

## **\Persepsi Pejabat Tentang Iklan Rokok dan Dampaknya Terhadap Kesehatan Masyarakat Di Kantor Pelayanan Pajak Kota Yogyakarta**

### **Perception of Officials about Cigarette Advertising and Its Impact on Community Health at The Tax Service Office Yogyakarta**

Adi Sujarwo<sup>1</sup>, Budhi Rahardjo<sup>2</sup>, Titik Haryanti<sup>3</sup>

*Program Studi Kesehatan Masyarakat  
Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo  
Email: Adismuba@gmail.com*

#### **ABSTRACT**

The presence of cigarette advertisements in various places in Yogyakarta City that use billboards or banners is evidence that advertising has increased. For self-advertising taxes from advertisement advertisements, taxes coming into APBD from 2013-2017 always exceed the realization of the target in each year. This study aims to find out the official perceptions about advertising and its impact on public health in Yogyakarta city tax office Type of qualitative research case study approach. The subject of this study is head of KPPD, registration and data collection as well as advertising agency. The research variables are attitudes about cigarette advertisement, official perception, working environment condition, decision making, advertising contribution, advertising impact and cigarette advertisement expectation. Data collection techniques using interviews and question and answer on the subject of research. Analysis using source triangulation. The results of this study officials do not care about advertising impact on the public, cigarette advertisements have a negative impact on society, decision-making based on advertising rules, advertising contributes greatly to local revenue, to reduce business impact of advertising is to limit advertising, and expectations of officials expect installation ads are concentrated in one place. For local leaders for advertising policies to be reviewed, so the policy side with the community.

**Keywords: Cigarette Advertisement, Official Perception, Public Health.**

#### **ABSTRAK**

Iklan rokok di berbagai tempat di Kota Yogyakarta yang menggunakan *billboard* atau spanduk merupakan bukti bahwa periklanan mengalami peningkatan. Untuk pajak iklan dari hasil iklan reklame, pajak yang masuk ke APBD dari tahun 2013-2017 melebihi realisasi target. Penelitian ini bertujuan mengetahui persepsi pejabat tentang iklan dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat, dikantor pelayanan pajak kota Yogyakarta. Jenis penelitian kualitatif pendekatan *case study*. Subjek penelitian kepala kantor pelayanan pajak daerah, kasi pendaftaran dan pendataan serta biro iklan. Variabel penelitian sikap tentang iklan rokok, persepsi pejabat, kondisi lingkungan kerja, pengambilan keputusan, kontribusi iklan, dampak iklan dan ekspektasi iklan rokok. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara serta tanya jawab pada subjek penelitian. Analisis menggunakan *Triangulasi* sumber. Hasil penelitian pejabat tidak peduli terhadap dampak iklan terhadap masyarakat, iklan rokok menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat, pengambilan keputusan berdasarkan aturan dalam periklanan, iklan memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan daerah,

usaha mengurangi dampak iklan adalah membatasi pemasangan iklan, serta ekspektasi pejabat mengharapkan pemasangan iklan terkonsentrasi pada satu tempat. Untuk pimpinan daerah terkait kebijakan periklanan agar ditinjau kembali, sehingga kebijakan berpihak kepada masyarakat.

**Kata kunci** : Iklan Rokok, Persepsi Pejabat, Kesehatan Masyarakat.

## PENDAHULUAN

Iklan merupakan media yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Melalui iklan, perusahaan atau lembaga nonprofit mengenalkan produk mereka. Iklan tidak hanya menggunakan media elektronik, tidak juga menggunakan media non elektronik seperti penggunaan *billboard*, *neon box*, spanduk dan sebagainya. Pemasangan iklan jenis ini biasanya diluar ruangan.<sup>1</sup>

Banyak iklan yang menggunakan *billboard* atau spanduk merupakan bukti bahwa pendapat dari periklanan mengalami peningkatan. Menurut data yang diambil dari KPPD Kota Yogyakarta, setiap tahun terjadi peningkatan pendapatan dari pajak iklan secara keseluruhan. Pada tahun 2013 realisasi pajak mencapai 861.434.385 juta rupiah dan pada tahun 2017 realisasi pajak mencapai 2.436.301.174 milyar rupiah, terjadi peningkatan untuk pajak yang masuk ke APBD.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan pada tanggal 9 April 2018 yang dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Kota Yogyakarta melalui wawancara dengan salah satu pejabat KKPD Yogyakarta yang berwenang mengambil keputusan tentang periklanan, bahwa Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KKPD) Yogyakarta memutuskan pemasangan sebuah iklan harus sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 8 tahun 1998 tentang izin penyelenggaraan reklame dan PP Nomor 9 tahun 1998 tentang pajak reklame.<sup>2</sup>

Dengan banyak nya jumlah iklan hal ini akan berdampak terhadap masyarakat dengan pola maupun gaya hidup masyarakat yang dipengaruhi oleh iklan. Serta membuat banyaknya kalangan remaja mulai mencoba merokok akibat melihat iklan tersebut. Realita ini menjadi semakin berat, karena dikancah publikasi, rokok adalah produk yang sangat populer. Iklan besar-besar, terdapat di mana—mana, dan selalu hadir dalam *event* music besar yang biasanya dihadiri oleh banyak remaja. Rokok tidak sulit menancapkan *image* dan menjaga popularitasnya dimasyarakat. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan usulan penelitian skripsi tentang” Persepsi Pejabat Tentang Iklan Rokok dan Dampaknya Terhadap Kesehatan Masyarakat di Kantor Pelayanan Pajak Kota Yogyakarta”.

## METODE

Dalam penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan *Case Study*.<sup>3</sup> Subjek dalam penelitian ini berjumlah 3 orang, yakni Kepala KPPD, Kasi Pendataan dan Pendaftaran serta biro iklan yang digunakan untuk mengetahui persepsi pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap masyarakat.<sup>4</sup> Variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Sikap pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan.
- b. Persepsi pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat.
- c. Kondisi lingkungan tempat kerja terhadap persepsi pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terdapat kesehatan masyarakat.
- d. Proses pengambilan keputusan tentang iklan rokok
- e. Kontribusi iklan rokok terhadap pendapatan daerah
- f. Usaha usaha dari KPPD untuk menanggulangi dampak dari iklan rokok

g. Eksprestasi pejabat KPPD tentang iklan rokok.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, dan Studi dokumentasi. Alat-alat yang akan digunakan untuk pengumpulan data, instrumen yang digunakan dalam pencarian dan pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Peneliti, Pedoman wawancara (*interview*), *Recorder*, Alat tulis (*bolpoint*) dan catatan kecil (*black note*), dan Pedoman observasi Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah di analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.<sup>8</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Sikap Pejabat KPPD tentang Iklan Rokok dan dampaknya terhadap Kesehatan.

Sikap merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi persepsi seseorang. Dalam hal ini sikap responden tentang iklan dan dampaknya terhadap kesehatan tergambar dengan jelas dari pernyataan yang diungkapkan pejabat ketika menjawab pertanyaan tentang iklan dan dampaknya salah seorang pejabat mengatakan bahwa iklan rokok tidak mempengaruhi kesehatan secara langsung, dan orang yang melihat tidak akan terpengaruh jika dia tidak menggunakan produk rokok tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian terkait dapat disimpulkan bahwa sikap pejabat didasari motif yang kuat, khususnya dari iklan reklame rokok yang berpotensi memberikan uang bagi pemerintah yang masuk dalam pendapatan daerah dibandingkan iklan-iklan lainnya.

Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori dari Rahmat, (2011) dimana faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, terdapat sikap dari orang itu sendiri.

Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap pejabat KPPD dan biro iklan tidak peduli terhadap dampak iklan rokok untuk kesehatan masyarakat. Ketidakpedulian mereka disebabkan karena menurut mereka iklan rokok sama dengan iklan produk lain,

### 2. Persepsi Pejabat KPPD tentang Iklan Rokok dan dampaknya terhadap Kesehatan.

Iklan rokok dipahami oleh pejabat sebagai iklan yang mempromosikan produk rokok, sama seperti iklan lain. Tidak ada perbedaan untuk iklan rokok dan iklan non rokok, demikian juga dengan pemasangan iklan reklame.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi pejabat KPPD mengatakan masyarakat bisa memilih produk apa yang baik atau tidak untuk dirinya. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori Robbin, (1996) dimana pengetahuan adalah salah satu komponen pembentuk persepsi seseorang.

Menurut mereka pemasangan iklan rokok tidak mempengaruhi seseorang jika dia tidak menggunakan yang diiklankan, dan hanya usaha yang dilakukan oleh perusahaan rokok agar produknya tidak tergeser oleh produk baru.

### 3. Kondisi Lingkungan tempat Kerja terhadap Persepsi Pejabat KPPD tentang Iklan Rokok dan dampaknya terhadap Kesehatan Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa lingkungan tempat kerja tidak mempengaruhi persepsi pejabat tentang iklan rokok. Hasil penelitian ini berbeda dengan teori Robbin, (1996) dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara dengan pejabat bahwa lingkungan tempat kerja tidak mempengaruhi persepsi mereka tentang iklan rokok.

Nampaknya hal ini yang terjadi pada pejabat KPPD, dalam sebuah organisasi atau lembaga terdapat peraturan yang mengikat. Peraturan tersebut menjadi rujukan atau referensi, dalam hal ini peraturan dapat berubah jika ada campur tangan atasan atau pimpinan.

4. Proses Pengambilan Keputusan tentang Iklan.

Berdasarkan hasil penelitian proses pengambilan keputusan untuk iklan rokok tidaklah berdasarkan persepsi tetapi sudah ada aturannya yaitu surat keputusan walikota atau peraturan daerah.

Surat keputusan walikota yang dimaksud oleh pejabat berdasarkan hasil wawancara adalah *master plan*. *Master plan* yang dijadikan acuan oleh pejabat pengambil keputusan untuk iklan rokok ini berisikan jenis dan penempatan reklame serta ketentuan peralihan masa perizinan pemasangan reklame. Hasil penelitian ini belum sesuai dengan teori Dermawan, (2004) dimana dalam pengambilan keputusan persepsi memiliki peranan penting dalam setiap keputusan.

Di KPPD sendiri untuk proses pengambilan keputusan tentang iklan rokok oleh pejabat tidaklah berdasarkan persepsi. Tetapi berdasarkan aturan yang tertuang dalam peraturan periklanan, tentang permohonan ijin reklame dan pajak reklame.

5. Kontribusi Iklan Rokok terhadap Pendapatan Daerah.

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa iklan rokok merupakan penyumbang kontribusi besar dalam pendapatan daerah.

Pada tahun 2013 realisasi pajak mencapai 861.434.385,- tahun 2014 1.807.304.877,- tahun 2015 1.861.620.901,- tahun 2016 1.992.190.299,- tahun 2017 2.436.301.174,- terjadi peningkatan sebanyak untuk pajak yang masuk ke APBD. Hasil ini sudah sesuai dengan teori Hastungkoro, (2005) dimana pendapatan asli daerah terdiri dari pajak dan retribusi daerah.

Keberadaan iklan rokok memberikan keuntungan bagi pendapatan daerah. Pemerintah Kota Yogyakarta mendapatkan keuntungan dengan adanya industri rokok di Indonesia. Banyaknya iklan rokok di Kota Yogyakarta memberikan pemasukan bagi Kota Yogyakarta yang menyediakan fasilitas bagi perusahaan rokok untuk beriklan.

6. Usaha-Usaha yang dilakukan Untuk Mengurangi Dampak Iklan Rokok.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah adalah pembatasan lokasi penempatan iklan rokok, bukan pada produk rokok.

Pembatasan yang dimaksud adalah membatasi pemasangan iklan untuk daerah-daerah khusus seperti institusi pendidikan, rumah sakit dan tempat ibadah pembatasan ini sepanjang 50 m dari tempat tersebut. Peraturan ini berlaku untuk iklan rokok. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori Aditama (2004) dimana ia berpendapat ada 10 program penanggulangan rokok yang bisa dilakukan oleh pemerintah dan dua di antaranya adalah dengan menaikkan pajak rokok serta pelanggaran iklan rokok dalam bentuk apapun.

Usaha yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta adalah membatasi titik pada lokasi pemasangan, memperkecil ukuran media iklan serta membatasi lokasi pemasangan iklan.

#### 7. Ekspektasi Iklan Rokok.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikerahui bahwa harapan para pejabat untuk jumlah iklan rokok sebaiknya dibatasi.

Sebaiknya pemasangan iklan rokok tidak jor-joran, tetapi dibatasi jumlah titiknya dan terkonsentrasi pada tempat-tempat tertentu, sehingga tidak bertebaran dimana-mana. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori Robbin (1996), dimana ekspektasi pejabat merupakan faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

Iklan rokok memberikan dampak negatif terhadap masyarakat adalah fakta tetapi hingga saat ini pemerintah Kota Yogyakarta belum bisa bertindak tegas. Oleh karena itu dalam pengambilan keputusan untuk iklan rokok hendaknya pemerintah diharapkan dapat memperhatikan kenyamanan masyarakat dengan tidak menerima iklan rokok sebanyak-banyaknya.

### **KESIMPULAN**

1. Sikap pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat sudah sesuai dengan teori, namun pada pelaksanaannya pejabat KPPD tidak peduli terhadap dampak iklan rokok terhadap kesehatan masyarakat
2. Persepsi pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat, mereka berpendapat iklan rokok tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat. Mereka menganggap masyarakat sudah cerdas untuk memilih produk iklan yang baik atau tidak untuk kesehatan mereka.
3. Kondisi lingkungan tempat kerja terhadap persepsi pejabat KPPD tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat. Hasil penelitian ini berbeda dengan teori, dimana kondisi lingkungan tempat kerja tidak mempengaruhi persepsi pejabat tentang iklan rokok dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat tetapi persepsi mereka dipengaruhi oleh peraturan pemerintah yang hanya melihat iklan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.
4. Proses pengambilan keputusan untuk iklan rokok. Hasil penelitian ini berbeda dengan teori di KPPD sendiri untuk proses pengambilan keputusan berdasarkan aturan yang tertuang dalam periklanan.
5. Kontribusi iklan rokok terhadap pendapatan daerah. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori, dimana rokok memberikan kontribusi besar untuk pendapatan asli daerah dibandingkan iklan lainnya. Pada tahun 2013 realisasi pajak mencapai 861.434.385,- tahun 2014 1.807.304.877,- tahun 2015 1.861.620.901,- tahun 2016 1.992.190.299,- tahun 2017 2.436.301.174,- untuk pajak yang masuk ke APBD.
6. Usaha KPPD untuk menanggulangi dampak iklan rokok terhadap kesehatan masyarakat. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan aturan, usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi dampak iklan rokok adalah membatasi lokasi pemasangan iklan pada tempat-tempat umum tertentu seperti instansi pendidikan, tempat ibadah dan rumah sakit. Serta pembatasan terhadap ukuran media iklan dan penempatan titik-titik iklan pada satu lokasi.
7. Ekspektasi tentang iklan rokok. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori Robbin, dalam hal ini pejabat KPPD mengharapkan untuk pemasangan iklan rokok terkonsentrasi pada satu tempat dan sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

### **SARAN**

Bagi Kantor Pelayanan Pajak Daerah : Sebaiknya untuk periklanan di Kota Yogyakarta mencoba menerapkan daerah khusus untuk beriklan rokok dan membedakannya

dengan periklanan produk-produk lainnya, Sebaiknya untuk izin mendirikan reklame khususnya iklan rokok lebih di perhatikan lagi untuk menimalisirkan dampak terhadap masyarakat, Apabila terjadi pelanggaran terhadap Perwal No.23 tahun 2016 dan Perda No.2 tahun 2016 terkait periklanan sebaiknya dilakukan evaluasi dan diberikan sanksi kepada biro yang memasang iklan, agar pelanggaran tidak berulang serta menjadi kebiasaan. Bagi Institusi Pendidikan : Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pemahaman tentang bagaimana pelaksanaan kebijakan periklanan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Revisi IV. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bugin, B. 2007. *Analisa Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofi dan Metodologi ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : Rajagrafinda Persada
- Notoatmodjo, S. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Peraturan Pemerintah. 1998. *Izin Penyelenggaraan Reklame*. Yogyakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. : Alfabeta.
- Widyatama, R. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.