

"Pengaruh Iklan, Promosi, dan Sponsorship Rokok dan Regulasinya"

The 4th Indonesian Conference
Tobacco or Health 2017

16 Mei 2017

INDUSTRI ROKOK DI INDONESIA

Memiliki kebebasan hampir mutlak dalam hal iklan, promosi, dan sponsor rokok

Iklan rokok ada di berbagai media: TV, Internet, luar griya, film, majalah, koran, radio

Promosi & sponsor yang diklaim sebagai CSR (Corporate Social Responsibility) pada berbagai kegiatan: pendidikan/beasiswa, musik, budaya, bantuan sosial, olah raga, film, kompetisi, agama, lingkungan hidup, munas, seminar/diskusi/konferensi, dll

Belanja iklan terbesar: di TV

Belanja iklan di TV 2016

- Tertinggi: Djarum; Rp 1,91 triliun.
- Peringkat 4: Gudang Garam; Rp 1,32 triliun
- Peringkat 6: Sampoerna; Rp 1,25 triliun

Rokok = belanja iklan TV terbesar ke-5; Total: 6,3 triliun

Sumber: Adstensity

Belanja iklan TV terbesar Kuartal 1 2016 : Rokok

Merek	Belanja iklan	Jumlah ad spot	Belanja per spot
Djarum	Rp 611 miliar	13.049 penayangan	Rp 46 juta
Dunhill Mild	Rp 459 miliar	--	Rp 58 juta
Sampoerna	Rp 447 miliar	--	Rp 35 juta
Gudang Garam	Rp 429 miliar	--	Rp 43 juta

Sumber: Adstensity



Iklan rokok:
berlimpah!



Iklan bahaya rokok:
sedikit sekali

TV tidak membuat iklan
layanan masyarakat
tentang bahaya rokok

Iklan TV biasanya digunakan untuk membangun citra merek rokok di setahun pertama diluncurkan. Setelah itu pemasaran dilakukan dengan *direct selling*.

(Atmaji Sapto Anggoro, CEO AdsTensity, lembaga riset iklan)

CSR Rokok?

- Yang dilakukan perusahaan rokok sesungguhnya bukan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). CSR adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak yang dihasilkan oleh keputusan dan tindakannya.
- Tujuan CSR: keberlanjutan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat → mustahil dicapai oleh industri rokok.
- Industri rokok tak mungkin bisa dianggap bertanggung jawab sosial. Para pakar CSR bahkan kerap menyatakan industri rokok (di antaranya bersama-sama dengan industri minuman keras, judi, dan pornografi) merupakan contoh kebalikan dari CSR, yaitu apa yang disebut dengan *corporate social irresponsibility* atau CSI.

(sumber: Jalal, 2015, 2016)

REGULASI

Larangan Iklan Rokok di Berbagai Media di ASEAN (WHO, 2013)

NEGARA	TV & Radio Nasional	TV & Radio Internasional	Koran & Majalah Nasional	Koran & Majalah Internasional	Billboard & Iklan Luar Griya	Point of Sale (PoS)	Internet
Brunei Darussalam	ya	ya	ya	tidak	ya	ya	tidak
Filipina	ya	ya	ya	ya	ya	tidak	ya
Indonesia	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK	TIDAK
Kamboja	ya	ya	ya	ya	ya	tidak	ya
Laos	ya	ya	ya	ya	ya	tidak	ya
Malaysia	ya	ya	ya	ya	ya	ya	ya
Myanmar	ya	ya	ya	ya	ya	ya	ya
Singapura	ya	ya	ya	ya	ya	ya	ya
Thailand	ya	tidak	ya	tidak	ya	ya	ya
Vietnam	ya	ya	ya	ya	ya	ya	ya

Hukum Positif dan Etika Iklan: membolehkan iklan rokok dengan pembatasan

Hukum positif:

- UU Pers (untuk media cetak)
- UU Penyiaran (untuk TV & radio)
- PP 109/2012 (untuk semua media)
- Perda (untuk media luar griya)

Etika iklan: Etika Pariwara Indonesia



Terdapat 144 negara yang melarang iklan rokok di media siaran (WHO, 2013)

Revisi UU Penyiaran

- Salah satu pasal yang dinilai kontroversial: pelarangan iklan rokok di media penyiaran
- Saat ini (Mei 2017): draf di Baleg

Draf DPR sebelum ke Baleg:
iklan rokok dilarang

Masyarakat sipil yang bergerak
di bidang pengendalian
tembakau dan demokratisasi
penyiaran meminta agar iklan
rokok dilarang

Pemerintah serta industri iklan
& TV: meminta iklan rokok tetap
ada, hanya dibatasi.

Rujukan:

Jalal, " *Antara Kebaikan, Pencarian Legitimasi dan Manipulasi*", Materi pada Workshop *Lentera Anak Indonesia, Mei 2015*.

Mutmainnah Armando, Nina. (2014). "Pelarangan Total Iklan, Promosi, dan Sponsor Rokok: Suatu Keniscayaan", Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia,

Mutmainnah Armando, Nina & Hendriyani, (2014). "Panah Tajam Iklan Rokok di Televisi untuk Anak Muda", Prosiding Konferensi ICTOH .

World Health Organization. (2013). *WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2013: Enforcing Bans on Tobacco Advertising, Promotions and Sponsorship*.

<http://www.antaraneews.com/berita/561504/tv-diminta-siarkan-iklan-bahaya-merokok>

megapolitan.kompas.com/read/2017/01/13/153103026/iklan.rokok.di.televisi.terancam

<http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170123001258-92-188116/larangan-iklan-rokok-di-tv-bakal-bebani-industri-penyiaran/>

<http://bisnis.liputan6.com/read/2831032/larangan-iklan-rokok-akan-berdampak-industri-televisi>

Terima kasih

**Dr. Nina Mutmainnah
Armando**

Departemen Ilmu
Komunikasi UI,

Yayasan Pengembangan
Media Anak,

Koalisi Nasional
Reformasi Penyiaran

ninaarmando@yahoo.com;

