

ABSTRAK

Latar Belakang. Pengendalian terhadap iklan rokok pada media konvensional (media luar ruang, majalah/koran, dan lainnya) telah dilakukan semenjak disahkan PP Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan, khususnya pasal 27. Hal ini mendorong industri rokok, baik rokok kretek maupun putih, untuk melakukan promosi melalui media lain, yakni internet.

Tujuan Penelitian. Untuk mengetahui implementasi Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012, khususnya pasal 27 pada gambar iklan rokok yang beredar melalui internet di Indonesia.

Metode Penelitian. Penelitian ini menggunakan rancangan survei *cross sectional*, dengan jenis penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sama dengan populasi yakni semua gambar iklan rokok dalam media internet di Indonesia berdasarkan kriteria inklusi. Metode yang digunakan adalah *monitoring* dan pencarian melalui *search engine*. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2016 dengan instrumen berupa ceklis sebagai alat pengumpulan data.

Hasil. Sebanyak 5.297 gambar iklan rokok ditemukan, berdasarkan seleksi kriteria inklusi, terdapat 329 gambar iklan rokok dengan perincian dari situs populer sebesar 128 iklan dan situs pencarian 201 iklan. Berdasarkan identifikasi kepatuhan, diperoleh hasil sebanyak 229 (69,60%) gambar iklan rokok yang beredar melalui internet di Indonesia melanggar persyaratan yang tercantum dalam PP Nomor 109 Tahun 2012 khususnya Pasal 27. Adapun perinciannya adalah 52 (15,81%) gambar diperoleh dalam situs populer dan 177 (53,80%) gambar berasal dari hasil pencarian melalui *search engine* (*google.com* dan *yahoo.com*). Item yang banyak dilanggar dari 11 item persyaratan adalah nomor 1 (mencantumkan gambar dan tulisan tentang peringatan kesehatan sebesar minimal 15%) dan nomor 2 (mencantumkan “18+”) sebesar 414 atau 84,49% (n= 490), dengan rincian item nomor 1 224 pelanggaran (45,71%) dan item nomor 2 190 (38,78%).

Kesimpulan. Implementasi PP Nomor 109 Tahun 2012 khususnya Pasal 27 masih belum sesuai dengan harapan. Persyaratan iklan rokok yang paling banyak dilanggar adalah poin 1 dan poin 2.

Kata Kunci: PP Nomor 109 Tahun 2012 pasal 27, gambar iklan rokok, internet

ABSTRACT

Background. *Control over cigarette advertising in conventional media (outdoor media, magazines / newspapers, and others) have been made since the passed of Regulation No. 109 of 2012 on Safety Materials Containing Form Addictive Substances Tobacco Products for Health in particular Article 27. This encourages the tobacco industry, either “kretek” or “putih”, for promoting through other media, namely the internet.*

Objective. *To identify the implementation of the Indonesian Government Regulation Number 109 of 2012, in particular article 27 on cigarette advertising images through the internet in Indonesia.*

Methods. *This was a quantitative research, used a cross-sectional survey design. The sample in this study equal with the population that all cigarette advertising in the media images internet in Indonesia based on inclusion criteria. The method used were monitoring and search through search engines. The survey was conducted in March 2016, with the instrument in the form of a checklist as a means of data collection.*

Results. *There were 5.297 cigarette advertising images found, 329 images were selected based on inclusion criteria consist of 128 ads from popular sites and 201 ads from search engine. According to the compliance identification, about 229 (69,60%) cigarette ads which appeared through Indonesia's internet violate the Indonesia Government Regulation No. 109 of 2012, particularly Article 27. About 52 (15.81 %) cigarette ads were appeared from the popular sites and 177 (53.80 %) obtained through search engine. Based on the compliance indentification, item number 1 (pictorial health warnings were included at least 15%) and item number 2 (18+ sign must included) were the highest violated. Amounted to 414, or 84.49 % (n = 490), in detail item number 1 were 224 violations (45.71%) and the item number 2 were 190 (38.78%).*

Conclusion. *Implementation of PP Number 109 of 2012, particularly Article 27 was still not in line with expectations. Item number 1 and number 2 of the cigarette advertising requirement were most widely violated.*

Keywords: *PP No. 109 of 2012 Article 27, cigarette advertising images, internet*