



**Judul** : Koalisi Anak Indonesia Desak DPR: RUU Penyiaran Harus Larang Total Iklan Rokok  
**Tanggal** : Selasa, 17 Oktober 2017  
**Surat Kabar** : Rakyat Merdeka  
**Halaman** : 11

Koalisi Anak Indonesia Desak DPR

# RUU Penyiaran Harus Larang Total Iklan Rokok

Terkait pembahasan RUU Penyiaran di DPR, Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mendesak lembaga wakil rakyat tersebut melarang total atau secara keseluruhan segala bentuk iklan, promosi, dan sponsorship rokok di semua media penyiaran.

SELAIN itu, kehadiran iklan rokok dinilai bertentangan dengan sejumlah aturan perundang-undangan. Ketua KPAI, Susanto, menuturkan iklan, promosi, dan sponsor rokok adalah strategi marketing industri rokok untuk menjadikan anak dan remaja sebagai target pasar dan perokok substitusi (pengganti).

Menurutnya, industri rokok mengemas materi iklan rokok dengan citra keren, gaul, macho, setiakawan, percaya diri dan lain-lainnya. Hal ini mengkondisikan anak-anak untuk menganggap rokok sebagai hal yang wajar dan merepresentasikan dirinya sesuai dengan yang dicitrakan dalam iklan rokok.

"Kondisi ini harus menjadi perhatian serius dalam pembahasan RUU Penyiaran oleh DPR," katanya di Jakarta. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan, prevalensi perokok anak dan remaja usia 16-19 tahun meningkat 3 kali lipat dalam 20 tahun ini.

Pada 1995 jumlah anak dan remaja yang merokok baru 7,1 persen, tapi meningkat hingga 20,5 persen di 2014. Yang lebih mengejutkan, perokok pemula usia 10-14 tahun meningkat lebih dari 100 persen dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun.

Penelitian di Rumah Sakit Persahabatan memperlihatkan bahwa tingkat kecanduan atau

adiksi pada anak SMA yang merokok cukup tinggi, yaitu 16,8 persen. Artinya 1 dari 5 remaja yang merokok telah mengalami kecanduan.

"Salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan prevalensi perokok anak ini adalah karena lemahnya pengaturan iklan rokok serta masifnya iklan dan promosi rokok," ujar Susanto. Pihaknya mencatat, pengaturan iklan rokok di media penyiaran yang ada saat ini hanya bersifat pembatasan.

Sementara saat ini sudah 144 negara di dunia yang melarang iklan rokok. Di ASEAN sendiri, hanya Indonesia yang belum melarang iklan rokok di televisi. Sebagian besar negara ASEAN yang melarang iklan rokok, promosi, dan sponsor rokok secara keseluruhan di negaranya dimulai dari pelarangan iklan di televisi.

Susanto menekankan, UU Perlindungan Anak sudah secara jelas dan tegas memerintahkan pemerintah, pemerintah daerah, dan lembaga lainnya wajib dan bertanggungjawab memberikan perlindungan khusus kepada anak.

Secara spesifik, Pasal 2 UU Perlindungan Anak mengamanatkan perlindungan khusus tersebut wajib diberikan kepada anak korban penyalahgunaan narkoba, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.

Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Tulus Abadim mengatakan tidak adanya pelarangan iklan rokok pada Rancangan Revisi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran bertentangan atau disharmoni dengan empat undang-undang sebelumnya.

"Padahal, DPR sebagai lem-

baga yang membuat undang-undang, harus melakukan sinkronisasi dan harmonisasi agar tidak ada undang-undang yang saling bertentangan," sebutnya.

Tulus menerangkan, diperbolehkannya iklan rokok pada RUU Penyiaran bertentangan dengan empat undang-undang, yaitu UU no. 39 tahun 2007 tentang Cukai, UU no. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU no. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan, dan UU no. 35 tahun 2014 tentang Perlindungan Anak.

"UU Kesehatan juga secara jelas menyatakan tembakau sebagai produk adiktif, sehingga seharusnya tidak boleh diiklankan. Sedangkan, UU Perlindungan Anak secara tegas menyatakan anak-anak tidak boleh terpapar zat adiktif, termasuk lewat iklan," tandasnya. ■ OSP