

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merokok adalah kebiasaan yang mendunia dengan prevalensi tinggi di berbagai negara, menunjukkan betapa kebiasaan ini telah mendarah daging di masyarakat. Namun, di balik tingginya angka prevalensi, terdapat masalah kesehatan serius. Berbagai penyakit kronis seperti kanker paru-paru, penyakit jantung, dan stroke mengintai para perokok. Oleh karena itu, merokok bukan sekadar kebiasaan pribadi, melainkan masalah kesehatan masyarakat yang mendesak untuk ditangani. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) melaporkan pada 16 Januari 2024 menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan global dalam prevalensi penggunaan tembakau, masalah ini masih menjadi tantangan kesehatan masyarakat yang serius. Sekitar 1,25 miliar orang dewasa di seluruh dunia masih mengonsumsi tembakau.



Gambar 1. 1 Statistik Kebiasaan Merokok di Berbagai Negara

Sumber: Radio Republik Indonesia, 2024

(diakses pada tanggal 18 September 2024)

Rokok sudah dikenal luas oleh masyarakat dan dianggap sebagai produk konsumsi biasa tanpa konsekuensi moral atau etika bagi laki-laki sebagaimana data yang dilampirkan menunjukkan Indonesia memiliki perokok sebesar 70,5 persen dari populasi (Yusuf, 2024)(Ummah, 2019). Dalam iklan Indonesia, laki-laki adalah simbol utama "pengguna rokok. Hal itu dianggap wajar bagi pria, tetapi tidak bagi perempuan. Dalam masyarakat, perempuan yang merokok seringkali dianggap melanggar norma sosial yang berlaku. Hal ini disebabkan karena perempuan secara tradisional dikaitkan dengan sifat-sifat feminin seperti kelembutan dan kasih sayang, serta peran domestik. Akibatnya, merokok dianggap sebagai perilaku yang tidak sesuai dengan citra ideal perempuan, dan mereka yang melakukannya dianggap menyimpang dari ekspektasi sosial (Wahidah, 2021).

Table 4.4 (continued): Number of adults ≥ 15 years old who are current smokers of various tobacco products, by gender and selected demographic characteristics – GATS Indonesia, 2021.

Demographic Characteristics	Any smoked tobacco product	Any cigarette ¹	Type of Cigarette				Other smoked tobacco ²
			White	Hand-rolled	Kretek	Shisha	
				Number in thousands			
Male	66,561.0	66,379.3	12,374.4	11,933.0	57,076.6	1,991.3	2,731.6
Age (years)							
15-24	11,936.1	11,936.1	2,963.5	1,670.4	10,595.2	792.5	596.8
25-44	30,938.3	30,846.0	6,120.2	4,526.7	26,422.8	936.2	1,447.8
45-64	18,964.8	18,901.4	2,885.9	3,961.0	16,304.5	226.8	561.9
65+	4,721.8	4,695.9	404.7	1,774.9	3,754.2	35.8	125.0
Residence							
Urban	36,803.6	36,673.4	6,994.0	3,713.7	31,790.9	1,058.7	1,034.0
Rural	29,757.4	29,705.9	5,380.4	8,219.3	25,285.7	932.6	1,697.5
Education Level							
< Primary school completed	9,303.1	9,267.3	1,284.1	2,902.0	7,383.9	99.7	210.7
Primary school completed	17,009.8	16,990.7	2,979.8	4,780.6	14,471.2	473.4	833.7
Secondary school completed	13,689.9	13,689.9	2,451.9	1,918.8	12,090.0	500.1	528.7
High school completed	21,857.8	21,765.5	4,880.6	2,073.6	19,015.3	796.8	971.3
College or University +	4,700.4	4,666.0	778.1	257.9	4,116.2	121.4	187.2
Work Status							
Employed	22,101.1	22,043.2	3,709.1	2,484.3	19,325.1	706.2	732.8
Self-employed	33,180.3	33,097.6	6,168.1	7,476.4	27,895.7	625.0	1,454.9
Students	3,882.8	3,882.8	1,162.6	497.1	3,244.5	323.9	181.7
Homemakers	-	-	-	-	-	-	-
Unemployed	7,396.9	7,355.7	1,334.6	1,475.3	6,611.4	336.2	362.1
Female	2,319.5	2,162.7	473.6	444.1	1,720.8	141.2	305.9
Age (years)							
15-24	347.7	269.4	209.6	220.0	169.1	141.2	198.0
25-44	578.5	578.5	125.3	121.4	432.3	0.0	0.0
45-64	1,095.9	1,095.9	112.3	26.0	968.8	0.0	8.4
65+	297.4	218.9	26.5	76.7	150.6	0.0	99.5
Residence							
Urban	1,165.9	1,144.5	225.5	27.4	1,011.3	21.5	57.2
Rural	1,153.5	1,018.2	248.1	416.8	709.6	119.7	248.7
Education Level							
< Primary school completed	663.1	584.6	46.5	113.8	486.7	0.0	99.5
Primary school completed	734.6	734.6	143.5	170.1	505.2	0.0	0.0
Secondary school completed	436.8	415.4	188.6	160.2	346.5	141.2	149.6
High school completed	442.4	385.6	95.1	0.0	339.9	0.0	56.8
College or University +	42.5	42.5	0.0	0.0	42.5	0.0	0.0
Work Status							
Employed	254.0	254.0	20.6	16.4	231.3	0.0	0.0
Self-employed	839.0	839.0	135.9	180.3	615.4	0.0	0.0
Students	21.5	0.0	0.0	0.0	0.0	21.5	21.5
Homemakers	1,031.4	1,031.4	308.7	247.4	844.3	119.7	147.1
Unemployed	173.6	38.3	8.4	0.0	29.9	0.0	137.3

¹ Includes white, hand-rolled, and kretek cigarettes.

² Includes pipes, cigars, and any other reported smoking tobacco products.

Gambar 1. 2 Data Perokok di Indonesia

Sumber: *Global Adult Tobacco Survey (GATS)*

Indonesia Reports 2021 ((WHO), 2021)

Masalah kebiasaan merokok di Indonesia lebih sering dikaitkan dengan laki-laki. Namun, anggapan bahwa perempuan tidak terlibat dalam masalah ini adalah keliru. Data diatas menunjukkan bahwa meskipun jumlah perokok pria lebih tinggi, namun perempuan juga berkontribusi pada meningkatnya prevalensi merokok. Faktor-faktor seperti tekanan sosial, pengaruh teman sebaya menjadi alasan utama seorang perempuan merokok. Data yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yuniarma et al., 2023) menunjukkan bahwa sekitar 2,1 juta perempuan di Indonesia merupakan perokok aktif, menampilkan bahwa perempuan di Indonesia perokok. Para promotor kesehatan di Indonesia telah menyuarakan kekhawatiran akan meningkatnya jumlah perokok perempuan (Rosemary & Werder, 2024).

Berdasarkan temuan dalam buku “Perempuan berbicara KRETEK” oleh (Abmi Handayani, 2012) menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan perubahan persepsi terhadap pandangan perempuan merokok di Indonesia. Menurut (Abmi Handayani, 2012) tersebut, pergeseran pandangan masyarakat yang memunculkan stigma “tabu” bagi perempuan perokok dalam kurun waktu yang relatif singkat berupa 10-20 tahun terakhir. Faktor-faktor utama yang berkontribusi pada perubahan persepsi ini meliputi peran pemerintah melalui kampanye iklan layanan masyarakat tentang bahaya merokok, peran institusi kesehatan seperti dokter, perawat, bidan, dan mantri kesehatan yang menyebarkan informasi kesehatan, serta peran media massa seperti koran, majalah, televisi, dan radio yang membentuk opini publik, Kombinasi dari ketiga faktor ini secara signifikan membentuk pandangan negatif dan stigma yang kini melekat pada perempuan merokok di budaya Indonesia.

Tetapi walaupun perempuan berkontribusi terhadap peningkatannya prevalensi merokok, perempuan yang merokok di satu sisi dianggap modern namun di sisi lain mereka masih sering dihakimi dan dicap negatif, khususnya perempuan berhijab yang memiliki ekspektasi tersendiri dalam masyarakat (Adiba, 2023). Berdasarkan buku (Abmi Handayani, 2012) yang berjudul “Perempuan berbicara KRETEK” menjelaskan bahwa di masa lalu, rokok dapat dikonsumsi oleh siapa saja, termasuk perempuan tanpa adanya konsekuensi moral atau etika yang negatif. Rokok pada dasarnya “hanyalah merokok”. Namun, seiring waktu pandangan masyarakat bergeser secara drastis. Saat ini, apabila seseorang perempuan terlihat merokok, ia rentan dilabeli secara negatif, seperti “tidak baik”, “nakal”, atau bahkan “jalang”. Perubahan stigma ini menandai munculnya “tabu” sosial terhadap perempuan perokok.

Setelah mengamati gambaran dan persepsi umum mengenai merokok di Indonesia terhadap perempuan pembahasan ini akan beralih untuk menelaah fenomena tersebut dalam konteks yang lebih spesifik. Kota Bandung Jawa Barat, sebagai salah satu wilayah yang memiliki kekayaan budaya, menyimpan dinamika tersendiri terkait kebiasaan merokok yang patut dicermati. Berdasarkan buku (Sunaryo, 2013) yang berjudul “Kretek Pusaka Nusantara” menggambarkan bahwa rokok kretek telah lama menjadi bagian integral dari kehidupan dan tradisi masyarakat di Jawa Barat. Kehadirannya dipandang sebagai warisan dan tradisi leluhur yang mengakar kuat.

Dalam buku (Sunaryo, 2013) menjelaskan bahwa persepsi terhadap kebiasaan mengonsumsi rokok telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari individu dan keluarga. Selain itu juga rokok dijelaskan mempunyai aspek yang menyetuh sosial dan ekonomi masyarakat Jawa Barat, di mana produksi dan konsumsi kretek memiliki dampak signifikan terhadap mata pencarian petani dan pekerja di industri tembakau Jawa Barat khususnya di salah satu Kota Besar di Jawa Barat yaitu Bandung.

Wilayah Jawa Barat	Persentase Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas yang Merokok dalam Sebulan Terakhir (Persen)					
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Provinsi Jawa Barat	13,99	24,23	23,91	19,43	11,86	6,58
Bogor	14,10	26,33	23,49	20,16	10,53	5,38
Sukabumi	15,56	23,07	22,03	18,37	12,76	8,27
Cianjur	15,57	23,06	20,94	19,14	13,02	8,27
Bandung	15,26	23,96	25,02	19,28	10,96	5,52
Garut	18,76	25,22	21,31	18,18	9,86	6,67
Tasikmalaya	11,93	22,46	21,09	19,61	15,63	9,28
Ciamis	14,21	19,24	19,67	18,87	16,47	11,58
Kuningan	12,69	22,41	23,33	18,47	12,66	10,44
Cirebon	14,13	25,34	25,44	18,50	10,94	5,64
Majalengka	12,59	23,60	23,49	20,70	11,43	8,20
Sumedang	13,24	22,56	20,73	18,02	14,95	10,5
Indramayu	12,72	25,44	24,26	19,77	11,44	6,3
Subang	14,00	21,56	21,45	20,58	13,80	8,4
Purwakarta	16,12	26,75	21,94	17,58	11,65	5,9
Karawang	13,00	25,23	25,38	17,22	12,61	6,5
Bekasi	10,13	27,50	28,68	19,31	10,33	4,0
Bandung Barat	17,32	22,80	23,16	17,80	11,99	6,9
Pangandaran	12,44	19,86	19,21	18,63	17,52	12,3

Gambar 1. 3 Persentase Merokok di Wilayah Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024

(Diakses pada tanggal 18 September 2025)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat yang diperbarui pada 16 Januari 2024 memperlihatkan persentase usia 15 tahun ke atas yang merokok dalam sebulan terakhir di Kota Bandung pada tahun 2022 menunjukkan angka yang cukup tinggi, terutama pada usia kelompok usia produktif. Pada kelompok usia 15-24 tahun, sebanyak 15,26% individu tercatat sebagai perokok aktif. Angka ini meningkat pada kelompok usia 25-34 tahun dengan persentase mencapai 23,96%, dan mencapai puncaknya pada kelompok usia 35-44 tahun sebesar 25.02%. Hal ini menunjukkan bahwa merokok merupakan suatu praktik yang umum dikalangan penduduk usia muda di Bandung, termasuk kelompok perempuan berhijab yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Budaya merokok di Kota Bandung, meskipun berada dalam lingkungan urban yang cenderung lebih terbuka dan heterogen, tetapi dibayang oleh norma-norma sosial dan nilai patriarki yang kuat, terutama terhadap perempuan. Dalam studi etnografi yang dilakukan oleh (Nangoi & Daeli, 2023), ditemukan bahwa perempuan yang merokok di Kota Bandung sering kali memilih untuk tidak merokok di tempat umum karena takut dianggap menyimpang secara moral. Perempuan yang merokok masih sering dilabeli sebagai "nakal", tidak sopan, atau melanggar norma kesalehan, terlebih jika mereka memiliki identitas religius seperti berhijab atau memiliki status sosial tertentu. Salah satu informan bahkan secara eksplisit menyatakan bahwa ia tidak pernah merokok di luar rumah demi menjaga citranya sebagai seorang bidan, dengan berkata, "Harus jaga image, nanti dilihat orang, 'masa bidan ngerokok?'". Stigma ini tidak hanya datang dari masyarakat sekitar, tetapi juga dari nilai-nilai yang diwariskan dalam keluarga dan lingkungan sejak kecil, yang secara tidak sadar membentuk persepsi negatif terhadap perempuan yang merokok (Nangoi & Daeli, 2023).

Stigma terhadap perempuan yang merokok di Kota Bandung tidak muncul begitu saja, melainkan hasil bentukan dari sejarah sosial dan budaya patriarki yang mengeser pandangan dan mengakar pada budaya Indonesia (Nangoi & Daeli, 2023). Dalam kajian Nangoi & daeli, 2023 disebutkan bahwa rokok sejak lama diidentikan dengan maskulinitas, kekuatan, dan bahkan kejantanan. Namun bagi perempuan dan pria tidak ada pandangan khusus terhadap merokok, tetapi karena praktik sosial maupun dalam representasi budaya seperti film dan iklan yang selalu mensymbolisme kan merokok dengan maskulinitas, kini perempuan merokok terutama yang berhijab dibebani oleh ekspektasi moral dan kesalehan yang menuntut mereka untuk menjaga

citra, kesopanan, dan "kesucian" di ruang publik. Di tengah budaya patriarki ini, hijab menjadi simbol kuat religiositas yang sering kali dikaitkan secara sempit dengan perilaku-perilaku yang dianggap "baik" atau "benar" oleh masyarakat.

Berdasarkan data yang ditunjukkan oleh (Pertiwi & Asnawi, 2022) dalam jurnalnya yang berjudul "Membaca Persoalan Hijab dan Otonomi Perempuan melalui *Epistemology Ignorance*", data menunjukkan adanya peningkatan tren penggunaan hijab di Indonesia. Sebuah survei yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2014 terhadap 626 responden mengungkapkan bahwa sebanyak 63,58% responden telah menggunakan hijab, dengan 54,25% di antaranya bahkan telah mengenakan hijab selama lebih dari lima tahun. Angka mengenai perempuan berhijab diperkuat oleh laporan dari *moeslimchoice.com* yang mengindikasikan lonjakan signifikan pengguna hijab di Indonesia, dari 47% pada tahun 2012 menjadi 72% pada tahun 2018. Data ini secara kolektif menggambarkan bahwa penggunaan hijab telah menjadi fenomena yang semakin luas dan mengakar di kalangan perempuan Indonesia.

Artikel "Hijab di Indonesia: ejarah dan Kontroversinya" yang ditulis oleh (Qibtiyah, n.d.), penggunaan hijab di Indonesia telah menunjukkan peningkatan popularitas yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Meskipun belum ada data pasti mengenai jumlah pemakai hijab secara menyeluruh, sebuah survei pada tahun 2014 melaporkan bahwa mayoritas responden perempuan Muslim telah memakai atau berencana memakai hijab, tren ini tidak hanya terlihat secara umum, tetapi juga secara khusus di Bandung, Jawa Barat, di mana pasar pakaian Muslim melaporkan peningkatan peluang bisnis hingga lima kali lipat dari tahun 2012 hingga 2018. Selain itu, komunitas seperti *Hijabers Community*, yang didirikan pada tahun 2010, juga memiliki cabang di Bandung, menunjukkan semakin luasnya adopsi dan penerimaan hijab sebagai bagian dari gaya hidup perempuan Muslim di Bandung.

Bagi banyak perempuan muslim, mengenakan hijab adalah bentuk pengabdian dan ketaatan kepada agamanya. Hijab menjadi simbol identitas keagamaan, moralitas, dan kesucian. Bagi mereka, mengenakan hijab adalah pilihan pribadi yang mendalam dan merupakan bagian vital dari keyakinan mereka. Pandangan terhadap perempuan berhijab tidak selalu memiliki artian yang sama. Hal tersebut terpengaruh oleh berbagai faktor, termasuk budaya, agama, politik, dan kondisi masyarakat dimana tempat mereka tinggal. Negara barat dipandang sebagai cermin bagi masyarakat muslim untuk merefleksikan identitas dan nilai nilainya. Di satu sisi, negara barat

menjadi acuan dalam modernisasi dan kemajuan. Hijab dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap pengaruh barat yang dianggap merusak nilai-nilai agama (Varisco, 2012: 112).

Penelitian tentang stigma yang diterima oleh perempuan berhijab yang merokok dan negosiasi identitas yang dilakukan mencerminkan dinamika kompleks antara norma sosial, identitas individu, dan konstruksi gender dalam masyarakat. Perempuan berhijab lazimnya dianggap sebagai simbol yang mempresentasikan nilai-nilai religius dan ketaatan terhadap agama. Hal tersebut berpotensi menimbulkan stigma yang mempengaruhi cara mereka diperlakukan dipersepsikan oleh ruang lingkup mereka. (Christy, 2012; Fakriah, 2020). Seperti yang dikutip oleh Atan et al. (2023). Perempuan yang mengenakan hijab dan merokok umumnya menghadapi stigma yang lebih kuat dibandingkan dengan perempuan non-hijab yang merokok. Hijab, yang lebih dari sekadar pakaian, dianggap sebagai representasi ketaatan terhadap agama untuk seseorang. Oleh karena itu, tindakan merokok bagi perempuan berhijab seringkali dianggap bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan yang melekat dengan hijab.

Penelitian ini akan memfokuskan pada pengalaman perempuan berhijab di Kota Bandung dikarenakan beberapa faktor, salah satunya adalah keberadaan komunitas muslim yang besar di Bandung memungkinkan untuk dapat meneliti dinamika *internal* komunikasi yang dialami oleh seorang perempuan berhijab yang merokok secara mendalam. Meskipun Kota Bandung memiliki keterbukaan terhadap budaya modern, data mengenai perempuan berhijab yang merokok masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fenomena ini ada, masih terdapat hambatan sosial yang membuat perempuan berhijab yang merokok cenderung tidak menampilkan kebiasaannya secara terbuka karena masih adanya budaya patriarkis dengan meneliti fenomena ini, penelitian dapat mengungkap sejauh mana stigma yang dimunculkan oleh budaya patriarkis masih mempengaruhi perempuan berhijab yang merokok serta bagaimana mereka melakukan negosiasi identitas dalam penyesuaian diri dalam lingkungan yang masih mempertahankan norma sosial yang kuat.

Peneliti mengadopsi penelitian yang dilakukan oleh (Nangoi & Daeli, 2023) yang berjudul “Studi Etnografi Tentang Stigmatisasi dan Konformitas Perempuan Perokok dalam budaya patriarki” karena relevansinya yang tinggi dengan konteks sosial dan kultural di Kota Bandung terhadap perempuan perokok dalam masyarakat

patriarki. Studi tersebut memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana konstruksi gender, nilai religius, dan norma sosial berperan dalam membentuk persepsi negatif terhadap perempuan yang merokok, termasuk di lingkungan urban seperti Kota Bandung. Selain itu, penelitian Nangoi dan Daeli, 2023 menyertakan perspektif informan perempuan dan laki-laki di Kota Bandung mengenai pandangan mereka terhadap perempuan berhijab merokok.

Penelitian ini membahas mengenai stigma yang dialami oleh perempuan berhijab yang merokok dan negosiasi identitas yang dilakukan. Dengan menggunakan Teori Negosiasi Identitas sebagai teori unit analisis dengan jumlah 5 informan. Objek penelitian ini merupakan Kota Bandung yang terletak di Jawa Barat. Peneliti akan mengulas bagaimana perempuan berhijab yang merokok melakukan negosiasi identitas dalam aspek kehidupan sosial dan pribadinya. Individu yang terlibat dalam proses negosiasi identitas yang akan mempengaruhi cara berkomunikasi, terutama dalam menampilkan dirinya pada masyarakat. Penelitian ini mengangkat metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan analisis yang bersifat deskriptif.

Mengingat fenomena yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai negosiasi identitas yang dilakukan oleh perempuan berhijab menggunakan Teori *Negotiation Identity* yang dikenal dan dikembangkan oleh Stella Ting-Toomey yang diambil oleh peneliti dari bukunya yang berjudul “*Communicating Across Culture* (2018)” yang memiliki tiga unit analisis utama yakni *Sociocultural Membership Identities*, *Sociorelational Role Identities* dan *Personal Identity Attributes*, ketiga unit analisis tersebut akan menjadi faktor esensial bagi peneliti untuk membuat pertanyaan yang dapat menggali pengalaman narasumber yang akan diwawancara. Dengan pendekatan Fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl (1859-1938). Fenomenologi yang dimulai sebagai aliran filsafat, telah berkembang menjadi sebuah metode penelitian kualitatif yang diadopsi oleh berbagai ahli ilmu sosial, termasuk komunikasi. Metode ini memfokuskan pada pemahaman mendalam terhadap makna subjektif yang dibangun oleh individu dalam konteks mereka (Ablelo et al., 2019).

Peneliti memilih narasumber yang termasuk dalam golongan remaja akhir berumur 21 tahun hingga 23 tahun, alasan peneliti memilih remaja akhir sebagai subjek wawancara yakni karena remaja tingkat akhir memiliki berbagai faktor yang dapat mendorong mereka untuk memulai merokok, mulai dari tekanan sosial yang

dialami dari teman sebaya hingga faktor psikologis seperti stress dan kecemasan juga menjadi pengaruh yang besar bagi remaja untuk memulai merokok. Data Riskedas (2013) dan Depkes RI (2013) yang dikutip oleh (Ablelo et al., 2019) menunjukkan bahwa prevalensi perokok di negara Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan terhadap penduduk berusia di atas 15 tahun tercatat sebesar 26,9% pada tahun 2009 dan angka tersebut terus meningkat hingga mencapai puncaknya pada tahun 2012 dengan persentase 34,7%. Kenaikan prevalensi tersebut menunjukkan adanya tren yang mengkhawatirkan terkait kebiasaan merokok di kalangan penduduk remaja di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa fenomena perempuan berhijab yang merokok merupakan sebuah realitas sosial yang kompleks dan rentan akan penilaian normatif dari masyarakat. Meskipun jumlahnya tidak sebanyak laki-laki, perempuan yang merokok khususnya yang berhijab menghadapi tekanan sosial dan stigma yang lebih berat karena bertentangan dengan ekspektasi *gender* dan religius yang melekat pada identitas mereka. Penelitian ini yang berjudul **“FENOMENA NEGOSIASI IDENTITAS PEREMPUAN BERHIJAB MEROKOK” (FENOMENOLOGI PEREMPUAN BERHIJAB MEROKOK DI KOTA BANDUNG)** menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl (1859-1938) untuk mengungkap makna pengalaman subjektif informan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan perempuan berhijab merokok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan menjalani proses negosiasi identitas melalui strategi penyesuaian diri dalam berbagai konteks sosial. Dengan menggunakan Teori Negosiasi Identitas dari (Stella Ting-Toomey & Tenzin Dorjee, 2018), ditemukan bahwa ketiga unit analisis identitas budaya keanggotaan sosiokultural, identitas peran keluarga, dan Atribut Identitas Pribadi saling terkait dalam membentuk respons terhadap stigma sosial. 5 Informan yang diwawancarai cenderung menyembunyikan kebiasaan merokok di lingkungan yang konservatif namun lebih terbuka dalam ruang yang dianggap aman.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui fenomena negosiasi identitas yang dilakukan oleh perempuan berhijab yang merokok di Kota Bandung menggunakan *Negotiation Identity* (Stella Ting-Toomey & Tenzin Dorjee, 2018).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana fenomenologi pelaksanaan negosiasi identitas perempuan berhijab yang merokok di Kota Bandung?

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti mengenai proses negosiasi identitas yang dilakukan oleh perempuan berhijab yang merokok di Kota Bandung.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan penelitian dengan menggunakan negosiasi identitas. Temuan-temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang mengeksplorasi bagaimana perempuan berhijab menegosiasikan identitas mereka dalam konteks sosial yang kompleks.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perempuan Berhijab

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi perempuan berhijab yang merokok tentang dinamika identitas mereka dan bagaimana stigma sosial mempengaruhi cara mereka berkomunikasi. Penelitian ini pun diharapkan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh perempuan berhijab yang merokok sebagai *coping mechanism* agar dapat memilih sarana yang lebih baik.

2. Bagi Masyarakat

Harapan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat umum agar mereka dapat mengerti lebih dalam dan menghindari perilaku diskriminatif terhadap perempuan berhijab yang merokok.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dengan meningkatkan pemahaman, mengurangi stigma, dan mendorong kebijakan yang lebih inklusif terkait dengan perempuan berhijab yang merokok. Tujuan akhir dari penelitian adalah untuk menciptakan masyarakat yang lebih terbuka, toleran dan menghargai perbedaan dengan lebih memahami apa yang dilalui oleh perempuan berhijab yang merokok.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Table 1. 1 Waktu Penelitian

NO	Jenis Kegiatan	2024			2025					
		OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	MEI	JUN	JUL
1	Penelitian Pendahuluan									
2	Seminar Judul									
3	Penyusunan Proposal									
4	Seminar Proposal									
5	Pengumpulan Data									
6	Pengolahan dan Analisis Data									
7	Pengerjaan BAB IV-V									
8	Pendaftaran Sidang									
9	Ujian Skripsi									

Sumber: Olahan Penelitian, 2024

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti memilih lokasi secara strategis karena memiliki keterkaitan yang kuat dengan objek dan subjek penelitian, sehingga dapat memberikan data yang lebih akurat dan relevan.