, satu bungkus 24 batang, satu kaleng, satu slop, satu kardus, komikus juga membuat kotak peringatan rokok yang isinya malah kebalikan dari fakta merokok yang sebenarnya, isinya malah seperti ajakan untuk terus membeli produknya agar mereka (pabrik rokok) untung besar.	warung, asongan dan SPG dll. Itu semua demi memperluas jangkauan, menambah konsumen, dan menambah keuntungan tentunya, bahkan pemasaran hingga promo menarik dengan menjanjikan hadiah bingkisan seperti payung, kaos, jam, uang, dll. Inilah cara pabrik rokok agar orang-orang terus merokok.
Kotak peringatan bahaya rokok	Gambaran kotak teks pada rokok biasanya berupa peringatan berupa ancaman atau gangguan kesehatan bagi perokok		

