

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN LARANGAN IKLAN ROKOK DI KOTA BOGOR SEBAGAI UPAYA MELINDUNGI GENERASI MUDA DARI BAHAYA MEROKOK TAHUN 2023

Kholil Gibran⁽¹⁾, Meita Veruswati⁽²⁾, Ipik Muhammad Fikri⁽³⁾, Mega Puspa Sari⁽⁴⁾

⁽¹⁾ Program Studi Kesehatan Masyarakat/Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

*Email : kholilgibrankr@gmail.com

⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾ Dosen Kesehatan Masyarakat/Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

ABSTRAK

Menurut data dari *The Tobacco Atlas* tahun 2019, Indonesia memiliki populasi perokok tertinggi ketiga di dunia setelah China dan India yaitu sebesar 61,5 juta perokok, atau 22% dari jumlah seluruh populasi di Indonesia. Prevalensi perokok pada generasi muda di Indonesia umur 10-18 tahun sudah naik dari 7,2% pada tahun 2013 jadi 9,1% pada tahun 2018. Iklan rokok merupakan media promosi yang dapat meningkatkan target konsumen untuk memiliki perilaku merokok khususnya remaja. Kota Bogor merupakan salah satu kota yang sudah menerapkan larangan iklan rokok di wilayahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi Peraturan Walikota Bogor Nomor 3 Tahun 2014 tentang larangan penyelenggaraan reklame produk rokok di Kota Bogor. Teori yg digunakan dalam penelitian ini yaitu teori George C. Edward III dan jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Sumber data yaitu data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara (12 informan), telaah dokumen dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan implementasi kebijakan larangan iklan rokok di Kota Bogor masih belum terlaksana dengan optimal hal ini dikarenakan komunikasi belum terlaksana dengan baik oleh para pelaksana kebijakan dalam menjalankan peraturan walikota ini. Sumberdaya staf masih kekurangan personel di bidangnya. Pengangkatan birokrasi mengalami kendala karena para pelaksana kebijakan ini tidak dipilih secara langsung oleh atasan melainkan melalui BKSDM dan insentif para implementor tidak mendapatkannya melainkan melalui gaji pokok dan tunjangan selama bekerja. Para pelaksana kebijakan diharapkan agar lebih mengoptimalkan lagi dalam proses sosialisasi kepada sasaran kebijakan dan segera mengajukan ke BKSDM terkait penambahan personil.

Kata kunci: Iklan Rokok, Implementasi, Kebijakan

ABSTRACT

According to data from The Tobacco Atlas in 2019, Indonesia has the third highest smoking population in the world after China and India, at 61.5 million smokers, or 22% of the total population in Indonesia. The prevalence of smoking among young people in Indonesia aged 10–18 years has increased from 7.2% in 2013 to 9.1% in 2018. Cigarette advertisements are promotional media that can encourage target consumers to smoke, especially adolescents. Bogor City is one of the cities that has implemented a ban on cigarette advertisements in its area. The purpose of this study is to determine the implementation of Bogor Mayor Regulation Number 3 of 2014 concerning the prohibition of cigarette product billboards in Bogor City. The theory used in this research is the George C. Edward III theory, and this type of research uses a descriptive-qualitative method. The research data sources are primary and secondary data obtained through observation, interviews (12 sources), document review, and documentation.

The results showed that the implementation of the cigarette advertising ban policy in Bogor City was still not implemented optimally. This was because communication had not been carried out properly by policy implementers in carrying out this mayoral regulation. Staff resources still lack personnel in their fields. Bureaucratic appointments experience obstacles because the implementers of this policy are not directly selected by superiors but through BKSDM, and the incentives of the implementers do not come from basic salaries and allowances while working. Policy implementers are expected to further optimise the socialisation process for policy targets and immediately submit to BKSDM regarding additional personnel.

Keywords: *Cigarette Advertising, Implementation, Policy*

PENDAHULUAN

Menurut data dari *The Tobacco Atlas* tahun 2019, Indonesia memiliki populasi perokok tertinggi ketiga di dunia setelah China dan India yaitu sebesar 61,5 juta perokok, atau 22% persen dari jumlah seluruh populasi di Indonesia. Prevalensi perokok pada anak muda di Indonesia umur 10- 18 tahun sudah naik dari 7,2% pada tahun 2013 jadi 9,1% pada tahun 2018 (Riskesdas, 2018). Sementara itu, target dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024 yaitu presentasi merokok penduduk umur 10- 18 tahun menurun dari 9,1% jadi 8,7% pada tahun 2024 nanti. Salah satu arah kebijakan pembangunan yang juga telah ditetapkan adalah pelarangan total iklan dan promosi rokok. Pelarangan total terhadap iklan dan promosi rokok merupakan salah satu arah kebijakan pembangunan yang telah dibuat.

Iklan niaga produk tembakau, yang juga dikenal sebagai iklan produk tembakau, adalah iklan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan/atau mempromosikan suatu barang kepada kelompok sasaran dan membujuk konsumen untuk menggunakan produk tembakau yang ditawarkan (Pemerintah Indonesia, 2012). Salah satu metode yang digunakan oleh industri rokok untuk menarik perokok baru, khususnya perokok muda, adalah iklan rokok. Taktik periklanan dan promosi rokok selalu ditingkatkan karena iklan sangat

efektif dalam memikat perokok baru (Lovato et al., 2014).

Melalui Peraturan Walikota Bogor Nomor 3 Tahun 2014 tentang larangan penyelenggaraan reklame produk rokok di Kota Bogor sebagai bentuk respon atas bahayanya rokok untuk kesehatan. Dalam perwali tersebut ada 10 jenis iklan rokok yang dilarang diseluruh wilayah Kota Bogor yaitu reklame papan/ billboard/videotron/megatron serta sejenisnya, reklame kain, reklame menempel ataupun stiker, reklame selebaran, reklame berjalan terhitung pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide, dan reklame peragaan. Organisasi Perangkat Daerah(OPD) yang berwenang menerbitkan izin penyelenggaraan reklame (IPR) dilarang menerbitkan IPR rokok (Peraturan Walikota Bogor, 2014).

Penelitian terdahulu oleh Daniswari (2020), tentang implementasi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 39 Tahun 2014 tentang kawasan tanpa rokok dan larangan iklan rokok di Kota Pekanbaru, ditemukan bahwa Peraturan Walikota yang melarang pemasangan iklan rokok di Kota Pekanbaru masih berlaku, meskipun sudah tercantum dalam Pasal 7 ayat 2 Peraturan Walikota Pekanbaru. Hal ini didasarkan pada penelitian yang menemukan iklan rokok yang masih tayang dan daftar berbagai produsen rokok yang ada di Pekanbaru sebagai salah satu pengisi media.

Menurut penelitian (Putra et al., 2020) mengenai dampak iklan rokok

terhadap perilaku merokok siswa di Kota Banda Aceh, Indonesia, perilaku merokok di kalangan siswa sekolah menengah atas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh iklan rokok. Ketika ada papan iklan rokok di dekat sekolah, kemungkinan siswa untuk merokok meningkat sebesar 12,4%, sementara spanduk meningkatkan kemungkinan tersebut sebesar 18,4%.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat pada bulan Juni sampai Agustus 2023.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 13 orang yang terdiri dari informan kunci yaitu Kepala Seksi Penyuluh Kesehatan Masyarakat Muda Dinas Kesehatan Kota Bogor, informan utama yaitu Kepala Sub bidang penagihan Bapenda Kota Bogor, Kepala Sub Koordinator Perundang-undangan Bagian Hukum dan HAM Setdakot Kota Bogor, Kepala PPNS Satpol PP Kota Bogor. Informan pendukung masyarakat umum, pelajar, dan pemilik warung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, telaah dokumen dan dokumentasi. Sumber data penelitian adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Pengabsahan data meliputi triangulasi metode dan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Komunikasi

Penyaluran komunikasi yang baik akan dapat menghasilkan suatu implementasi kebijakan yang baik pula. Proses penyebaran informasi kepada sasaran kebijakan dari Perwali Bogor No.3/2014 tentang larangan

iklan rokok di Kota Bogor, para implemendor sudah melakukan sosialisasi. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara terstruktur yang dilakukan kepada informan yang hasilnya para implemendor mengatakan sudah pernah melakukan sosialisasi kepada sasarannya “*udah rutin setiap tahun, kita pasti ada kegiatan sosialisasi. Sosialisasi baik dalam bentuk pertemuan, dalam bentuk maupun dalam bentuk kampanye kesehatan kepada masyarakat...Lintas program dan lintas sektor*”(IK). Peneliti juga menggali pengetahuan masyarakat kota bogor terhadap larangan reklame rokok di Kota Bogor sebagian informan mengatakan belum pernah mendapatkan sosialisasi dari para pelaksana kebijakan. Hal ini di buktikan dengan penyebaran informasi mengenai larangan reklame rokok di kota bogor belum sepenuhnya diterima oleh sarana kebijakan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Qudsiyah (2023), yang mengungkapkan bahwa PP/No.109/2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan yang dimaksudkan untuk melindungi anak di bawah umur dari pembelian dan penjualan rokok di Kota Bekasi belum di implementasikan secara efektif. anak di bawah umur masih dapat membeli dan mengkonsumsi rokok secara bebas karena kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya penegakan hukuman yang tegas.

Komunikasi yang diterima oleh para pelaksana kebijakan haruslah jelas dan tidak membingungkan (tidak ambigu). Kemampuan para pelaksana untuk berkomunikasi dengan jelas selama proses pelaksanaan kebijakan Perwali bogor tentang larangan iklan

rokok sepenuhnya belum terlaksana dengan baik sebagaimana masih ada masyarakat yang belum mendapatkan kejelasan terkait adanya larangan iklan rokok di Kota bogor.

Perintah yang diberikan dalam pelaksanaan suatu komunikasi haruslah konsisten dan jelas (untuk diterapkan atau dijalankan). Konsistensi para pelaksana kebijakan larangan iklan rokok di kota bogor sudah dilaksanakan dengan baik namun belum terlaksana secara rutin dalam penegakkan dari peraturan walikota ini karena masih adanya masyarakat yang belum mendapatkan informasi mengenai peraturan walikota ini. Penelitian Noviafni & Khadir (2019) tentang implementasi Peraturan Daerah No. 24 Tahun 2012 tentang kawasan tanpa rokok dalam upaya penciptaan Kota Padang sebagai kota layak anak menunjukkan bahwa upaya telah dilakukan untuk mengatur tempat bebas rokok belum berjalan secara maksimal.

b. Sumberdaya

Adanya sumber daya manusia yang mumpuni maka memadai ataupun tidak kompeten dibidangnya merupakan penyebab tidak terlaksana dengan baik implementasi kebijakan. Sumber daya staf dalam pelaksanaan implementasi kebijakan larangan reklame rokok di Kota Bogor masih belum mencukupi, sehingga dalam pelaksanaan kebijakan tidak terlaksana dengan maksimal, *"Kalo mencukupi dengan wilayah Kota Bogor kurang, kalo masalah kompeten Insya Allah Kompeten"*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2013) tentang Implementasi Peraturan Daerah Kota Medan No 11/2011 Tentang Pajak Reklame, dengan hasil masih banyak kekurangan baik dari sumber daya

manusia maupun sumber daya non manusia standar dan tujuan kebijakan.

Informasi merupakan sumber penting dalam implementasi kebijakan. Pelaksanaan implementasi kebijakan dari peraturan walikota bogor tentang larangan reklame produk rokok menunjukkan bahwa informasi tentang perwali tersebut sudah dilaksanakan dengan baik, hal ini diketahui bahwa para implementor memberikan informasi baik secara langsung maupun online melalui situs web resmi.

Wewenang sangat diperlukan, terutama untuk menjamin dan meyakinkan bahwa kebijakan yang akan dilaksanakan adalah sesuai dengan mereka kehendaki. Sumberdaya wewenang dalam pelaksanaan peraturan walikota bogor tentang larangan reklame rokok sudah menjalankan wewenang masing-masing yang sesuai tugas dan fungsi mereka dalam proses implementasi kebijakan peraturan walikota bogor. pembinaan larangan reklame rokok dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bogor. Pelaksanaan yang dilakukan oleh Bapenda dengan Satpol PP melakukan pembongkaran/penertiban iklan-iklan rokok dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar tidak memasang reklame produk rokok di Kota Bogor. Bagian Hukum dan HAM yaitu penataan peraturan perundang-undangan, pengendalian bantuan hukum dan evaluasi.

Fasilitas merupakan aspek sumberdaya berpengaruh dalam implementasi kebijakan. Fasilitas bisa berupa bangunan, media, maupun sarana dan prasarana. Sumberdaya dalam pelaksanaan Perwali bogor tentang larangan iklan rokok dalam melaksanakan tugasnya di lapangan para implementor sudah didukung

dengan fasilitas yang memadai sehingga terlaksananya peraturan walikota ini berjalan lancar dan efektif.

c. Disposisi

Perekrutan dan pemilihan staf pelaksana kebijakan harus dilakukan oleh mereka yang memiliki komitmen terhadap kebijakan yang telah diputuskan lebih khusus lagi terhadap kepentingan masyarakat. Hasil wawancara dengan informan, para pelaksana kebijakan berusaha memaksimalkan staf pelaksana yang ada karena ada beberapa kendala seperti tidak semua pegawai di angkat/dipilih dinas terkait melainkan melalui Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKSDM) sehingga beberapa mengalami kekurangan staf pelaksana. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayat (2017) mengenai efektivitas penegakan Peraturan Walikota Nomor 51 Tahun 2012 mengenai kawasan tanpa rokok. Kurangnya petugas yang mengawasi keamanan dan personel menunjukkan salah satu kesulitan utama dalam hal sumber daya, yang berdampak pada para pelaksana.

Insentif merupakan salah satu teknik yang disarankan untuk mengatasi sikap para pelaksana kebijakan dengan memanipulatif insentif juga dapat dijadikan sebagai cara untuk mengembangkan produktivitas pegawai sehingga mampu memberikan kinerja yang baik. Insentif dalam penegakkan Perwali bogor tentang larangan iklan rokok di wilayah Kota Bogor para implementor tidak mendapatkan insentif/reward ketika melaksanakan tugasnya dengan baik, mereka hanya mendapatkan dari gaji pokok maupun tunjangan dari hasil mereka bekerja.

d. Struktur Birokrasi

Dengan menggunakan SOP, para pelaksana kebijakan dapat memanfaatkan waktu mereka sebaik-baiknya dan membantu menyeragamkan tindakan para pelaksana dalam struktur organisasi yang rumit dan menyebar. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dalam pelaksanaan implementasi kebijakan larangan iklan rokok di Kota Bogor para pelakasa kebijakan sudah melakanakan tugasnya sesuai dengan petunjuk pelaksana. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Munandar et al. (2020), struktur birokrasi jelas mempengaruhi keberhasilan kebijakan karena melibatkan banyak pihak di dalamnya. Beberapa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan akan bersinergi membentuk struktur birokrasi untuk mewujudkan implementasi kebijakan sesuai dengan tujuan. SOP digunakan sebagai pedoman oleh pelaksana kebijakan dalam melaksanakan tugasnya.

Pelaksanaan fragmentasi bertujuan untuk menyebar tanggung jawab sebagai aktivitas, kegiatan atau program pada bebrapa unit kerja yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan didapatkan bahwa sudah terdapat pembagian tanggung jawab di masing-masing pelaksana kebijakan yang secara langsung berperan aktif sebagai pelaksana dan juga pengawasan sesuai dengan amanah yang ada didalam tugas pokok dan fungsi para pelaksana kebijakan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap implementasi kebijakan larangan iklan rokok di Kota Bogor, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi mengenai larangan reklame rokok di Kota Bogor terkait transmisi/sosialisasi dan kejelasan informasi yang dilakukan oleh para implementor belum terlaksana dengan baik namun para implementor terus konsisten menjalankan peraturan walikota ini di Kota Bogor. Sumber daya staf dalam pelaksanaan peraturan walikota ini masih kekurangan namun mereka kompeten dibidangnya, informasi dan wewenang sudah terlaksana dengan baik, fasilitas juga memadai sehingga terlaksananya peraturan walikota ini. Pengangkatan birokrasi mengalami kendala karena para pelaksana kebijakan ini tidak dipilih secara langsung oleh atasan melainkan melalui BKSDM dan untuk insentif/reward para implementor tidak mendapatkannya melainkan melalui gaji pokok dan tunjangan selama bekerja. Struktur Birokrasi berkaitan dengan SOP (*Standar Operational Procedure*) dan Fragmentasi sudah terlaksana secara efektif baik pembagian tugas maupun petunjuk pelaksana.

SARAN

Diharapkan kepada para implementor agar lebih mengoptimalkan lagi dalam proses sosialisasi kepada warung-warung yang masih terdapat reklame rokok dan juga peraturan walikota ini segera di evaluasi sehingga dicantumkan adanya sanksi kepada para pelanggar agar adanya efek jera. Personil dalam melaksanakan peraturan walikota ini masih sedikit sehingga di upayakan agar menambahkan personil lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2020). *Dasar-dasar kebijakan Publik (Edisi Revisi ke-2)* (8 ed., hal. 234). Bandung: ALFABETA.
- Daniswari, S. (2020). *Pelaksanaan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 39 Tahun 2014 Tentang Kawasan Tanpa Rokok Terhadap Pelarangan Iklan Rokok Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru.
- Dinas kesehatan Kota Bogor. (2021). *Upaya Kota Bogor Dalam Menerapkan Kebijakan Larangan Memajang Iklan / Sponsor / Promosi Produk Rokok di 9 Kawasan Tanpa Rokok (KTR)*.
- Haryoko, S., Bahatiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisa Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik dan Prosedur Analisis)* (1 ed.). Makassar: Badan Penerbit UNM. Diambil dari <http://eprints.unm.ac.id/20838/>
- Hasanah, R., Gayatri, R. W., & Ratih, S. P. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Merokok Siswa: Literature Review. *Sport Science and Health*, 3(10), 757–760. <https://doi.org/10.17977/um062v3i102021p757-760>
- Hidayat, muhammad rahman. (2017). Efektivitas Implementasi Peraturan. *Ejournal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 405–418. Diambil dari ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id
- Kementrian Kesehatan RI. (2018). *Laporan Riskesdas 2018*. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. *Laporan Nasional Riskesdas 2018*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Kota Bogor. (2015). *Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 1 Tahun 2015*

- Tentang Penyelenggaraan Reklame. Bogor: Sekretaris Daerah Kota Bogor.
- Martini, S. (2020). Global burden of 87 risk factors in 204 countries and territories, 1990–2019: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2019. *The Lancet*, 396(10258), 1223-1249. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30752-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30752-2)
- Munandar, A. (2020). Efektifitas Kebijakan Gambar Bahaya Merokok Dalam Mengurangi Perokok di Kalangan Nelayan Kelurahan Pasie Nan Tigo. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2(2), 144. Diambil dari <https://jurnal.ranahresearch.com/index.php/R2J/article/view/250%0Ahttps://jurnal.ranahresearch.com/index.php/R2J/article/download/250/230>
- Nurdin, E. S. (2019). *Teori-Teori Analisis Implementasi Kebijakan Publik*. Maulana Media Grafika. Bandung: Maulana Media Grafika.
- Noviafni, F. B., & Khaidir, A. (2019). Implementasi Peraturan no. 24 Tahun 2012 tentang Kawasan Tanpa Rokok dalam Upaya Penciptaan Kota Padang sebagai Kota Layak Anak. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(3), 453–463. Diambil dari <https://jurnal.ranahresearch.com/index.php/R2J/article/view/77>
- Pemerintah Indonesia. (2012). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Jakarta: Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Presiden Republik Indonesia. (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024. Jakarta: Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.
- Putra, H. S., Rosemary, R., Yanuar, D., & Ahsan, A. (2020). Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Siswa Di Kota Banda Aceh , Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 36(2), 348–363.
- Qudsiyah, A. (2023). *Implementasi Kebijakan Larangan Penjualan Rokok Pada Anak Dibawah Umur Di Kota Bekasi*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Saragih, leo N. (2013). Implementasi Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: ALFABETA.
- Veruswati, M., Asyary, A., Nadjib, M., & Achadi, A. (2018). Current activities in smokes-free zone policy: A tobacco control care reviews in Indonesia. *Family Medicine and Primary Care Review*, 20(4), 385–388. <https://doi.org/10.5114/fmpr.2018.79352>
- Walikota Bogor. (2014). Peraturan Walikota Bogor Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Larangan Penyelenggaraan Reklame Produk Rokok Di Kota Bogor. Kota Bogor: Sekretaris Daerah Kota Bogor.