

POKOK POKOK PIKIRAN

KEMENDESAKAN REVISI UU NO.32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN

I. Latar Belakang

Iklan bagi Industri rokok merupakan kegiatan yang sangat menentukan dalam strategi pemasaran produk tembakau. Peningkatan jumlah perokok baik usia muda khususnya maupun perokok pada umumnya justru disebabkan oleh masifnya iklan rokok.

Berbagai Upaya dan advokasi untuk mengendalikan Iklan rokok mengalami kegagalan karena :

1. Rokok dianggap produk yang legal dan dianggap normal , walaupun tak dapat dibantah bahwa rokok adalah produk yang berbahaya, karena nyata nyata mengandung zat adiktif nikotin dan berbagai zat berbahaya lainnya sehingga produk tembakau tersebut dikenakan cukai.
2. Penentangan terhadap upaya tersebut diatas datang dari pihak Industri, melalui iklan iklan yang bernuansa kebohongan publik disamping masih adanya sikap permisif masyarakat terhadap perilaku merokok.

Sementara itu terdapat inkonsistensi pengaturan dalam UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dan antar beberapa peraturan perundang-undangan lainnya.

II. Usulan Revisi

1. Pasal 36 (5) , isi siaran dilarang

b. Semula:

menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang

menjadi:

....., penyalahgunaan narkotika , psikotropika, nikotin, zat adiktif dan obat-obat terlarang lainnya.

2. Pasal 46 (3) siaran Iklan Niaga dilarang melakukan

b. Semula:

Promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif menjadi:

Promosi minuman keras atau sejenisnya

- c. Semula:
Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok
Menjadi:
Promosi rokok dan bahan atau zat adiktif lainnya

III. Argumentasi Usulan Revisi

1. Berlakunya UU No. 36 tahun 2009 tentang kesehatan yang pada pasal 113 (2) berbunyi :
Zat adiktif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi Tembakau , produk yang mengandung tembakau padat, cairan dan gas yang bersifat adiktif, yang penggunaannya dapat menimbulkan kerugian bagi dirinya dan atau masyarakat sekelilingnya

Pernyataan ini merupakan Penegasan tentang kandungan. zat adiktif dalam tembakau/produknya/rokok, yang harus menjadi acuan bagi peraturan-peraturan yang terkait, utamanya tentang NAPZA.
2. Ketegasan dan kejelasan pengaturan tentang rokok dalam pasal 46(3) b dan c , serta pasal 36(5) sebagaimana diusulkan dalam revisi akan menjadi sangat sejalan /konsisten dengan isi pasal-pasal di dalam UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yaitu:
 - a. Menimbang huruf a) bahwa kemerdekaan menyampaikan pendapatdst dilaksanakan secara bertanggung jawab....dst
 - b. Mengingat butir 4 , **UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen** : butir 5: **UU No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah** (yang telah dirubah menjadi UU No. 9 tahun 2015: terutama pasal tentang urusan pemerintahan konkuren wajib) ; butir 7 = **UU No. 39 tahun 1999 tentang HAM**).
 - c. Pasal 1 butir 6 : Siaran Iklan Niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.
(Revisi yang diusulkan sejalan dengan pernyataan tentang tujuan siaran iklan niaga tersebut diatas)
 - d. Pasal 5 : Penyiaran diarahkan untuk :
 - c : meningkatkan Kualitas SDM
 - l : memberikan informasi yang benar, seimbang dan bertanggung jawab
3. Menjaga Konsistensi pengaturan antara miras dengan rokok sebagai sesama produk yang mengandung zat adiktif yang sifatnya Legal tetapi tidak normal, dalam penyiaran /Iklan Siaran Niaga
4. Pelarangan disamping rujukan juridis, juga rujukan akademis berdasar data evident tentang kandungan zat karsinogenik, dan realitas keterpengaruhan anak merokok dari Iklan (Hasil Penelitian IPM)

5. Bahwa konsumsi rokok bagi keluarga miskin menjadi faktor pemberat bagi timbulnya stunting baik dari sisi penyebab kemiskinan dan kurang gizi maupun dampak dari nikotin dan zat berbahaya lainnya bagi orangtua dan anak.

Jakarta, 24 Februari 2020

Koalisi Nasional Masyarakat Sipil Untuk Pengendalian Tembakau

Sudibyo Markus