

ABSTRAK

Tahun 2014 Kabupaten Kulon Progo menetapkan kebijakan komunikasi tentang KTR (Kawasan Tanpa Rokok). Pada kebijakan ini Pemerintah Daerah Kulon Progo mengatur tempat – tempat yang bebas asap rokok agar terciptanya udara yang bersih, serta melakukan pengendalian iklan pada media luar ruang yang dikhususkan pada larangan iklan produk tembakau saja. Hal ini menjadi menarik karena pajak dari media iklan luar ruang merupakan salah satu pemasukan daerah, sedangkan pengguna iklan luar ruang ini rata – rata adalah produk tembakau sehingga jika dibatasinya promosi produk ini akan otomatis mengurangi anggaran daerah dari hasil pajak reklame. Muncullah sebuah pertanyaan bagaimana kebijakan komunikasi Pemerintah Daerah Kulon Progo terhadap larangan iklan rokok di media luar ruang, dengan tujuan untuk mengetahui penerapan implementasi peraturan pemerintah daerah Kulon Progo tahun 2014 tentang KTR (Kawasan Tanpa Rokok) serta implikasinya dengan larangan iklan rokok pada media luar ruang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang dilakukan dengan cara mengolah data – data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Melalui teknik – teknik tersebut dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Daerah Kulon Progo telah melaksanakan komunikasi langsung dengan para instansi dan masyarakat serta vendor dan produsen rokok terkait dengan kebijakan komunikasi. Tetapi terdapat sedikit kesalahan pemahaman dalam pengkomunikasiannya yang berujung penerimaan surat berisi beberapa pertanyaan dari salah satu produsen rokok lokal kepada Pemerintah Daerah. Komunikasi yang baik telah diterapkan oleh Pemerintah Daerah Kulon Progo sehingga semua jajaran instansi Pemerintah Daerah dan masyarakat sekitar bekerja sama dalam terwujudnya kebijakan ini. Hambatan yang masih ditemukan disini adalah masih adanya iklan – iklan rokok seperti pamflet, sticker dan media luar ruang yang berukuran kecil lainnya tertempel pada kawasan yang seharusnya dilarang.

Kata kunci : Kebijakan Komunikasi, Iklan Rokok, Media Luar Ruang.

ABSTRACT

In 2014 Kulon Progo distric set a policy communication about KTR (Kawasan Tanpa Rokok). In this policy the regional government of Kulon Progo regulate places who smoke free to creation of clear air, and taking control of advertising outdoor media in special right on tobacco advertising a product course. This is be interesting because tax from advertising outdoor media is one of income for the area, while users advertising outdoor media this on average is the product of tobacco that in restrict product promotion it will reduce financing from the advertisement. Then came a question about how policy communication local governments of Kulon Progo against the commercials on outdoor media, for the purpose to know the application of the implementation regional government regulation of Kulon Progo in 2014 about KTR (Kawasan Tanpa Rokok) and the implication by the ban cigarette advertising outdoor media. This research using the kind of research qualitative descriptive, who conducted by meaning of processing data collected through interview techniques, documentation and observation. Through the techniques can be concluded that local governments of Kulon Progo have gone through direct communication with the government agencies and the community as well as vendor and cigarette manufacturers institutions with the policy of communication. But there were misunderstanding in communication which has led reception of a letter that contains some question from the one of local cigarette manufacturers to regional government. A good communication has appointed by the regional government of Kulon Progo so that all the institutions and the communities around to cooperate in achieve this policy. Obstacles which still found here is still the presence of cigarret advertising as pamphlets, sticker and the other small aoutdoor media on the rigion that should be banned.

Keywords : Communication Policy, Cigarret Advertising, Outdoor Media