



**MAHKAMAH KONSTITUSI
REPUBLIK INDONESIA**

**RISALAH SIDANG
PERKARA NOMOR 6/PUU-VII/2009**

**PERIHAL
PENGUJIAN UNDANG-UNDANG REPUBLIK
INDONESIA NOMOR 32 TAHUN 2002
TENTANG PENYIARAN
TERHADAP
UNDANG-UNDANG DASAR NEGARA REPUBLIK
INDONESIA TAHUN 1945**

**ACARA
PENGUCAPAN PUTUSAN
(VI)**

**J A K A R T A
KAMIS, 10 SEPTEMBER 2009**



**MAHKAMAH KONSTITUSI
REPUBLIK INDONESIA**

**RISALAH SIDANG
PERKARA NOMOR 6/PUU-VII/2009**

PERIHAL

Pengujian Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

PEMOHON

- Komisi Nasional Perlindungan Anak
- Lembaga Perlindungan Anak (LPA) Provinsi Jawa Barat
- Alfie Sekar Nadia, dkk

ACARA

Pengucapan Putusan (VI)

**Kamis, 10 September 2009, Pukul 11.10 – 13.45 WIB
Ruang Sidang Pleno Gedung Mahkamah Konstitusi RI,
Jl. Medan Merdeka Barat No. 6, Jakarta Pusat**

SUSUNAN PERSIDANGAN

- | | | |
|----|---|-----------|
| 1) | Prof. Dr. Moh. Mahfud MD, S.H. | (Ketua) |
| 2) | Prof. Abdul Mukthie Fadjar, S.H., M.S. | (Anggota) |
| 3) | H.M. Akil Mochtar, S.H., M.H. | (Anggota) |
| 4) | Dr. H.M. Arsyad Sanusi, S.H., M.Hum. | (Anggota) |
| 5) | Prof. Dr. Maria Farida Indrati, S.H., M.H | (Anggota) |
| 6) | Prof. Dr. Achmad Sodiki, S.H. | (Anggota) |
| 7) | Dr. Muhammad Alim, S.H., M.Hum. | (Anggota) |
| 8) | Maruarar Siahaan, S.H. | (Anggota) |
| 9) | Harjono, S.H., MCL. | (Anggota) |

Wiryanto, S.H. M.Hum

Panitera Pengganti

Pihak yang Hadir:

Pemohon :

- Disdah Sundari (Orang Tua Faza Ibnu Ubaidilah)
- Faza Ibnu Ubaidillah

Pihak Terkait :

- Drs. Bambang Sukarno (Ketua DPRD Kab. Temanggung)

Kuasa Hukum Pemohon :

- Muhammad Joni, S.H., M.H.
- Indrawan Darusman, S.H., M.H.
- Despi Yandti, S.H.

Pemerintah :

- Dr. Mualimin Abdi, S.H., M.Hum. (Kabag Penyajian Pada Sidang MK)
- Subagio (Depkominfo)

DPR :

- Agus Trimorowulan

SIDANG DIBUKA PUKUL 11.10 WIB

1. KETUA : Prof. Dr. MOH. MAHFUD MD, S.H.

Sidang Pleno Mahkamah Konstitusi untuk pengucapan putusan Perkara Nomor 6/PUU-VII/2009 dinyatakan dibuka dan terbuka untuk umum.

KETUK PALU 3X

Kepada Pemohon silakan untuk memperkenalkan diri.

2. KUASA HUKUM PEMOHON: MUHAMMAD JONI, S.H., M.H.

Terima kasih Yang Mulia.

Pertama kami mengucapkan terima kasih pada kesempatan hari ini bisa melakukan sidang pleno untuk menyampaikan putusan. Kami ingin memperkenalkan diri tim litigasi untuk pelarangan iklan promosi sponsor rokok. saya sendiri Muhammad Joni, S.H., M.H. Kemudian di sebelah kiri saya advokat Indrawan, S.H. kemudian advokat Despi Yanti, S.H. Pada hari ini juga sidang dihadiri oleh salah satu orang tua kandung dari Pemohon yaitu orang tua dari Faza Ibnu Ubaydilah yaitu Ibu Disda Sundari. Demikian Yang Mulia.

3. KETUA : Prof. Dr. MOH. MAHFUD MD, S.H.

Pemerintah silakan?

4. PEMERINTAH: MUALIMIN ABDI, (KABAG PENYAJIAN PENYIAPAN KETERANGAN PEMERINTAH PADA SIDANG MK, DEP HUKUM DAN HAM)

Terima kasih Yang Mulia, *assalamualaikum wr. wb.*

Selamat pagi salam sejahtera untuk kita semua. Yang Mulia dari Pemerintah saya sendiri Mualimin Abdi dari Departemen Hukum dan HAM, di samping kiri saya Pak Subagio dari Departemen Komunikasi dan Informatika, terima kasih.

5. KETUA : Prof. Dr. MOH. MAHFUD MD, S.H.

DPR.

6. DPR-RI: AGUS TRIMOROWULAN

Terima kasih Majelis Hakim yang kami muliakan. Nama saya Agus Trimorowulan dari Biro Hukum dan Pemantauan Pelaksana Undang-Undang, Sekjen DPR-RI.

7. KETUA : Prof. Dr. MOH. MAHFUD MD, S.H.

Pihak terkait, silakan.

8. PIHAK TERKAIT: DRS.M. BAMBANG

Terima kasih Yang Mulia, saya saksi terkait dari Temanggung Drs. M Bambang Sukrno terima kasih.

9. KETUA : Prof. Dr. MOH. MAHFUD MD, S.H.

Baik, ini putusan akan segera dibacakan setebal 306 halaman,, tetapi akan kami ringkas dan tidak membaca lagi hal-hal yang sudah diperdebatkan dan dibicarakan pada sidang-sidang terdahulu, sehingga nanti akan masuk ke pertimbangan hukum dan pendapat Mahkamah dan amar putusan.

**PUTUSAN
NOMOR 6/PUU-VII/2009
DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA
MAHKAMAH KONSTITUSI REPUBLIK INDONESIA**

[1.1] Yang memeriksa, mengadili, dan memutus perkara konstitusi pada tingkat pertama dan terakhir, menjatuhkan putusan dalam perkara Permohonan Pengujian Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang diajukan oleh:

[1.2] **I. KOMISI NASIONAL PERLINDUNGAN ANAK** (selanjutnya disebut "**KOMNAS ANAK**"), suatu lembaga independen perlindungan anak di Indonesia yang didirikan berdasarkan Akta Pendirian Nomor 6 bertanggal 17 Februari 1999 yang dibuat di hadapan Notaris Ratih Gondo Kusumo, S.H., yang beralamat dan berkedudukan di Jalan TB. Simatupang Nomor 33, Pasar Rebo, Jakarta Timur; dalam hal ini diwakili oleh **DR. Seto Mulyadi**, dan **Arist Merdeka Sirait**, masing-masing sebagai Ketua Umum dan Sekretaris Jenderal, bertindak untuk dan atas nama KOMNAS ANAK;

Selanjutnya disebut sebagai ----- **Pemohon I**;

II. LEMBAGA PERLINDUNGAN ANAK (LPA) Provinsi Jawa Barat yang dibentuk berdasarkan Akta Notaris Nomor 11 bertanggal 27 Januari 2000, yang dikeluarkan oleh Josanti Anggraini Gunawan tentang Pendirian Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat dan berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 463/Kep.444-Bangsos/2008 bertanggal 11 Agustus 2008 yang beralamat dan berkedudukan hukum di Bandung di Jalan Karang Tinggal Nomor 33 Bandung; dalam hal ini diwakili oleh DR. dr Kusnadi Rusmil, Sp.A (K),MM, selaku Ketua;

Selanjutnya disebut sebagai -----**Pemohon II**;

III. PERORANGAN ANAK INDONESIA, yang terdiri dari :

1. **Alfie Sekar Nadia**, warga negara Indonesia, umur 13 tahun, sesuai dengan Kutipan Akte Kelahiran No. 477/2216/A.1/Bul/1996 yang dikeluarkan oleh Kantor Catatan Sipil Kabupaten Dati II Bulungan dalam hal ini diwakili oleh **Drg. Nani Widayani M.Kes**, umur 49 tahun, Warga Negara Indonesia, pekerjaan Pegawai Negeri Sipil, selaku Ibu Kandung, dan **Ir. Masyhud Nur, MM**, umur 51 tahun, pekerjaan Pegawai Negeri Sipil, selaku Ayah Kandung, sesuai dengan Kartu Keluarga No.105106/99/12885 yang dikeluarkan oleh Kecamatan Sereal Kota Bogor, yang dalam hal ini kesemuanya beralamat di Budi Agung Jl. Perdana K/1 Rt.008/003 Kelurahan Suka Damai Kota Bogor Jawa Barat;
2. **Faza Ibnu Ubaydillah**, warga negara Indonesia, umur 17 tahun, sesuai dengan Kutipan Akte Kelahiran No.10507/1991, dalam hal ini diwakili oleh **Lisda Sundari** umur 41 tahun, Warga Negara Indonesia, pekerjaan Ibu rumah tangga, selaku Ibu Kandung, dan **M. Ubaydillah Salman**, umur 42 tahun, Warga Negara Indonesia, pekerjaan Pegawai Swasta, selaku Ayah Kandung sesuai dengan Kartu Keluarga No. 04419/01.1009/2005 yang dikeluarkan oleh Kantor Kecamatan Cimanggis Kota Depok Jawa Barat yang dalam hal ini kesemuanya beralamat di Griya Tugu Asri Blok C4/12 Rt.03/019 Kelurahan Tugu Kecamatan Cimanggis Kota Depok Jawa Barat;

Selanjutnya disebut sebagai ----- **Para Pemohon III**;

Berdasarkan Surat Kuasa Khusus bertanggal 20 November 2008, memberikan kuasa kepada Muhammad Joni, S.H., M.H., Junaidi, S.H., M.H., Fauzie Yusuf Hasibuan, S.H., M.H., Indrawan, S.H., M.H., Despi Yanti, S.H., dan Ariffani Abdullah, S.H. Kesemuanya Advokat yang tergabung dalam **Tim Litigasi Untuk Pelarangan Iklan, Promosi dan Sponsorship Rokok**, yang berkedudukan hukum di Jalan TB. Simatupang Nomor 33, Pasar Rebo, Jakarta Timur, 13760;

Selanjutnya disebut ----- **Para Pemohon**;

- [1.3] Membaca permohonan para Pemohon;
Membaca keterangan tertulis Pemerintah;
Membaca keterangan tertulis Dewan Perwakilan Rakyat;
Membaca keterangan tertulis Pihak Terkait;

Mendengar keterangan para Pemohon;
Mendengar keterangan Pemerintah;
Mendengar keterangan Dewan Perwakilan Rakyat;
Mendengar keterangan Pihak Terkait;
Mendengar keterangan saksi dan ahli para Pemohon dan Pemerintah;
Memeriksa bukti-bukti para Pemohon dan Pemerintah;
Membaca kesimpulan para Pemohon dan Pemerintah;

10. HAKIM KONSTITUSI: PROF.DR. MARIA FARIDA INDRATI, S.H., M.H.

3. PERTIMBANGAN HUKUM

[3.1] Menimbang bahwa maksud dan tujuan permohonan para Pemohon adalah mengenai pengujian konstitusionalitas Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (selanjutnya disebut UU Penyiaran) terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD 1945);

[3.2] Menimbang bahwa sebelum memasuki Pokok Permohonan, Mahkamah Konstitusi (selanjutnya disebut Mahkamah) terlebih dahulu akan mempertimbangkan:

- a. Kewenangan Mahkamah untuk memeriksa, mengadili, dan memutus permohonan *a quo*;
- b. Kedudukan hukum (*legal standing*) para Pemohon untuk mengajukan permohonan *a quo*;

Kewenangan Mahkamah

[3.3] Menimbang bahwa berdasarkan Pasal 24C ayat (1) UUD 1945, salah satu kewenangan konstitusional Mahkamah adalah mengadili pada tingkat pertama dan terakhir yang putusannya bersifat final untuk menguji undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar;

[3.4] Menimbang bahwa permohonan *a quo* adalah mengenai pengujian undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar, *in casu* Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran terhadap UUD 1945, maka Mahkamah berwenang untuk memeriksa, mengadili, dan memutus permohonan *a quo*;

Kedudukan Hukum (*legal standing*) Pemohon

[3.5] Menimbang bahwa berdasarkan Pasal 51 ayat (1) beserta Penjelasan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2003 tentang Mahkamah Konstitusi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 98, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4316, selanjutnya disebut UU MK), yang dapat mengajukan permohonan pengujian undang-undang terhadap UUD 1945 adalah mereka yang menganggap hak dan/atau kewenangan konstitusionalnya yang diberikan oleh UUD 1945 dirugikan oleh berlakunya suatu undang-undang, yaitu:

- a. perorangan warga negara Indonesia (termasuk kelompok orang yang mempunyai kepentingan sama);
- b. kesatuan masyarakat hukum adat sepanjang masih hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia yang diatur dalam undang-undang;
- c. badan hukum publik atau privat; atau
- d. lembaga negara;

Dengan demikian, para Pemohon dalam pengujian undang-undang terhadap UUD 1945 harus menjelaskan dan membuktikan terlebih dahulu:

- a. kedudukannya sebagai pemohon sebagaimana dimaksud Pasal 51 ayat (1) UU MK;
- b. ada tidaknya kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional yang diberikan oleh UUD 1945 yang diakibatkan oleh berlakunya undang-undang yang dimohonkan pengujian;

[3.6] Menimbang pula bahwa Mahkamah sejak Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 006/PUU-III/2005 bertanggal 31 Mei 2005 dan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 11/PUU-V/2007 bertanggal 20 September 2007 berpendirian bahwa kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional sebagaimana dimaksud Pasal 51 ayat (1) UU MK harus memenuhi lima syarat, yaitu:

- a. adanya hak dan/atau kewenangan konstitusional Pemohon yang diberikan oleh UUD 1945;
- b. hak dan/atau kewenangan konstitusional tersebut oleh Pemohon dianggap dirugikan oleh berlakunya Undang-Undang yang dimohonkan pengujian;
- c. kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional tersebut harus bersifat spesifik (khusus) dan aktual atau setidaknya potensial yang menurut penalaran yang wajar dapat dipastikan akan terjadi;
- d. adanya hubungan sebab akibat (*causal verband*) antara kerugian dimaksud dan berlakunya Undang-Undang yang dimohonkan pengujian;

- e. adanya kemungkinan bahwa dengan dikabulkannya permohonan, maka kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional seperti yang didalilkan tidak akan atau tidak lagi terjadi;

[3.7] Menimbang bahwa berdasarkan uraian mengenai ketentuan Pasal 51 ayat (1) UU MK dan syarat-syarat kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional sebagaimana diuraikan di atas, selanjutnya Mahkamah akan mempertimbangkan kedudukan hukum (*legal standing*) para Pemohon, sesuai dengan uraian para Pemohon dalam permohonannya beserta bukti-bukti yang relevan, sebagai berikut:

Bahwa **Pemohon I** adalah badan hukum privat yang bernama Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas Anak) suatu lembaga perlindungan anak di Indonesia yang didirikan berdasarkan Akta Pendirian Nomor 6 bertanggal 17 Februari 1999 yang dibuat di hadapan Notaris Ratih Gondo Kusumo, S.H. **Pemohon II** adalah badan hukum privat yang bernama Lembaga Perlindungan Anak (LPA) Provinsi Jawa Barat yang dibentuk berdasarkan Akta Notaris Nomor 11 bertanggal 27 Januari 2000, yang dikeluarkan oleh Josanti Anggraini Gunawan, S.H., dan **Pemohon III** adalah perseorangan warga negara Indonesia yang kesemuanya mengaku dirugikan oleh berlakunya Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran karena promosi dan iklan rokok sama artinya dengan mendorong atau mengajak khalayak umum khususnya anak-anak dan remaja agar mengkonsumsi rokok yang membahayakan kesehatan, menimbulkan berbagai penyakit dan menyebabkan kematian setiap orang (termasuk anak). Lebih dari itu frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" yang membolehkan iklan promosi rokok adalah tidak jelas *ratio legis*-nya karenanya melanggar hak-hak konstitusional para Pemohon. Dengan demikian, para Pemohon *prima facie* dirugikan oleh berlakunya ketentuan pasal yang dimohonkan pengujian. Mahkamah berpendapat, para Pemohon mempunyai kedudukan hukum (*legal standing*) sebagai Pemohon dalam permohonan *a quo*;

[3.8] Menimbang bahwa oleh karena Mahkamah berwenang memeriksa, mengadili, dan memutus permohonan *a quo*, dan para Pemohon memiliki kedudukan hukum (*legal standing*) untuk bertindak selaku Pemohon, maka Mahkamah selanjutnya mempertimbangkan Pokok Permohonan;

Pokok Permohonan

[3.9] Menimbang bahwa membaca dalil-dalil para Pemohon pada permohonannya serta keterangan para Pemohon dalam persidangan, sebagaimana telah dijelaskan dalam bagian Duduk Perkara, persoalan

hukum yang harus dipertimbangkan dan diputus oleh Mahkamah dari permohonan di atas adalah sebagai berikut:

[3.9.1] Menurut para Pemohon, Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" UU Penyiaran bertentangan dengan Pasal 28A UUD 1945 dengan alasan-alasan hukum sebagai berikut:

- a. pasal *a quo* menjadi landasan dan dasar hukum dibenarkannya menyiarkan iklan promosi rokok pada lembaga penyiaran;
- b. norma hukum dalam pasal *a quo* yang hanya memuat ketentuan yang melarang siaran iklan niaga rokok dengan promosi "*yang memperagakan wujud rokok*";
- c. Pasal *a quo* menjadi dasar dan justifikasi yang secara normatif masih memperbolehkan promosi rokok walaupun dengan persyaratan tertentu, yakni "*tidak memperagakan wujud rokok*";
- d. membolehkan iklan promosi rokok bertentangan dengan Pasal 28A UUD 1945 karena bahan yang terdapat dalam rokok adalah zat yang mengandung nikotin dan tar serta zat lain yang bersifat adiktif dan membahayakan hidup dan kehidupan setiap orang apalagi anak-anak yang masih rawan dan sedang dalam pertumbuhan;
- e. promosi dan iklan rokok sama artinya dengan mendorong atau mengajak khalayak umum (khususnya anak dan remaja) untuk mengkonsumsi rokok yang membahayakan kesehatan, menimbulkan berbagai penyakit dan menyebabkan kematian setiap orang;
- f. Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang mengenai frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" yang membolehkan iklan promosi rokok adalah tidak jelas *ratio legis*-nya dan melanggar hak konstitusional para Pemohon;

[3.9.2] Menurut para Pemohon, Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28B ayat (2) UUD 1945 dengan alasan-alasan hukum sebagai berikut:

- a. norma hukum yang hanya memuat ketentuan melarang siaran iklan niaga rokok dengan promosi "*yang memperagakan wujud rokok*", berarti masih memperbolehkan siaran iklan niaga promosi rokok walaupun dengan persyaratan tertentu, yakni "*tidak memperagakan wujud rokok*";
- b. norma hukum yang berlaku dan mengikat menjadi alasan pembenar siaran iklan niaga promosi rokok asalkan tidak memperagakan wujud rokok;
- c. pemberlakuan pasal *a quo* berkorelasi dengan hak para Pemohon dalam hal memastikan pemenuhan hak anak atas kelangsungan hidup (*right to survival*), hak untuk tumbuh dan berkembang (*right to development*), hak atas perlindungan (*right to protection*) dari kekerasan dan

perlakuan diskriminatif terhadap anak sebagai subyek yang dilindungi hak konstitusionalnya;

- d. siaran iklan promosi rokok pada lembaga penyiaran sudah merupakan *notoir feiten*;
- e. memperbolehkan siaran iklan niaga promosi rokok walaupun dengan tidak memperagakan wujud rokok, telah menjadi kausalitas adanya dorongan dan pengaruh pada anak dan remaja menjadi perokok yang pada gilirannya akan terkena dampak merokok sehingga melanggar hak-hak konstitusional anak berupa hak atas kelangsungan hidup, tumbuh, dan berkembang;
- f. hak atas kelangsungan hidup dan hak atas pertumbuhan dirumuskan secara bersama-sama dalam satu ayat dikandung maksud bahwa hak konstitusional anak atas kelangsungan hidup (*right to survival*) identik dengan hak hidup dan hak mempertahankan hidup dan kehidupan bahkan juga saling berkaitan dengan hak atas tumbuh dan berkembang (*right to development*) serta hak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi;

[3.9.3] Menurut para Pemohon Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28C ayat (1) UUD 1945 dengan alasan-alasan hukum sebagai berikut:

- a. adanya norma hukum yang hanya memuat ketentuan melarang siaran iklan niaga rokok dengan promosi "*yang memperagakan wujud rokok*", sama halnya dengan memperbolehkan siaran iklan niaga promosi rokok walaupun dengan persyaratan tertentu, yakni "tidak memperagakan wujud rokok";
- b. hak memperoleh manfaat dari seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidup dan demi kesejahteraan umat manusia dilanggar oleh berlakunya pasal yang dimohonkan pengujian karena pasal *a quo* tetap membolehkan siaran iklan niaga promosi rokok;
- c. iklan promosi rokok yang kemudian disiarkan melalui lembaga penyiaran yang diperbolehkan terbukti telah mempengaruhi anak dan remaja untuk merokok dan meningkatkan prevalensi anak-anak dan remaja menjadi perokok;

[3.9.4] Menurut para Pemohon Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28F UUD 1945 karena penyiaran iklan dan promosi rokok melalui televisi, termasuk di antaranya yang menggunakan citra 'kejantanan', 'kebersamaan', 'kenikmatan tertinggi' 'enjoy aja', 'gak ada loe gak rame', dan berbagai frasa yang adalah manipulasi yang menyesatkan karena tidak sesuai dengan fakta sebenarnya dari rokok padahal rokok merupakan racun bersifat adiktif dan karsinogenik yang dapat merusak mental, pikiran dan psikologi anak;

[3.10] Menimbang bahwa untuk memperkuat dalil-dalilnya, para Pemohon telah mengajukan bukti yang diberi tanda Bukti P-1 sampai dengan Bukti P-89, **dua saksi** dan **14 ahli**, yang pada pokoknya menerangkan hal-hal sebagai berikut:

Keterangan saksi para Pemohon

1. Dina Kania, S.H.

- a. bahwa industri rokok kerap melakukan praktik iklan langsung, iklan terselubung, sponsorship dan pemasaran melalui SMS dan e-mail. Di samping itu, dalam praktiknya pada saat kegiatan berlangsung, industri rokok membagikan rokok secara cuma-cuma kepada pengunjung dan pada permainan tertentu seseorang boleh ikut berpartisipasi dalam permainan harus terlebih dahulu membeli sebungkus rokok;
- b. Bahwa iklan rokok melalui media elektronik memiliki dua tipe, yaitu iklan langsung yang diperbolehkan undang-undang dan iklan terselubung yang dilarang oleh undang-undang.

2. Hary Chairansyah

Bahwa iklan di media elektronik sangat *powerfull* dan sponsorship sehingga iklan yang menggunakan sponsorship maupun yang secara langsung, sangat mempengaruhi anak-anak untuk merokok dan bagi orang yang sudah berhenti merokok berkeinginan untuk merokok kembali;

Keterangan ahli para Pemohon

1. Mardiyah Chamim

- a. Rokok adalah komoditi dengan kesetiaan, artinya kalau sudah mencoba merek tertentu dan cocok sulit berpindah dan anak muda adalah pasar industri rokok di masa depan;
- b. Iklan di televisi dan iklan luar ruang saling menguatkan maka jika tidak ditayangkan dalam televisi akan berkurang daya atraktifnya untuk memasang iklan tersebut;
- c. Harus ada solusi yang konprehensif melalui *law of enforcement*, yakni dengan membuat undang-undang yang memadai yang tidak memungkinkan industri rokok untuk memanipulasi sistem.

2. Setyo Budiantoro

- a. Menurut studi kualitatif, pencitraan remaja yang merokok akan percaya diri, merasa keren, setia kawan, kreatif, dan pemberani. Artinya, kesadaran pencitraan itu ternyata sudah masuk di anak-anak. Dengan demikian, iklan rokok pada dasarnya tidak menjual rokok melainkan menjual gaya hidup (*life style*);
- b. Terjadinya wabah rokok di Indonesia karena adanya iklan dan iklan rokok membuat orang merasa tidak bersalah merokok, sementara kebijakan pemerintah tidak cukup melindungi masyarakat yang tidak merokok;

3. Dr. Thomas Noach Peea

- a. Rokok adalah suatu bisnis yang profesinya harus secara hukum, politis, dan sosial maka harus ada jaminan terhadap kelompok masyarakat yang dilayaninya tidak mengalami suatu sanksi atau akibat yang buruk, karena moral itu jawabannya baik, buruk, benar atau salah;
- b. Pada tahun 1950-an iklan berfungsi untuk memperkenalkan suatu produk secara jujur, benar, dan adil, namun dalam perkembangannya iklan-iklan digital dan lain-lain tidak lagi sebagai promosi dan mengenalkan sesuatu secara jujur dan fair, tetapi iklan sudah bersifat manipulatif dan disinformasi;
- c. Bahwa iklan yang modern adalah iklan yang menekankan pencitraan, sedangkan pencitraan itu biasanya penuh dengan hal-hal yang palsu dan kontradiktif.

4. Lisa Marie

Bahwa target iklan rokok adalah anak-anak, remaja, dan orang dewasa karena pola pikir mereka cenderung belum matang masih labil sehingga mudah untuk dipengaruhi. Faktor utama yang mempengaruhi iklan pada anak-anak adalah karena sering menonton televisi.

5. Elie Mutiawati

- a. Produk rokok adalah salah satu dari empat komoditi yang diawasi oleh Direktorat Pengawasan Napza, karena produk rokok berpotensi adiksi dari nikotin yang terkandung di dalam rokok dan toksisitas dari bahan kimia yang ada dalam rokok akan menyebabkan karsinogenik yang akan membahayakan kesehatan;
- b. Iklan dan promosi rokok banyak ditemukan di mana-mana, misalnya hampir di semua tayangan televisi, radio, koran, tabloid, majalah, billboard, pinggir jalan, lampu hias, halte, papan nama, sampai di ruangan, dan asbak rokok. Hal ini pada dasarnya melanggar ketentuan.

6. Mary Assunta Kolandai PhD

- a. Tembakau tidak sama dengan produk konsumen lainnya tetapi secara medis menunjukkan adanya kandungan nikotin yang adiktif dan adiksinya menunjukkan kesamaan dengan *drugs* lainnya, seperti kokain dan heroin;
- b. Korelasi antara iklan dan perilaku merokok bagi anak-anak, antara lain:
 - 1) ketika seseorang menerima iklan rokok maka dapat diprediksikan akan menjadi perokok satu tahun kemudian;
 - 2) remaja yang memiliki barang promosi sebuah produk rokok tertentu atau dapat menyebutkan iklan rokok, dua kali lipat kemungkinannya menjadi perokok empat tahun kemudian;
 - 3) reseptivitas atau penerimaan terhadap promosi tembakau, besar kemungkinannya setelah 21 bulan anak tersebut akan memulai menginisiasi untuk merokok, dan kemungkinan merokok meningkat

ketika anak tersebut ingin menggunakan barang promosi yang dimilikinya;

- 4) ketika anak-anak dapat menyebutkan satu, dua, dan/atau tiga iklan rokok, maka anak-anak akan menjadi perokok mingguan setelahnya;
 - 5) anak-anak yang mempunyai iklan favorit dan juga memiliki barang promosi, dan berkeinginan untuk menggunakan barang promosi, maka anak-anak tersebut kemungkinannya lebih besar akan menjadi perokok;
 - 6) akibat larangan iklan rokok yang bersifat parsial maka penurunan konsumsi tembakau sebesar 13,6%, tetapi ketika larangan diberlakukan secara menyeluruh maka menurunkan konsumsi tembakau sebesar 23,5%, sedangkan di negara maju penurunan konsumsi tembakau sebesar 6%, artinya larangan iklan rokok dampaknya lebih besar terasa di negara-negara berkembang dibandingkan dengan negara-negara maju;
- c. Bahwa alasan pelarangan Iklan rokok karena:
- 1) untuk mengurangi konsekuensi atau akibat dari kesehatan (penyakit dan kematian);
 - 2) iklan rokok *deceptive* bersifat menipu dan *misleading*;
 - 3) remaja dan anak-anak terekspos terpapar oleh iklan rokok;
 - 4) iklan rokok meningkatkan konsumsi tembakau termasuk konsumsi di kalangan anak-anak dan remaja;
 - 5) iklan rokok menargetkan kepada anak-anak dan remaja, memasarkan kepada anak-anak dan remaja;
 - 6) regulasi *voluntarily* oleh industri rokok telah gagal untuk dilakukan;
- d. apabila iklan rokok tidak dilarang maka akan ada empat hal yang terjadi:
- 1) konsumsi tembakau akan terus meningkat;
 - 2) akan lebih banyak perokok-perokok di Indonesia pada usia di bawah umur.
 - 3) inisiasi merokok akan menjadi lebih muda;
 - 4) industri atau perusahaan-perusahaan tembakau akan berlanjut untuk mempraktikkan standar ganda di Indonesia.

7. Dr. Soewarta Kosen

- a. Merokok merupakan satu-satunya penyebab kematian utama yang dapat dicegah. Ketergantungan pada nikotin digolongkan sebagai penyakit;
- b. Penurunan konsumsi tembakau sebetulnya akan menurunkan beban penyakit terkait dan juga akan memungkinkan penggunaan pendapatan keluarga secara lebih baik;
- c. Pembelian rokok untuk keluarga perokok ternyata lebih prioritas daripada membeli makanan bergizi, dan risiko relatif perokok untuk mendapat penyakit tertentu dapat mencapai 20 kali;
- d. Ditinjau dari beban ekonomi, dapat dikategorikan biaya langsung yaitu biaya pembelian rokok atau tembakau, biaya pengobatan, dan rehabilitasi, sedangkan biaya tidak langsung, yaitu berkaitan dengan pendapatan hilang karena sakit, cacat atau kematian dini;

- e. Tembakau merupakan penyebab tunggal kematian utama yang tidak dapat dicegah, penggunaannya tersebar luas karena harga yang relatif terjangkau pemasarannya agresif dan kurangnya pengetahuan masyarakat akan bahaya yang ditimbulkan dan juga sebetulnya ada inkonsistensi kebijakan publik mengenai bahaya tembakau;
- f. Pada tingkat global telah dikenalkan enam paket intervensi kebijakan yang dikatakan sangat *cost effective*, artinya sangat efektif dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk tembakau, yaitu:
 - 1) Meningkatkan cukai terhadap rokok;
 - 2) Melarang iklan promosi dan pemberian sponsor oleh industri rokok;
 - 3) Perlindungan pada paparan asap rokok;
 - 4) Peringatan bahaya tembakau;
 - 5) Pertolongan kepada mereka yang ingin berhenti merokok;
 - 6) Memonitor penggunaan tembakau dan kebijakan pencegahannya.

11. HAKIM KONSTITUSI: DR. H.M . AKIL MOCHTAR, S.H., M.H.

8. Abdillah Ahsan

- a. Konsumsi rokok dapat menimbulkan beberapa hal antara lain:
 - 1) perangkap kemiskinan dan mengurangi pendapatan yang dapat dibelanjakan;
 - 2) meningkatkan *disability* atau ketidakmampuan, *morbidity* atau penyakit, dan mortality atau kematian;
 - 3) menurunkan produktivitas tenaga kerja nasional;
 - 4) menimbulkan banyak penyakit berbahaya dan meningkatkan biaya kesehatan;
- b. Sistem cukai menurut undang-undang Nomor 39 Tahun 2007 adalah sifat barang-barang tertentu yang dikenai cukai, memiliki sifat karakteristik, yaitu konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya diawasi, pemakaiannya berdampak negatif bagi masyarakat, perlu pembebanan atau pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan;
- c. Klaim industri rokok sebagai penyumbang cukai terbesar adalah benar, namun kalau dicermati yang membayar cukai itu adalah perokok, bukan industri rokok karena cukai dibebankan kepada konsumen.

9. dr. Kartono Muhammad

- a. Bukti-bukti bahwa merokok menimbulkan gangguan pada kesehatan sudah disadari sejak tahun 1950-an ketika National Cancer Institute dan National heart Institute menyatakan bahwa penderita kanker paru-paru terjadi dari lima sampai lima belas kali lebih besar perokok daripada bukan perokok;
- b. Rokok berkaitan dengan adiksi ketergantungan yang disadari oleh industri rokok dan anak-anak muda untuk menjadi perokok;
- c. Industri rokok menyembunyikan dokumen-dokumen yang membuktikan bahwa rokok adalah berbahaya dan adiktif, terungkap pula dari perilaku

industri rokok bahwa sangat penting bagi anak-anak muda untuk menjadi perokok karena mereka akan setia kepada produk *brand* dan ketergantungan pada rokok akan sampai usia lebih lanjut atau sampai mati;

- d. Penyakit akibat rokok adalah bukan masalah individu yang tidak dapat dibawa ke masalah publik karena zaman sekarang tidak ada penyakit yang tidak dapat dibawa menjadi masalah *public health* atau *community health*.

10. Prof. Hasbullah Thabrany

- a. Rokok dapat menimbulkan bahaya bagi kesehatan karena mengandung bahan-bahan yang berbahaya, yakni bahan insektisida, bahan batu baterai, bahan racun, bahan cat, dan sebagainya;
- b. Negara-negara lain sudah memahami bahwa rokok mempunyai bahaya yang besar, memang tidak dilarang merokok, namun negara-negara tersebut memungut cukai sangat tinggi sehingga harga rokok menjadi tinggi sekali;
- c. Yang melakukan iklan rokok adalah industri rokok skala besar sehingga jika ada larangan iklan maka petani, pedagang pelinting rokok yang kecil-kecil tidak akan mengalami kerugian dan justru perusahaan-perusahaan besar yang akan mengalami kerugian;
- d. Seandainya petani pindah bertanam, masih lebih menguntungkan, karena laba bersih per hektar dari tembakau sebesar Rp 694.000,- dan jika ditanami jagung akan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 1,8 juta sedangkan jika ditanami padi akan menghasilkan laba bersih sebesar Rp 3,8 juta. Oleh karena itu, seharusnya pemerintah mengambil dari cukai rokok untuk melakukan substitusi, *crossstitution*, mendidik petaninya mencari bahan pertanian baru yang lebih menguntungkan dan tidak merugikan petani sehingga untuk mengurangi risiko bagi petani, pemerintah dapat *transfer* peralihan petani tembakau ke petani lainnya secara perlahan-lahan.

11. dr. Ahmad Budoyo

- a. Rokok mengandung efek negatif maka diberikan cukai sedangkan cukai atau *sin tax* memiliki makna pajak kedosaan. Oleh karena itu, siapapun juga termasuk negara, boleh memberikan batasan-batasan;
- b. Sebagian besar perokok ingin berhenti merokok tetapi mengalami kesulitan. Hal ini karena tidak ada motivasi, adanya adiksi, tidak mengetahui caranya berhenti dan adanya *withdrawal syndrome*;
- c. Berhenti merokok akan menimbulkan efek berupa sakit kepala, rasa ingin marah, lesu, keringat dingin, hilang gaya atau semangat, berdebar-debar, dan depresi;

- d. Ketika nikotin dihisap maka nikotin ini akan masuk ke peredaran darah, dan masuk di otak, kemudian di otak diterima oleh reseptor.

12. Dr. Zulazmi Mamdi

- a. Pengertian budaya itu sangat luas sehingga perlu dikembangkan budaya tidak merokok yang pada gilirannya akan membuat orang malu untuk merokok di depan umum;
- b. Perusahaan periklanan rokok menyatakan bahwa iklan hanya men-*switch* orang dari merk satu ke merk lainnya, tetapi jika dicermati slogan-slogan yang ada di dalam iklan rokok, tidak ada satu pun untuk orang dewasa, semuanya untuk anak-anak dan remaja, misalnya "enjoy aja", "bukan basa-basi", "tidak ada lu tidak rame".
- c. Iklan rokok sebetulnya diarahkan kepada perokok pemula, yaitu anak-anak dan remaja sehingga seseorang setiap hari *mind set*-nya sudah diubah dan mudah beradaptasi sesuai slogan-slogan iklan dimaksud;
- d. Media iklan rokok yang paling tinggi adalah televisi, walaupun menurut undang-undang iklan rokok dapat ditayangkan mulai pukul 21.30, namun kenyataannya tetap ada dalam tayangan olah raga, misalnya sepak bola;
- e. Iklan rokok di televisi dan pembentukan perilaku merokok merupakan salah satu yang mempengaruhi generasi muda dari keterpaparan iklan dengan kegiatan-kegiatan ekspansi rokok agar tidak berlanjut;

13. DR. Widyastuti Soerodjo

- a. Nikotin adalah zat atau bahan atau senyawa yang bersifat adiktif dapat mengakibatkan ketergantungan. Dengan demikian, ada tiga kata kunci yakni rokok, nikotin, dan adiktif.
- b. Masih ada kontroversi mengenai terminologi adiksi dan sebenarnya istilah adiksi dapat digunakan untuk beberapa konteks yang menggambarkan adanya ketergantungan psikologis, keinginan yang sangat obsesif kompulsif. Akan tetapi dalam terminologi medik, adiksi adalah suatu keadaan dimana bahan tergantung pada suatu bahan atau zat untuk berfungsi secara normal;
- c. Adiksi pada umumnya berhubungan dengan toleransi terhadap dosis, artinya selalu ada keinginan untuk menambah dosisnya untuk mencapai level adiksi atau mencapai kenikmatan yang sudah diperoleh sebelumnya. Apabila zat yang membuat ketergantungan tersebut dihilangkan secara mendadak akan menimbulkan sejumlah gangguan yang spesifik, misalnya lekas marah, tidak bisa konsentrasi, uring-uringan, dan sebagainya;
- d. Rokok adalah produk legal yang membahayakan dan bersifat adiktif, serta diterima sebagai produk normal dan bahkan hak, sebuah hak dan resistensi pemerintah untuk meregulasi karena mempertimbangkan penerimaan negara.

- e. Walaupun industri rokok merupakan produk normal tetapi dikenai cukai (*sin tax*) sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 39 tentang Cukai, barang konsumen yang dikenai cukai mempunyai karakteristik, yakni:
- 1) Peggungannya mempunyai dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan, dan diakui dampaknya bersifat negatif;
 - 2) Konsumsinya perlu dikendalikan;
 - 3) Distribusinya perlu diawasi; dan
 - 4) Dikenai pembebanan cukai.

14. Rohani Budi Prihatin

- a. Masyarakat di Indonesia dan masyarakat di negara berkembang lainnya sudah ada kesadaran mengenai saatnya pengendalian terhadap tembakau, minimal bagi calon perokok atau pun anak muda. Hal ini penting jangan sampai anak muda menjadi pencandu rokok. Hal ini berbeda dengan tujuan industri yang menginginkan minimal konsumen rokok stabil;
 - b. Sangat penting adanya regulasi yang melarang iklan rokok, promosi, dan *sponsorship* karena pembatasan waktu penayangan di televisi tidak efektif, sehingga iklan tidak bisa menyasar hanya untuk kelompok umur 17 tahun ke atas melainkan juga dapat dilihat oleh anak kecil sekali pun yang menonton televisi;
 - c. Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 1999 sebenarnya telah melarang iklan di media elektronik, media cetak, dan media luar ruang *billboard* dan lain sebagainya, tetapi Peraturan Pemerintah *a quo* hanya berlaku enam bulan karena ditentang oleh industri rokok dan petani tembakau, selanjutnya Peraturan Pemerintah *a quo* direvisi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2000, di mana salah satu perubahannya semula tidak ada iklan, diperbolehkan iklan dengan ketentuan waktu tayang yakni mulai pukul 21.30 sampai 05.00;
 - d. Dengan lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 membuat iklan-iklan di media cetak tidak lagi ada aturan jam tayang. Artinya, industri rokok dapat beriklan kapan saja tanpa ada pembatasan waktu di media elektronik. Di samping itu, adanya pergeseran industri rokok yang semula memunculkan *brand image* atau yang dijual adalah produknya, tetapi sekarang bergeser menjadi *corporate image* atau yang dijual adalah nama baik perusahaannya;
- [3.11] Menimbang bahwa Mahkamah mendengar keterangan Pemerintah dalam persidangan yang pada pokoknya adalah sebagai berikut:
- bahwa, rokok, merokok, dan iklan promosi rokok, secara hukum merupakan tiga hal yang berbeda, yang mempunyai domain pengaturan tersendiri. Akan tetapi secara faktual, rokok, merokok, dan iklan promosi rokok merupakan satu rangkaian yang tidak berdiri sendiri. Artinya, iklan promosi rokok tidak dapat dilepaskan dengan keberadaan rokok dan merokok;
 - bahwa, ketiga hal tersebut di atas, menurut para Pemohon merupakan

satu kesatuan yang tidak terpisah dengan pemahaman kondisi faktual yang dicoba untuk diekspresikan dalam pengajuan permohonannya, sehingga iklan promosi rokok yang diatur dalam ketentuan *a quo* menjadi persoalan yang sama menurut para Pemohon dengan rokok itu sebagai suatu produk dan tembakau sebagai bahan bakunya, serta kebiasaan merokok yang merupakan ekspresi kebebasan setiap individu;

- Bahwa persoalan rokok yang berbahaya bagi kesehatan, mengandung racun, serta bersifat adiktif tidak mempunyai kaitan sama sekali dengan iklan promosi rokok, terkecuali apabila rokok secara hukum dinyatakan sebagai barang yang ilegal;
- Bahwa ketentuan *a quo* tidak bertentangan dengan:
 - Pasal 28A UUD 1945, karena:
 - tidak terdapat hubungan kausalitas antara hak orang untuk hidup dan mempertahankan hidup dan kehidupannya, dengan iklan promosi rokok melalui media penyiaran;
 - iklan promosi rokok melalui media penyiaran telah diatur secara jelas dan sangat ketat;
 - pelarangan iklan promosi rokok bertentangan dengan Pasal 28A UUD 1945, karena rokok bukanlah barang ilegal dan tenaga kerja yang menggantungkan hidupnya pada industri rokok, industri periklanan rokok dan industri terkait beserta keluarganya menjadi terancam penghidupan dan kehidupannya.
 - Pasal 28B ayat (2) UUD 1945, karena:
 - tidak terdapat hubungan kausalitas antara hak anak atas kelangsungan hidup, tumbuh, dan berkembang serta perlindungan dari kekerasan serta diskriminasi dan iklan promosi rokok melalui media penyiaran;
 - iklan promosi rokok melalui media penyiaran selain tidak boleh memperagakan wujud rokok, juga hanya boleh ditayangkan pada pukul 21.30 sampai dengan 05.00, tidak boleh merangsang atau menyarankan orang untuk merokok, dan bahkan tidak boleh ditujukan terhadap anak, remaja, atau wanita hamil, maka pelanggaran-pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan tersebut sepatutnya diserahkan pada proses penegakan hukum yang berlaku;
 - tidak mendiskriminasikan anak dan tidak pula merugikan hak anak atas perlindungan dari diskriminasi sebagaimana dimaksud Pasal 28B ayat (2) UUD 1945;
 - Dilihat dari sisi adiktifnya, nikotin itu terletak sejajar dengan kafein dan tidak sama tingkatnya dengan opium, kokain, ganja, halosinogen, ataupun macam-macam zat se-adiktif hipnotik sehingga pengaturan mengenai rokok tidak pernah disetarakan dengan pengaturan mengenai narkotika dan obat-obatan terlarang. Kopi, teh dan cokelat yang mengandung kafein juga merupakan zat adiktif. Oleh karena itu, pengaturan Pasal 46 ayat (3) huruf c mengenai larangan iklan promosi rokok untuk memperagakan wujud rokok sebenarnya merupakan pengecualian dari Pasal 46 ayat (3) huruf b UU Penyiaran;
 - Pasal 28C ayat (1) UUD 1945 karena:

- "iklan niaga promosi rokok tidak mengenai fakta yang sebenarnya" adalah tidak benar dan tidak berdasar, karena berdasarkan Pasal 18 *juncto* Pasal 8 PP 19/2003 iklan promosi rokok harus mencantumkan peringatan bahaya merokok bagi kesehatan dengan huruf yang jelas dan dalam ukuran yang proporsional sehingga mudah dibaca. Dengan demikian, iklan promosi rokok sebagaimana faktanya di lapangan justru sudah memuat fakta yang sebenarnya bahwa rokok dapat membahayakan kesehatan;
- Adanya larangan-larangan yang sangat terperinci terhadap iklan rokok;
- Adanya pengaturan periode jam tayang iklan promosi rokok, dengan jelas dan tegas yakni tidak boleh ditujukan terhadap, atau menampilkan dalam bentuk gambar atau tulisan atau gabungan keduanya, anak, remaja, atau wanita hamil.
- Pasal 28F UUD 1945, karena:
 - frasa-frasa yang digunakan dalam iklan promosi rokok merusak mental pikiran dan psikologis anak sangat spekulatif dan tidak mempunyai nilai hukum karena para Pemohon hanya mendalilkan tanpa dapat membuktikan dalil-dalil tersebut sedangkan faktanya iklan promosi rokok hanya boleh disiarkan pukul 21.30 sampai dengan 05.00 yang bukan merupakan waktu menonton anak-anak.

Bahwa untuk memperkuat keterangannya, Pemerintah mengajukan bukti yang diberitanda Bukti Pem-1 sampai dengan Bukti Pem-4 dan **delapan saksi** serta **lima ahli**, masing-masing pada pokoknya menerangkan sebagai berikut:

Keterangan Saksi Pemerintah

1. Alex Kumara (Asosiasi Televisi Swasta Indonesia-ATVSI)

- a. Iklan rokok yang ditayangkan di media elektronik, baik televisi maupun radio mengacu kepada peraturan-peraturan, kode etik, dan kode perilaku yang ada. Artinya, sudah terjadi pembatasan di dalam jam tayang. Kemudian tidak memperlihatkan gambar atau visual dari orang yang merokok serta adanya peringatan dari pemerintah bahwa rokok berbahaya bagi kesehatan;
- b. Dari data *Advertising Expenditure* khusus untuk belanja iklan rokok untuk rokok kretek pada tahun 2005 adalah Rp 1,27 triliun sedangkan untuk rokok putih adalah Rp 56,1 milyar dan pada tahun 2006 ada Rp 1,28 triliyun untuk rokok kretek dan Rp 106, 5 milyar untuk rokok putih. Pada tahun 2007, terjadi peningkatan kembali, untuk rokok kretek Rp 1,33 triliyun dan Rp 38, 4 milyar untuk rokok putih;
- c. Iklan untuk rokok putih menurun secara signifikan dari 2006 ke 2007. Pada tahun 2008, terjadi penurunan. Untuk rokok kretek total adalah Rp 1,82 triliyun dan untuk rokok putih adalah Rp 27,9 milyar. Dengan demikian selalu terjadi penurunan yang konstan untuk rokok putih sejak

tahun 2005 sampai tahun 2008, sedangkan untuk triwulan pertama tahun 2009 untuk rokok kretek Rp 343 milyar dan Rp 21 milyar untuk rokok putih.

2. Agung Suryanto (Himpunan Kerukunan Tani Indonesia)

- Area tembakau di Indonesia itu mencapai 232.000 hektar yang tersebar di sebelas provinsi dan 88 kabupaten. Dalam kaitan dengan pangsa pasar dunia bahan baku cerutu di Indonesia memiliki 34% pangsa pasar dunia setelah Ekuador. 22% sisanya diikuti negara-negara seperti Brazil 7,1%, Amerika 4,8%, Kamerun 2,8%, Meksiko 1,4%, serta sisanya 2,7 % hilang dari pasaran;
- Indonesia di pasar tembakau dunia bisa dikatakan sebagai kebangkitan nasional di tengah kemerosotan ekonomi. Tahun 2008, cukai rokok yang disetorkan kepada negara mencapai Rp 44 trilyun dan diperkirakan meningkat Rp 49 trilyun tahun 2009, belum termasuk PPn dan PPh. Pemasukan devisa negara dari ekspor *cigarette* telah menembus angka 118.000.000 US dolar;
- Bahwa rokok adalah sumber kemiskinan tidaklah benar. Karena tidak ada korelasi positif antara merokok dan kemiskinan. Merokok dan miskin adalah dua hal yang berbeda;
- Industri tembakau dari hulu sampai hilirnya menyerap tenaga kerja kurang lebih sebesar 6.100.000 orang. Pertanaman tembakau dan pemeliharaan cengkeh terkait hasil distribusi dan retail, masing-masing tenaga kerja terlibat langsung diasumsikan menghidupi empat orang. Berarti terdapat sekitar 24.400.000 orang yang dihidupi. Jika dijumlahkan dengan penerapan tenaga kerja tidak terlibat langsung, terdapat sekitar 30,5 juta orang yang hidup dan bergantung pada industri ini.

3. Adnan Iskandar (Persatuan Perusahaan Periklanan)

- a. Ada tiga hal yang mencakup prosentase masalah iklan rokok dan industri rokok, yaitu:
 - 1) penciptaan iklan mempunyai proses yang melibatkan berbagai disiplin ilmu;
 - 2) dari hulu sampai hilir mencapai kurang lebih 10 juta pekerja dan pekerja di bidang pertanian belum pekerja terkait lainnya;
 - 3) iklan rokok di televisi melibatkan banyak orang, antara lain adalah perusahaan pengiklan, konseptor, serta *modelling agency*.
- b. Iklan rokok dari tahun ke tahun selalu mengalami penurunan, begitu juga usia perokok pada usia 15 tahun sampai dengan 24 tahun cenderung menurun;
- c. Iklan rokok hanya untuk mempertahankan dan mempengaruhi perokok merk lain untuk pindah ke merk rokok lain;

- d. Iklan rokok memberikan dampak yang sangat besar pada dewasa ini. Kemudian rokok sebagai produk *legal*, dengan demikian memiliki hak untuk beriklan di lembaga penyiaran dengan batasan-batasan dan aturan yang ditetapkan untuknya dan memiliki mata rantai ekonomis yang penting.

4. Nurtantio Wisnusubrata (Asosiasi Petani Tembakau)

- a. Petani tembakau merasa resah dan khawatir terhadap kelangsungan hidup petani tembakau, bilamana hak-hak ekonomi dikekang dan dimatikan oleh regulasi yang berpotensi menurunkan produktivitas budidaya tembakau karena komoditas tembakau sudah menjadi tumpuan hidup utama yang mampu menghidupi sejak dahulu;
- b. Penanaman tembakau di Indonesia bukan termasuk hal yang dilarang dan petani berhak untuk menentukan jenis tanaman yang dipilih sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992 tentang Budidaya Tanaman.
- c. Kesejahteraan ekonomi masyarakat tembakau pada dewasa ini mengalami peningkatan. Hal ini terbukti banyak anak-anak petani tembakau yang dapat menyelesaikan pendidikan tinggi dan menjadi kepala desa atau tokoh-tokoh muda;
- d. Berbagai jenis tanaman memiliki sifat yang lokal dan spesifik, misalnya kelapa sawit dan tembakau. Oleh karena itu, sangat naif apabila petani diminta untuk mengurangi atau mengalihkan fungsi tanam yang tidak sesuai dengan jenis tanaman dimaksud. Di samping itu, juga akan mempersulit bahan baku bagi industri rokok, yang pada akhirnya akan impor bahan baku tersebut.

5. Niken Rahmat (APINA)

- a. Sektor industri yang melakukan usaha secara legal di Indonesia memiliki hak yang sama dalam melaksanakan kegiatan pemasaran termasuk hak menggunakan sarana komunikasi yang tersedia;
- b. Pengusaha dan produsen yang pada dasarnya menghasilkan produk yang legal termasuk industri rokok memiliki hak sepenuhnya untuk melakukan berbagai bentuk komunikasi untuk konsumen, sehingga dapat memberikan informasi yang benar mengenai produk-produknya, termasuk risiko-risikonya sekaligus membedakan merk-merk yang ada di pasar;
- c. Iklan rokok selalu mencantumkan peringatan kesehatan dan keterangan bahwa produk tersebut hanya untuk orang dewasa yang berusia 18 tahun ke atas;
- d. Komunikasi serta pemasaran produk-produknya, dapat menggunakan berbagai sarana komunikasi dan periklanan, antara lain, media cetak, media luar ruang, internet, media elektronik yakni televisi dan radio serta

kegiatan sponsor dan tempat promosi lainnya yang tidak bertentangan dengan undang-undang;

6. Butet Kertaredjasa

- a. Bahwa kerja kreatif di bidang seni dalam ranah kebudayaan tidak ubahnya dengan para pekerja, ilmuwan di laboratorium yang selalu berusaha menemukan berbagai inovasi tanpa henti. Aktivitas kerja penciptaan itu harus terus dipelihara, dijaga, dan dirangsang agar tidak mati karena jika ruang kreatif mati, maka kebudayaan pun juga akan mati. Jika kebudayaan mati, maka manusia akan sekedar menjadi bungkusan daging tanpa jiwa;
- b. Korporasi-korporasi mapan yang pada akhirnya mengambil peran yang semestinya dilakukan oleh Pemerintah memberikan perhatian kepada kegiatan kultural itu dengan cara memberikan bantuan sponsorship selama 30 tahun;
- c. Bahwa jika industri rokok dibiarkan mati atau minimal dihambat perkembangannya sama halnya kemungkinan hilangnya sebuah dukungan. Hal ini justru akan membuat para pekerja seni kultural semakin terpuruk.

12. HAKIM KONSTITUSI: DR. H.M. ARSYAD SANUSI, S.H., M.HUM

7. Djoko Driono

- a. Menyangkut *sponsorship* Liga Indonesia, ada dua hal. *Pertama*, Liga Indonesia mengetuk seluruh pintu perusahaan tetapi hanya perusahaan rokok yang membuka pintu untuk sepak bola. Sejak Galatama digulirkan tahun 1994, hanya Bank Mandiri satu-satunya perusahaan non rokok yang bermitra dengan PSSI. Selebihnya adalah perusahaan rokok, mulai dari Dunhill, Kansas, Bentoel, Dji Sam Soe, dan Jarum sejak tahun 2005 sampai sekarang;
- b. Bahwa *spirit sponsorship* dengan "Djarum" memiliki komitmen jangka panjang dan visi bersama membangun sepak bola Indonesia. Barangkali apa yang disampaikan tentu belum seberapa dengan dibandingkan dengan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan rokok dalam membina olah raga negeri ini, misalkan untuk aktivitas di badminton dan upaya-upaya olah raga yang lain.

8. Dr. Suganda

- a. Saksi sangat prihatin karena perhatian terhadap asap rokok sudah berlebihan padahal asap knalpot jauh lebih berbahaya dari asap rokok dan terlena menghirup udara yang sudah sangat terpolusi serta membiarkan kendaraan bermotor yang dikuasai para pemodal asing masuk secara membabi buta ke negeri ini sampai ke pelosok desa;
- b. Industriwan rokok paham betul bahwa pekerjaan di sektor rokok adalah pekerjaan yang sangat sederhana karena bisa dicapai oleh pekerja non

pendidikan sekalipun. Tetapi rokok kretek adalah bagian dari perkembangan bangsa Indonesia yang berawal dari pengolahan tembakau dan cengkeh sehingga menjadi rokok yang beraroma dan rasa tertentu dengan kadar nikotin dan tar tertentu telah tumbuh dalam sejarahnya menjadi industri padat karya;

- c. Penelitian tentang rokok sesungguhnya belum pernah dilakukan terhadap rokok Indonesia dalam hal ini rokok kretek. Sampai dengan dampaknya yang disebutkan sebagai memicu kanker dan sebagainya. Kadar nikotin dan tar dalam rokok memang mungkin membahayakan tapi hal sama juga ada pada hampir setiap makanan.

Keterangan Ahli Pemerintah

1. Suwarno M. Serad

- a. Kandungan zat-zat yang terdapat dalam asap rokok seperti *poliaril aromatic hydrocarbon* dan *nitrosamine* terdapat juga dalam makanan yang dimasak dengan cara dibakar seperti sate dan ikan bakar;
- b. Seseorang disebut perokok jika seumur hidup pernah merokok satu gram tembakau, dan kandungan nikotin dalam rokok mempunyai sifat adiktif sehingga sekali seseorang mencoba untuk merokok maka ada kemungkinan ia menjadi ketagihan untuk terus merokok. Terhadap penelitian di atas, Ahli menyatakan bahwa seseorang dapat saja tidak ketagihan untuk merokok tergantung pada kemampuan orang tersebut untuk mengendalikan konsumsi rokok;
- c. Bagi perokok harus menghormati orang yang tidak merokok jangan sampai membuat orang lain menjadi perokok pasif karena dengan menjadi perokok pasif memiliki risiko kesehatan yang sama dengan perokok aktif.

2. Gabriel Mahal (Pengamat Anti Tembakau)

- a. Masalah rokok merupakan domain kesehatan privat. Kesehatan privat bertumpu pada *free of choice* atau kemerdekaan memilih yang merupakan bagian dari hak asasi yang sangat mendasar. Wujud dari *free of choice* adalah hak akan kesehatan sebagai kemerdekaan untuk mengontrol kesehatan diri sendiri dan tubuh sendiri, sehingga tanggung jawabnya tidak dapat dipindahtanggankan kepada negara, karena negara tidak memiliki hak untuk melakukan hal tersebut;
- b. Mengenai dampak tembakau bagi kesehatan, penyakit yang ditimbulkan oleh tembakau, angka kematian akibat merokok, kesemuanya merupakan dukungan untuk dilakukannya pengontrolan terhadap tembakau dan dasar yang *legitimate* bagi legislasi larangan merokok dan iklan rokok;
- c. Promosi rokok dengan tidak memperagakan bentuk rokok namun memberikan peringatan tentang bahaya merokok serta memberikan

informasi peringatan dan pendidikan kepada masyarakat termasuk anak-anak terhadap bahaya merokok;

- d. Tidak dapat dipungkiri bahwa industri rokok memberikan lapangan pekerjaan, selain industri rokok lapangan pekerjaan pun terdapat dalam industri lain yang berhubungan dengan industri rokok, salah satunya industri periklanan. Dalam hak untuk bekerja di Industri rokok dan industri lain yang ada kaitannya dengan industri rokok terdapat hak konstitusional lain yaitu hak anak untuk kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang;
- e. Larangan iklan rokok merupakan pelanggaran atas *Commercial Freedom of Speech* dan *Freedom of Choice* yang merupakan hak asasi manusia yang tidak dapat diingkari, tidak dapat dihilangkan karena merupakan kemerdekaan yang fundamental dan merupakan prinsip-prinsip eksistensial;
- f. Tidak ada hubungan antara iklan rokok dan naik turunnya konsumsi rokok, naik turunnya konsumsi rokok lebih banyak terpengaruh oleh efek pasar dan *brand* merk rokok tersebut.

3. W.S. Rendra

- a. Tembakau adalah suatu tanaman asing yang dipaksakan di tanam di Indonesia untuk pembentukan modal bagi kekuatan merkantilisme dan industri di negeri Belanda yang pada waktu itu menjajah Indonesia. Sebagai penjajah di Hindia Belanda (*Nederlandse Indie*), penjajah itu akan menjadikan Indonesia sebagai perkebunan raya yang menghasilkan hasil agraria yang pada akhirnya nanti menjadi modal bagi pembentukan industri dan kekuatan merkantilisme di Negeri Belanda;
- b. Dari segi kebudayaan, harga tembakau sangat tinggi kreativitasnya. Hal tersebut menunjukkan adanya adaptasi bangsa Indonesia yang ternyata bangsa yang tidak asli dalam beberapa hal tetapi bisa diadaptasi dengan kreatif, begitu juga aspek budaya harus dihargai dan dikembangkan;
- c. Rokok kretek dalam masa krisis moneter bisa bertahan dengan baik karena cengkehnya dari dalam negeri, kertasnya dalam negeri, tembakau dalam negeri, saosnya dalam negeri, dan konsumennya pun terbesar dalam negeri sehingga menjadi suatu kekuatan ekonomi yang baik. Sebagai seniman dan budayawan Ahli sangat menghargai dan mempertimbangkan proses pembangunan. Oleh karenanya Ahli menganggap bahwa *survival* dari rokok kretek tersebut membantu kekuatan pembangunan Indonesia;

4. Bimo Nugroho

- a. Peraturan Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) adalah peraturan bagi lembaga penyiaran televisi dan radio yang dibuat oleh KPI atas amanat Undang-Undang Penyiaran. KPI menyatakan

bahwa lembaga penyiaran dapat menyajikan program yang memuat pemberitaan, pembahasan atau penggambaran penggunaan alkohol dan rokok;

- b. Penjabaran terhadap iklan rokok adalah promosi rokok diperbolehkan sejauh tidak menunjukkan produk itu sendiri. Hal tersebut yang dijabarkan dalam P3SPS yang dibuat oleh KPI;
- c. Iklan-iklan rokok hanyalah imaji-imaji, tidak sampai pada tekanan efektif untuk merokok, atau kalau dalam politik disebut sebagai pencitraan, kemudian sampai pada lambang yang harus dipilih;
- d. Sesungguhnya UU Penyiaran dan KPI menjadi pelaksana dan mencoba menempatkan dirinya di tengah. Kalau imaji dipatahkan dengan faktanya, tidak ada perintah maka keputusan untuk menghisap rokok atau membeli rokok ada variabel-variabel lain yang diperhitungkan, misalnya faktor ekonomi, faktor psikologi, dan lain sebagainya sehingga independensi yang melihat iklan ini bisa lebih berimbang;
- e. Iklan disiarkan secara terus menerus meskipun tidak ada faktanya, tidak ada produknya, maka lambat laun akan terserap dalam memori masyarakat bahwa merokok itu tidak masalah. Oleh karena itulah kemudian dibatasi bahwa iklan rokok hanya boleh disiarkan di malam hari, dengan asumsi bahwa anak-anak tidak menonton pada malam hari.

5. Ridwan Handoyo

- Etika Pariwara Indonesia (EPI) adalah suatu produk dari Dewan Periklanan Indonesia atau DPI yang sebelumnya dikenal sebagai Komisi Periklanan Indonesia. Etika Pariwara Indonesia tersebut adalah salah satu penyempurnaan dari *guidance* atau acuan sebelumnya yang dikenal sebagai Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia atau TKTCPi;
- Secara sederhana, dalam EPI disusun mengenai tata krama atau *code of conduct* dan juga tata etika profesi serta tata cara atau *code of practices* atau tatanan etika usaha. EPI berlaku bagi semua iklan, pelaku, dan juga usaha periklanan yang dipublikasikan di wilayah hukum RI sedangkan kewenangannya EPI mengikat ke dalam maupun ke luar. Ke dalam mengikat orang-orang yang berkiprah dalam profesi apa pun di bidang periklanan serta semua entitas yang ada dalam industri periklanan, sedangkan keluar dia mengikat seluruh pelaku periklanan baik sebagai profesional maupun entitas usaha terhadap interaksinya dengan masyarakat dan pamong atau pemerintah;
- Iklan rokok tidak boleh dimuat pada media periklanan yang sasaran utama khalayaknya berusia di bawah 17 tahun. Hal tersebut bisa media apa saja, baik itu cetak maupun media elektronik sebenarnya. Dalam ketentuan iklan rokok menegaskan tidak boleh merangsang dan menyarankan orang untuk merokok, tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok memberikan manfaat bagi kesehatan, tidak memperagakan atau menggambarkan dalam bentuk gambar, tidak

ditujukan terhadap atau menampilkan dalam bentuk gambar, tulisan, atau gabungan keduanya terhadap anak, remaja, atau wanita hamil, tidak mencantumkan nama produk yang mencantumkan adalah rokok dan tidak bertentangan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Untuk media televisi dikhususkan lagi bahwa butir empat poin dua butir satu poin satu bahwa iklan rokok hanya boleh ditayangkan di televisi mulai pukul 21.30 sampai pukul 05.00 pagi waktu setempat;

- Bahwa fakta masih banyaknya iklan rokok yang melanggar memang benar. Untuk memperkuat teguran yang telah diberikan oleh Badan Pengawas Periklanan diberikan kolaborasi yang erat antarberbagai komponen dalam industri periklanan seperti antara pengiklan atau produsen dan biro iklan dan dengan media massa di samping peran serta unsur-unsur pemerintah dan non pemerintah yang terkait. Kemudian Badan Pengawas P3I mendukung seluruh pihak baik pemerintah maupun juga non pemerintah yang berniat melakukan tuntutan hukum terhadap iklan-iklan rokok yang dinilai melanggar etika dan atau peraturan pemerintah;
- Iklan apapun sebenarnya melanggar etika, tafsiran harafiah Ahli adalah dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen maka setiap kali melanggar etika dia bisa dikenakan sanksi hukum positif sehingga sebenarnya menurut Ahli, langkah pertama yang bisa dilakukan dalam masalah *appeal* adalah sebenarnya sebelum merubah aturan mengenai UU Penyiaran sendiri mengapa tidak mencoba untuk mendekatkan dulu aturan tersebut karena aturan yang ada sekarang pun sebenarnya belum ditegakkan secara seutuhnya.

[3.12] Menimbang bahwa terhadap permohonan Pemohon tersebut, DPR menjelaskan secara tertulis tanpa tanggal pada Bulan April 2009 yang pada pokoknya sebagai berikut:

1. bahwa perusahaan industri rokok sebagai badan hukum adalah juga subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan subjek hukum perorangan sebagaimana dijamin UUD 1945, khususnya hak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak, hak mendapat imbalan dan perlakuan yang adil, serta menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia yang diatur dalam Pasal 27 ayat (2), Pasal 28D ayat (2), dan Pasal 28F UUD 1945.
2. bahwa setiap warga negara ataupun badan hukum sebagai subjek hukum dalam menjalankan hak asasinya wajib menghormati hak asasi orang/pihak lain dalam tertib kehidupan masyarakat, berbangsa, dan bernegara, serta wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang sebagaimana diatur dalam Pasal 28J UUD 1945.
3. bahwa dalam rangka menghormati hak asasi orang/pihak lain termasuk hak asasi Para Pemohon sebagaimana didalilkan dalam permohonan *a quo* dan guna memberikan perlindungan kepada masyarakat akan dampak rokok, setiap industri rokok dalam

menjalankan haknya menyampaikan informasi melalui media penyiaran dengan segala jenis saluran yang tersedia dibatasi oleh ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c UU *a quo*.

4. bahwa perusahaan industri rokok terkait dengan sektor tenaga kerja, misalnya tenaga kerja pada perusahaan industri rokok, penjual rokok dan industri periklanan. Hal ini sesuai dengan Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 yang mengamanatkan, "*Tiap-tiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan*".
5. bahwa Pasal 28D ayat (2) UUD 1945 mengamanatkan, "*Setiap orang berhak untuk bekerja serta mendapat imbalan dan perlakuan yang adil dan layak dalam hubungan kerja*". Ketentuan ini mengandung makna bahwa setiap orang termasuk industri rokok dan tenaga kerjanya begitu juga para Pemohon mempunyai hak untuk bekerja dengan memperoleh imbalan serta perlakuan yang adil dan layak. Dengan demikian, dapat dianggap sebagai pelanggaran konstitusional jika industri rokok dilarang melakukan iklan atau promosi rokok, karena rokok bukan suatu produk yang dilarang undang-undang. Iklan dan promosi rokok adalah salah satu strategi pemasaran yang pada akhirnya memberikan penghidupan yang layak bagi kelangsungan industri rokok dan tenaga kerjanya;
6. bahwa penyiaran iklan dan promosi rokok adalah sebagai bentuk informasi untuk menyampaikan pesan kepada publik sepanjang dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dijamin oleh Pasal 28F UUD 1945 yang mengamanatkan, "*Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia*";
7. bahwa DPR tidak sependapat dengan dalil-dalil dan anggapan para Pemohon yang menyatakan, ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c UU *a quo* dianggap telah bertentangan dengan hak asasi manusia karena memberikan perlakuan diskriminatif terhadap para Pemohon yang dikaitkan dengan ketentuan Pasal 28A, Pasal 28B ayat (2) Pasal 28C ayat (1), serta Pasal 28F UUD 1945. DPR berpandangan bahwa Pasal 46 ayat (3) huruf c UU *a quo* tidak terdapat unsur diskriminasi, melainkan mengandung unsur persamaan hak atas kelangsungan hidup, kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi, kewajiban untuk menghormati, memberikan perlindungan, dan memberikan jaminan atas pelaksanaan dan pemenuhan hak asasi manusia terhadap setiap orang yang bersifat universal dan berlaku bagi siapapun, termasuk para Pemohon itu sendiri;
8. bahwa terkait pengertian tentang diskriminasi sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, batasan diskriminasi pada pokoknya adalah tidak membedakan pemberlakuannya terhadap manusia berdasarkan atas dasar agama, suku, ras, etnik, kelompok, golongan, status sosial, status

ekonomi, jenis kelamin, bahasa dan keyakinan politik (*Vide* Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia maupun Pasal 2 *International Covenant on Civil and Political Rights*);

9. bahwa dengan demikian merupakan hak konstitusional bagi setiap orang termasuk industri rokok dan industri terkait untuk mengiklankan dan menayangkan promosi rokok di media massa sepanjang kegiatan ini dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

[3.14] Menimbang bahwa terhadap permohonan para Pemohon tersebut, Pihak Terkait (DPRD Kabupaten Temanggung), memberikan keterangan secara lisan dan tertulis yang pada pokoknya sebagai berikut:

- a. Bahwa Pasal 46 ayat (3) huruf c apabila dikaitkan dengan Pasal 16 sampai Pasal 21 Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003, tidak perlu dipermasalahkan karena iklan dan promosi yang ditayangkan selama ini baik pada media elektronik maupun media cetak sudah sesuai dan tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan;
- b. Bahwa menghapuskan seluruh bentuk iklan rokok berarti sama dengan membunuh industri rokok, karena *modern marketing* adalah mustahil tanpa iklan;
- c. Bahwa penerimaan cukai pemerintah dari tembakau atau industri rokok pada tahun 2009 lebih kurang sebesar Rp 57 trilyun, hal ini merupakan penerimaan negara yang cukup besar untuk kepentingan nasional.

Pendapat Mahkamah

[3.15] Menimbang bahwa setelah mencermati dalil-dalil para Pemohon, keterangan dua saksi dan 14 ahli dari para Pemohon, serta bukti-bukti surat yang diajukan para Pemohon, keterangan Pemerintah, keterangan delapan Saksi dari Pemerintah, dan keterangan lima Ahli dari Pemerintah, keterangan Dewan Perwakilan Rakyat, serta keterangan Pihak Terkait, Mahkamah akan memberikan pendapat mengenai hal-hal yang menjadi materi pokok permohonan para Pemohon.

[3.16] Menimbang bahwa sebelum menyatakan pendiriannya perihal konstitusionalitas iklan rokok, *in casu* yang tercantum dalam UU Penyiaran, penting bagi Mahkamah untuk terlebih dahulu mempertimbangkan hal-hal berikut:

- (a) Bahwa sesuai dengan ketentuan Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2) UUD 1945, Mahkamah berwenang bukan saja untuk menyelenggarakan peradilan namun juga untuk menegakkan hukum, keadilan, dan kemanfaatan. Dalam hubungannya dengan isu iklan rokok, keadilan yang hendak ditegakkan berdasarkan atas hukum senantiasa dibuat dengan

mengingat pertimbangan-pertimbangan dari berbagai perspektif, yaitu dari perspektif sosiologis, yuridis, ilmiah, dan budaya. Permasalahan hukum iklan rokok, tidaklah adil (*unfair*) apabila pertimbangan dibuat dengan hanya memfokuskan pada rokok itu sendiri dan dampak negatif dari rokok semata dengan mengabaikan pertimbangan-pertimbangan dari perspektif kehidupan para petani tembakau, petani cengkeh, pelaku industri rokok, industri iklan, industri perfilman, industri percetakan, jasa transportasi serta kehidupan budaya lainnya yang di dalamnya terkait pelaku usaha, tenaga kerja yang menggantungkan hidupnya pada industri rokok dan industri-industri lain yang terkait. Di samping itu, tidaklah adil apabila pertimbangan-pertimbangan terfokus pada perspektif keberlangsungan petani tembakau, petani cengkeh, pelaku industri rokok, industri iklan, industri perfilman, industri percetakan, dan jasa transportasi belaka dengan mengabaikan dampak negatif yang ditimbulkan oleh rokok;

- (b) Bahwa tanaman tembakau yang menjadi bahan baku rokok bersama dengan cengkeh meskipun pada mulanya adalah tanaman asing yang dipaksa ditanam di Indonesia untuk pembentukan modal bagi kekuatan merkantilisme dan industri negeri Belanda, dalam perkembangannya tembakau telah mengakar pada budaya masyarakat Indonesia, sebagaimana terbukti dengan kebiasaan merokok, keterampilan melinting dan keahlian dalam membudidayakan tanaman tembakau yang telah ada sebelum datangnya industri besar. Hal tersebut menunjukkan bangsa Indonesia adalah bangsa yang kreatif mengadaptasi kebudayaan asing yang harus dihargai dan dikembangkan. Terhadap sikap yang tidak akan melarang pabrik rokok atau pembudidayaan tembakau tetapi menekan iklan rokok sama saja dengan sikap hipokritisme dan sifat iklan jenis apa pun selalu bersifat membujuk (keterangan Ahli Pemerintah W.S. Rendra). Di samping itu, bertanam tembakau dan merokok sudah menjadi budaya dan telah menarik bangsa-bangsa lain untuk datang ke Indonesia. Apalagi, sesuai dengan keterangan Pihak Terkait (DPRD Temanggung), bertani tembakau merupakan mata pencaharian bagi masyarakat tertentu di Indonesia, sehingga tidak boleh dihalang-halangi;
- (c) Sebagai industri, industri rokok baik yang berskala kecil, menengah, maupun yang berskala besar menjadi bagian dari kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki mata rantai panjang dari hulu sampai ke hilir dengan melibatkan jutaan petani tembakau, petani cengkeh, industri kertas, lembaga penyiaran, industri periklanan, industri film iklan, pedagang grosir dan eceran, usaha percetakan, jasa transportasi, dan lain sebagainya;
- (d) Bahwa jumlah tenaga kerja yang menggantungkan hidupnya pada industri rokok dan industri terkait pun tidak sedikit. Pada tahun 2008, lebih kurang 400.000 tenaga kerja terserap langsung pada industri

rokok, 2,4 juta petani tembakau; 1,5 juta petani cengkeh; 4,8 juta pedagang grosir dan eceran; serta satu juta tenaga kerja pada industri pendukung terkait seperti percetakan dan transportasi. Di samping sektor tenaga kerja, industri rokok dan industri terkait menyumbangkan devisa yang besar. Penerimaan negara dari pajak dan cukai dari industri rokok selama tahun 2008 mencapai lebih kurang 57 triliun rupiah, sedangkan belanja iklan yang dikeluarkan industri rokok selama tahun 2008 mencapai 1,4 triliun rupiah (*vide* Keterangan Pemerintah halaman 16);

- (e) Bahwa di samping hal-hal di atas, Mahkamah telah mencermati secara mendalam temuan ilmiah Badan Kesehatan Dunia (*World Health Organization/WHO*) mengenai dampak negatif tembakau terhadap kesehatan perokok dan bukan perokok. Mahkamah mengapresiasi atas inisiatif WHO yang mendorong semua negara anggotanya secara aklamasi menyepakati *Framework Convention on Tobacco Control* (Konvensi Kerangka Kerja Pengendalian Tembakau) pada tahun 2003 sebagai Traktat Internasional dalam menanggulangi dampak tembakau atas kesehatan umat manusia. Mahkamah juga mencermati secara mendalam “Paket Enam Strategis” yang dirumuskan oleh WHO pada tahun 2008 yang terdiri atas: (i) Monitoring prevalensi dan kemajuan upaya penanggulangan konsumsi tembakau, (ii) Perlindungan masyarakat terhadap asap tembakau, (iii) Optimalisasi dukungan untuk berhenti merokok, (iv) Waspada masyarakat akan dampak negatif tembakau, (v) Eliminasi iklan, promosi dan pensponsoran tembakau, serta (vi) Raih kenaikan cukai tembakau guna mengatasi epidemi tembakau tersebut (*vide* John Crofton and Davids Simpson, *Tobacco: a Global Threat*, 2002);
- (f) Bahwa Mahkamah juga mencermati secara mendalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai dukungan moral untuk melarang merokok bagi para remaja, perempuan hamil, dan merokok di tempat umum;

13. HAKIM KONSTITUSI: PROF. ABDUL MUKTHIE FADJAR, S.H., M.S.

- (g) Bahwa para industri rokok telah mematuhi ketentuan yang tertera dalam Pasal 46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran dengan tidak satu pun usaha industri rokok baik yang skala besar, menengah, maupun skala kecil yang memperagakan wujud rokok. Di samping itu pula, seluruh kemasan rokok juga telah mencantumkan kewajiban hukumnya untuk secara transparan dan jelas dengan menulis kalimat-kalimat yang berkonotasi preventif yaitu, “Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi, dan gangguan kehamilan dan janin”. Kalimat peringatan tersebut tertuju kepada setiap orang, tidak hanya kepada anak-anak, remaja, atau wanita hamil, bahkan lebih dari itu produksi membuat

kemasan gambar dengan memperlihatkan betapa bahayanya rokok menimbulkan penyakit kanker;

- (h) Bahwa industri rokok, merokok, dan iklan rokok memiliki domain hukum sendiri-sendiri, dimana rokok masih merupakan komoditas dan produk yang legal sebagaimana diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan dan berbagai aturan kebijakan, bahkan iklan niaga rokok juga harus tunduk pada tata krama pariwisata sesuai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS);
- (i) Mahkamah berpendapat bahwa zat-zat yang terkandung dalam rokok dapat merugikan kesehatan tetapi kandungan zat-zat tersebut tidak setara dengan kandungan zat-zat adiktif lain seperti morfin, opium, ganja, dan sejenisnya;
- (j) Bahwa berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 54/PUU-VI/2008 bertanggal 14 april 2009 dalam perkara Pengujian Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai terhadap UUD 1945, Mahkamah berpendapat bahwa dana cukai hasil tembakau yang salah satu peruntukannya digunakan untuk pembinaan lingkungan sosial harus ditafsirkan untuk mendanai kegiatan pada tingkat petani penghasil tembakau yang membutuhkan pembinaan dan bimbingan petani, transfer teknologi, dan pengawalan teknologi di tingkat petani agar dapat menghasilkan bahan baku yang diharapkan. Terlebih lagi, kebijakan Pemerintah di bidang kesehatan dan lingkungan hidup akan berpengaruh terhadap pengenaan cukai hasil tembakau dan berakibat secara signifikan bagi berkurangnya produksi dan konsumsi tembakau, sehingga petani tembakau harus dipersiapkan untuk melakukan konversi dari tanaman tembakau ke budidaya pertanian lainnya di masa depan;

[3.17] Menimbang bahwa dari fakta-fakta sebagaimana diuraikan di atas, dikaitkan dengan posita dan petitum para Pemohon, maka pertanyaan hukum yang harus dijawab dan diberi penilaian hukum oleh Mahkamah adalah apakah benar frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" dalam pasal *a quo* melanggar hak-hak konstitusional para Pemohon, yaitu: (i) hak untuk hidup dan mempertahankan kehidupannya; (ii) hak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang; (iii) hak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi; (iv) hak untuk mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya; dan (v) hak untuk mendapatkan pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya;

[3.18] Menimbang bahwa Mahkamah akan memberikan penilaian terhadap dalil-dalil para Pemohon yang menyatakan bahwa Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28A UUD 1945 yang berbunyi, "*Setiap orang berhak untuk hidup dan mempertahankan kehidupannya.*"

- bahwa sepanjang dalil hukum para Pemohon yang menyatakan membolehkan iklan promosi rokok adalah melanggar hak konstitusional, menurut Mahkamah, tidak jelas *ratio legis*-nya. Menurut Mahkamah, frasa yang memperagakan wujud rokok baik berdasarkan *original intent* (maksud awal) maupun berdasarkan *original meaning* (makna awal) mengandung makna bahwa para pengusaha industri rokok dalam mengiklankan atau mempromosikan rokok dilarang atau tidak dibenarkan dengan cara atau bentuk yang memperlihatkan perokok sedang menghisap rokok;
- bahwa peragaan wujud rokok dilarang bagi para pengusaha industri rokok dalam mempromosikan atau mengiklankan rokok tanpa batas (absolut), sebab dalam Undang-Undang *a quo*, promosi rokok disertai dengan syarat-syarat atau batasan yang ketat yaitu tidak boleh memperagakan wujud rokok;
- bahwa dengan jelasnya makna frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" merupakan justifikasi tetap dibenarkannya menyiarkan iklan promosi rokok yang dilakukan oleh lembaga penyiaran;
- bahwa berdasarkan alasan hukum yang didalilkan para Pemohon, telah nyata para Pemohon menjadikan dasar permohonannya dalam Pasal 46 ayat (3) huruf c merupakan pintu masuk dan menjadi tujuan akhir yang hendak dicapai, yaitu dilarangnya iklan atau promosi rokok;
- Mahkamah dalam mencermati Pasal 46 ayat (3) huruf c *a quo* termasuk perundang-undangan lainnya, tidak pernah menempatkan rokok sebagai produk yang dilarang untuk dipublikasikan, terlebih lagi tidak ada larangan untuk diperjualbelikan begitu pun tidak pernah menempatkan tembakau dan cengkeh sebagai produk pertanian yang dilarang, sehingga rokok adalah produk yang legal, terbukti dengan dikenakan cukai terhadap rokok dan tembakau (*vide* Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 54/PUU-VI/2008)
- bahwa karena rokok masih merupakan produk legal maka perusahaan rokok sebagai badan hukum adalah juga sebagai subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan subjek hukum perseorangan sebagaimana dijamin oleh UUD 1945;
- bahwa berdasarkan pandangan hukum di atas maka industri rokok dan industri periklanan, serta industri terkait lainnya serta tenaga kerja yang menggantungkan hidupnya pada industri rokok dan industri-industri terkait haruslah mendapat perlakuan yang sama di hadapan hukum atas hak-hak konstitusionalnya untuk bekerja dan mencari penghidupan yang layak sebagaimana dijamin oleh Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 yang berbunyi, "*Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan*" dan Pasal 28D ayat (2) UUD

1945 yang berbunyi, *"Setiap orang berhak untuk bekerja serta mendapat imbalan dan perlakuan yang adil dan layak dalam hubungan kerja"*;

- bahwa sektor industri yang melakukan usaha secara legal di Indonesia memiliki hak yang sama dengan industri-industri lain yang juga secara legal diakui di Indonesia dalam melakukan pengenalan dan pemasaran produknya. Industri legal juga berhak menggunakan sarana komunikasi yang tersedia, membangun jaringan dengan industri lain termasuk industri periklanan dan perfilman. Begitu juga dengan industri rokok juga memiliki hak yang sama dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, termasuk hak menggunakan sarana komunikasi yang tersedia, antara lain, media cetak, media luar ruangan, internet, media elektronik seperti televisi dan radio, maupun kegiatan sponsor dan promosi lainnya yang kesemuanya merupakan kegiatan komunikasi kepada konsumen sehingga dapat memberikan informasi yang benar mengenai produk-produknya sekaligus membedakan dengan merk-merk lainnya;
- bahwa Mahkamah sependapat dengan Ahli Pemohon (dr. Soewarta Kosen) yang menyatakan penurunan konsumsi tembakau sebetulnya akan menurunkan beban penyakit terkait dan memungkinkan penggunaan pendapatan keluarga secara lebih baik karena pembelian rokok untuk keluarga ternyata lebih prioritas daripada membeli makanan bergizi. Mahkamah juga sependapat dengan keterangan Ahli Pemohon (Mardiyah Chamim) bahwa harus ada solusi yang komprehensif melalui *law enforcement* melalui Undang-Undang yang memadai dan tidak memungkinkan industri rokok untuk memanipulasi sistem, tetapi menurut Mahkamah, permohonan para Pemohon hanyalah menyangkut konstitusionalitas Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa *"yang memperagakan wujud rokok"*.
- bahwa menyadari akan dampak negatif yang ditimbulkan oleh rokok dan tembakau sebagaimana tersebut di atas, serta kegiatan periklanan oleh industri rokok, Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya melakukan penanganan dan pengaturan khusus melalui instrumen hukum, peraturan perundang-undangan, ataupun aturan kebijakan, di antaranya:
 - Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 100, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3495);
 - Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);

- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4252);
- Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 1999 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2000 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan; dan
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan, yang pada pokoknya mengatur bahwa rokok tidak dilarang dan iklan rokok diperbolehkan untuk disiarkan melalui media penyiaran sebagaimana disebutkan dalam konsiderans Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 yang menyatakan: *"a. Bahwa rokok merupakan salah satu zat adiktif yang bila digunakan mengakibatkan bahaya bagi kesehatan individu dan masyarakat; b. Bahwa sebagai pelaksanaan ketentuan Pasal 44 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan telah ditetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 1999 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2000; c. Bahwa untuk lebih mengefektifkan pelaksanaan pengamanan rokok bagi kesehatan dipandang perlu menyampaikan pengaturan mengenai pengamanan rokok bagi kesehatan dengan Peraturan Pemerintah."*
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengatur mengenai larangan dalam siaran iklan niaga, di antaranya dilarang melakukan promosi minuman keras atau sejenisnya, dan bahan atau zat adiktif dan promosi rokok yang memperagakan wujud rokok.
- bahwa antara rokok, merokok, dan iklan rokok adalah tiga hal yang berbeda dan karenanya mempunyai domain hukum yang berbeda pula, meskipun ketiganya merupakan satu rangkaian yang tidak berdiri sendiri. Artinya, promosi rokok tidak dapat dilepaskan dengan keberadaan rokok dan budaya merokok. Persoalan rokok sebagai barang yang mengandung beberapa zat kimia yang membahayakan bagi kesehatan tidak berkaitan dengan promosi rokok, hal ini karena rokok belum dinyatakan sebagai produk yang ilegal. Sepanjang rokok belum dinyatakan sebagai produk yang ilegal maka selama itu kegiatan promosi rokok tetap harus dipandang sebagai kegiatan yang legal pula selama promosi tersebut dilakukan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Menurut Mahkamah, pasal *a quo* hendak memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan dari pihak-pihak yang menurut hukum harus dilindungi *in casu* masyarakat, termasuk anak-anak dan remaja dari pengaruh promosi rokok yang memperagakan wujud rokok yang secara visual langsung dapat dilihat anak-anak. Pasal 28A UUD 1945

adalah berkaitan dengan hak untuk hidup seseorang dan hak untuk mempertahankan kehidupan. Artinya, konstitusi memberikan jaminan terhadap tindakan atau upaya yang hendak menghilangkan nyawa seseorang secara melawan hukum dan melindungi terhadap segala tindakan, atau upaya yang hendak menghilangkan, membatasi, atau mengurangi hak hidup dan kehidupan seseorang;

- Bahwa Pasal 46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran hanyalah mengatur tentang siaran iklan niaga yang justru dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara dibenarkannya produk rokok dan iklan rokok dan perlindungan hukum kepada pihak-pihak yang harus dilindungi oleh akibat rokok, sementara para Pemohon hanya mempersoalkan frasa, *“yang memperagakan wujud rokok”*. Dengan kata lain, para Pemohon menghendaki agar siaran iklan niaga dilarang melakukan promosi rokok;
- Bahwa mengenai dampak rokok bagi kesehatan, penyakit yang ditimbulkan oleh tembakau, dan angka kematian akibat merokok, semuanya merupakan dukungan untuk dilakukannya pengontrolan terhadap tembakau dan rokok serta menjadi dasar yang *legitimate* bagi regulasi merokok dan iklan rokok, tetapi sepanjang rokok tetap dipandang sebagai produk yang legal, maka larangan terhadap iklan rokok merupakan pelanggaran hak asasi manusia;
- Bahwa kegiatan beriklan dan mempromosikan produk melalui media penyiaran hanyalah mata rantai terakhir dari seluruh investasi yang dikeluarkan oleh pengusaha industri rokok, sehingga kegiatan mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi dalam bentuk iklan promosi rokok dijamin oleh konstitusi sebagaimana diatur dalam Pasal 28F UUD 1945 yang berbunyi, *“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”* Dengan demikian, larangan iklan rokok melanggar hak konstitusional setiap orang untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi sebagaimana dijamin oleh Pasal 28F UUD 1945;
- Bahwa pandangan Mahkamah tersebut sejalan dengan keterangan Ahli Ridwan Handoyo bahwa dalam Etika Pariwara Indonesia (EPI) dikenal tata krama (*code of conduct*), tata etika profesi, dan tata etika usaha yang mengikat bagi semua periklanan serta perilaku usaha periklanan yang diperbolehkan dalam wilayah hukum Republik Indonesia. Selain itu juga terdapat Badan Pengawas Periklanan yang memberi hak kepada setiap orang dan pemerintah untuk mengajukan keberatan terhadap iklan-iklan rokok yang melanggar etika atau peraturan pemerintah;

- Bahwa seandainya pun iklan rokok dilarang dalam iklan siaran niaga, industri rokok tetap dapat melakukan iklan produknya melalui media periklanan yang lain seperti melalui *event-event* olah raga, musik, internet, satelit, media cetak, ataupun media luar ruang. Oleh karena itu, melarang iklan rokok pada media penyiaran tetapi tetap memperbolehkan melalui media lain, selain tidak efektif juga merupakan pelanggaran terhadap Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 yang berbunyi, "*Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum*";
- Bahwa berdasarkan pandangan hukum sebagaimana diuraikan di atas maka dalil para Pemohon yang menyatakan pasal *a quo* bertentangan dengan Pasal 28A UUD 1945 adalah tidak berdasar hukum dan karenanya harus dikesampingkan;

[3.19] Menimbang bahwa sepanjang dalil para Pemohon yang menyatakan Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28B ayat (2) UUD 1945 karena: (i) pemberlakuan pasal *a quo* berkorelasi dengan hak para Pemohon dalam hal memastikan pemenuhan hak anak atas kelangsungan hidup (*right to survival*), hak untuk tumbuh dan berkembang (*right to development*), dan hak atas perlindungan (*right to protection*) dari kekerasan dan perlakuan diskriminatif terhadap anak sebagai subyek yang dilindungi hak konstitusionalnya; (ii) pasal *a quo* telah menjadi kausalitas adanya dorongan dan pengaruh pada anak dan remaja menjadi perokok yang pada gilirannya akan terkena dampak merokok sehingga melanggar hak-hak konstitusional anak berupa hak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang, serta hak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi. Menurut Mahkamah, memang benar bahwa dampak dari rokok adalah merugikan kesehatan, sedangkan kualitas kesehatan seseorang berkaitan dengan kualitas hidup dan kehidupan seseorang, akan tetapi promosi rokok dibenarkan oleh Undang-Undang *a quo*. Walaupun orang menjadi terpengaruh untuk membeli suatu produk rokok kemudian merokok, akan tetapi dampak dari rokok terutama terhadap anak-anak bukanlah kerugian yang bersifat spesifik (khusus) dan aktual karena yang dimohonkan para Pemohon hanya berkaitan dengan promosi rokok melalui media penyiaran sementara industri rokok tetap dapat melakukan aktivitas periklanan melalui media-media lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lain yang tidak dimohonkan pengujian. Mahkamah tidak dapat menyatakan suatu norma dari suatu Undang-Undang yang tidak dimajukan kepada Mahkamah untuk mengujinya. Terlebih lagi setelah mencermati dalil-dalil para Pemohon bahwa pasal *a quo* melanggar hak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi tidaklah tepat menurut hukum, karena walaupun frasa "*yang*

memperagakan wujud rokok" yang diatur dalam pasal *a quo* dinyatakan bertentangan dengan UUD 1945 tidaklah berarti bahwa promosi rokok dapat dikualifikasikan sebagai sebuah tindakan kekerasan dan diskriminasi, tetapi justru menganut asas keseimbangan dengan mengatur bentuk iklan dan waktu penayangannya sebagai bentuk perlindungan terhadap anak, industri penyiaran dan periklanan, dan masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada industri rokok ataupun industri terkait, serta terhadap bangsa dan negara. Dengan demikian, dalil-dalil para Pemohon *a quo* tidak berdasar dan beralasan hukum;

[3.20] Menimbang bahwa para Pemohon mendalilkan Pasal 46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28C ayat (1) UUD 1945 karena hak memperoleh manfaat dari seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidup dan demi kesejahteraan umat manusia dilanggar oleh berlakunya pasal *a quo* dan promosi rokok melalui lembaga penyiaran telah mempengaruhi anak dan remaja untuk merokok dan meningkatkan prevalensi anak-anak dan remaja menjadi perokok. Menurut Mahkamah, hak-hak konstitusional para Pemohon untuk memperoleh pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan, seni, dan budaya tidaklah terhalangi atau dihambat oleh promosi rokok melalui lembaga penyiaran, seandainya pun rokok merugikan kesehatan tetapi kerugian yang disebabkan oleh rokok tidaklah mempunyai hubungan sebab akibat (*causal verband*) dengan terhalanginya mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasar, hak mendapatkan pendidikan, dan memperoleh manfaat dari seni dan budaya. Dengan demikian, dalil-dalil para Pemohon tidak beralasan dan harus dikesampingkan.

14. HAKIM KONSTITUSI: DR. AKIL MOCHTAR, S.H.

[3.21] Menimbang bahwa terhadap dalil para Pemohon yang menyatakan Pasal 46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran sepanjang frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" bertentangan dengan Pasal 28F ayat (1) UUD 1945 karena penyiaran iklan dan promosi rokok melalui televisi adalah manipulasi yang menyesatkan karena tidak sesuai dengan fakta sebenarnya dari rokok, padahal rokok merupakan racun bersifat adiktif dan karsinogenik yang dapat merusak mental, pikiran, dan psikologi anak, Mahkamah berpendapat bahwa meskipun masih banyak iklan rokok yang melanggar aturan jam tayang dan melanggar etika sebagaimana yang dikemukakan para Pemohon, namun hal tersebut bukanlah persoalan konstitusionalitas norma melainkan pelaksanaan dari suatu peraturan, terlebih lagi kalau dikaji secara mendalam iklan apa pun sebenarnya melanggar etika karena selalu menyampaikan hal-hal yang menggijurkan konsumen. Akan tetapi, Pasal

46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran *juncto* Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 telah memberikan pembatasan yang sangat ketat yang salah satunya adalah adanya larangan memperagakan wujud rokok, karenanya selama promosi rokok tetap tunduk pada peraturan yang berlaku maka promosi rokok haruslah dibenarkan;

[3.22] Menimbang bahwa sektor industri rokok yang melakukan usaha secara legal di Indonesia memiliki hak yang sama dengan industri-industri lain yang juga secara legal diakui di Indonesia dalam melakukan pengenalan dan pemasaran produknya. Dalam melakukan pengenalan dan pemasaran produknya, industri yang legal juga berhak menggunakan sarana komunikasi yang tersedia dan membangun jaringan dengan industri lain termasuk industri periklanan serta perfilman. Begitu juga dengan industri rokok memiliki hak yang sama dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, termasuk hak menggunakan sarana komunikasi yang tersedia antara lain media cetak, media luar ruang, internet, media elektronik seperti televisi dan radio maupun kegiatan sponsor dan promosi lainnya yang kesemuanya merupakan kegiatan komunikasi kepada konsumen, sehingga dapat memberikan informasi yang benar mengenai produk-produknya sekaligus membedakan dengan merk-merk lainnya;

[3.23] Menimbang bahwa Pasal 9 ayat (1) *junctis* Pasal 10 dan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur iklan promosi rokok secara tegas, sehingga jika ada iklan promosi rokok yang menyesatkan, memutarbalikkan fakta, memanipulasi informasi dan bahkan merusak mental pikiran dan psikologi anak maka ada proses penegakan hukum yang dapat dilakukan sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang mengatur sanksi pidana terhadap pelanggaran ketentuan tersebut, karenanya Mahkamah tidak sependapat dengan keterangan saksi Pemohon (Dina Kania) yang menyatakan bahwa industri rokok kerap melakukan praktik iklan langsung, iklan terselubung, *sponsorship*, dan pemasaran melalui pesan pendek (SMS) serta *e-mail* yang berarti melanggar undang-undang. Keterangan saksi tersebut tidak berkaitan dengan konstitusionalitas suatu norma karena menyangkut pelaksanaan dari suatu peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, promosi rokok yang diatur dalam pasal *a quo* tidaklah mengurangi, membatasi, mengabaikan, dan menghilangkan hak-hak para Pemohon untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi tetapi justru promosi rokok yang diatur dalam pasal *a quo* adalah sebagai implementasi dari penggunaan hak berkomunikasi dan memperoleh informasi yang dilindungi konstitusi, oleh karenanya dalil-dalil para Pemohon tidak berdasar dan harus dikesampingkan;

[3.24] Menimbang bahwa secara yuridis dan empiris, industri rokok, rokok, dan iklan atau promosi rokok masih dipandang sebagai produk

yang legal, sehingga pengaturan yang berkaitan dengan promosi niaga rokok lebih bersifat aturan kebijakan untuk membatasi konsumsi rokok yang didasari oleh kesadaran akan dampak yang ditimbulkan oleh rokok. Dengan demikian, kalau pun masih terdapat promosi atau iklan rokok yang menyalahi aturan yang berlaku adalah menyangkut persoalan penegakan hukum (*law enforcement*) yang sudah ada mekanisme hukumnya sendiri yakni melalui sanksi pidana atas pelanggaran terhadap Pasal 46 ayat (3) huruf c UU Penyiaran, yakni dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau denda paling banyak 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), (*vide* Pasal 58 UU Penyiaran).

15. KETUA: PROF. DR. MOH. MAHFUD. MD., S.H.

4. KONKLUSI

Berdasarkan pertimbangan atas fakta dan hukum di atas, Mahkamah berkesimpulan bahwa:

- [4.1] Mahkamah berwenang memeriksa, mengadili dan memutus perkara *a quo*;
- [4.2] Para Pemohon mempunyai kedudukan hukum (*legal standing*) untuk bertindak selaku Pemohon dalam permohonan *a quo*;
- [4.3] Bahwa rokok masih dipandang sebagai komoditi yang legal, sehingga promosi rokok juga harus tetap dipandang sebagai tindakan yang legal pula, sementara pengaturan siaran iklan rokok lebih merupakan aturan kebijakan (*legal policy*) dan terjadinya pelanggaran dalam siaran niaga rokok lebih berkaitan dengan penegakan hukum (*law enforcement*), tidak berkaitan dengan konstusionalitas norma, oleh karenanya dalil-dalil para Pemohon tidak berdasar dan tidak beralasan hukum.

5. AMAR PUTUSAN

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Pasal 56 ayat (5) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2003 tentang Mahkamah Konstitusi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 98, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4316);

Mengadili,

Menyatakan permohonan para Pemohon ditolak untuk seluruhnya.

KETUK PALU 1X

Demikian diputuskan dalam Rapat Permusyawaratan Hakim oleh sembilan Hakim Konstitusi pada hari Selasa tanggal delapan bulan September tahun dua ribu sembilan dan diucapkan dalam Sidang Pleno terbuka untuk umum pada hari Kamis tanggal sepuluh bulan September tahun dua ribu sembilan oleh kami sembilan Hakim Konstitusi, yaitu Moh. Mahfud MD, sebagai Ketua merangkap Anggota, Abdul Mukthie Fadjar, M. Akil Mochtar, M. Arsyad Sanusi, Maria Farida Indrati, Achmad Sodiki, Maruarar Siahaan, Harjono, dan Muhammad Alim masing-masing sebagai Anggota dengan didampingi oleh Wiryanto sebagai Panitera Pengganti, dihadiri oleh para Pemohon dan/atau Kuasanya, Pemerintah dan/atau yang mewakili, dan Dewan Perwakilan Rakyat dan/atau yang mewakili, serta Pihak Terkait.

6. PENDAPAT BERBEDA (*DISSENTING OPINION*)

Terhadap Putusan Mahkamah ini terdapat empat Hakim Konstitusi yang mempunyai pendapat berbeda (**Maruarar Siahaan, Muhammad Alim, Harjono, dan Achmad Sodiki**).

16. HAKIM KONSTITUSI: MARUARAR SIAHAAN, S.H.

1. Hakim Konstitusi Maruarar Siahaan

Dari seluruh ahli, baik yang diajukan oleh Pemerintah maupun para Pemohon, sesungguhnya tidak dapat dibantah fakta bahwa rokok memang merupakan salah satu faktor *carcinogen* yang menimbulkan berbagai macam penyakit kanker dan berbagai penyakit lain. Merupakan kenyataan bahwa banyak negara di dunia sekarang justru telah melarang iklan rokok dengan tegas. Promosi yang dilakukan oleh industri rokok di Indonesia, yang secara dominan telah dikuasai modal asing, di negara asalnya tidak lagi diperkenankan mempromosikan rokok secara bebas. Oleh karena pembatasan tersebut, industri rokok besar merelokasi industri rokok dan telah mengarahkan promosi untuk memperoleh pangsa pasar baru dari kalangan anak muda di Indonesia, dalam bentuk-bentuk promosi yang menyesatkan dengan memberi citra kegagahan, kejantanan dan standar pergaulan di kalangan anak muda. Data statistik menunjukkan bahwa perokok pemula telah semakin rendah usianya.

Para Pemohon telah mengajukan pengujian Pasal 46 ayat (3) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, khususnya frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" karena berpendapat bahwa promosi atau iklan rokok yang mengandung zat berbahaya,

bertentangan dengan hak untuk hidup, khususnya hak anak yang berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang secara sehat.

Hak untuk hidup dan hak untuk mempertahankan kelangsungan hidup merupakan hak asasi manusia yang bersifat inti dan menjadi pusat segala hak asasi yang diakui dan dilindungi serta menjadi tugas dan tanggung jawab negara dan terutama Pemerintah untuk menghormati, menjamin dan memenuhinya (*to respect, to protect and to fulfill*) sesuai dengan kewajiban konstitusional yang dibebankan oleh Pasal 28I ayat (4) UUD 1945. Dari hak asasi manusia yang sifatnya central dan menjadi jantung seluruh jenis hak asasi manusia, yang oleh konstitusi serta instrument HAM Internasional diakui sebagai satu dari beberapa hak yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apa pun (*non-derogable rights*), sesungguhnya dapat pula diturunkan (*derived*) hak-hak asasi lain yang tersirat atau melekat padanya, meskipun tidak secara tegas disebut dalam konstitusi atau instrument hak asasi manusia lainnya. Hak untuk hidup dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, pasti selalu, dalam suatu negara yang didasarkan pada Pancasila, mengandung makna juga sebagai hak untuk hidup secara bermartabat, sejahtera lahir dan batin, dalam lingkungan hidup yang baik dan sehat, yang didukung dengan hak untuk mendapat pelayanan kesehatan yang layak [Pasal 28H ayat (1)].

Terlebih-lebih anak sebagai generasi penerus, merupakan pribadi yang perlu mendapat perlindungan yang khusus, karena dalam negara yang dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan umum, melindungi segenap bangsa dan tumpah darah, serta mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat, maka anak merupakan persona yang belum sepenuhnya otonom atau mandiri untuk menentukan pilihan-pilihan bagi kelangsungan hidupnya. Sepenuhnya merupakan tanggung jawab generasi yang lebih tua, terutama orang tua bersama pemerintah dan negara, untuk mampu mewujudkan tanggung jawab dalam menjamin perlindungan, pemajuan, dan pemenuhan hak untuk hidup bagi anak. Di tengah seluruh dinamika sosial ekonomi dan kultural di lingkungannya hidup, harus dibangun kebijakan publik untuk memberi kesempatan, arah dan pendidikan bagi anak untuk dapat berkembang menuju pribadi yang tumbuh secara sehat, cerdas dan berkemampuan untuk menerima tanggung jawab kelak pada waktunya sebagai generasi penerus yang akan mengemban tugas sebagai orang dewasa, dalam estafet perjalanan kehidupan bangsa, negara, dan masyarakat.

Kebutuhan minimum dalam bidang gizi, pendidikan, kesehatan dan lingkungan yang memungkinkan pertumbuhan anak menuju manusia yang utuh secara lahir dan batin, akan banyak ditentukan oleh kebijakan publik yang disusun oleh pemimpin dan penyelenggara pemerintahan, sesuai dengan pedoman dan amanat yang digariskan konstitusi. Kebijakan publik bukan hanya dalam bidang sosial, ekonomi dan *welfare benefits* yang relevan bagi pertumbuhan anak, tetapi juga menyangkut regulasi seluruh kehidupan sosial, ekonomi, kesehatan, dan

kultural yang mempertimbangkan kelangsungan hidup anak dan pemuda remaja untuk menjadi generasi bangsa yang berhak atas kehidupan yang bermartabat. Hak hidup secara bermartabat, tidak hanya dilihat dari aspek sejahtera lahir yang tercukupi berupa sandang pangan, tetapi yang lebih penting juga kesehatan, yang pada gilirannya memberi kemampuan untuk meraih kecerdasan untuk memperbaiki keadaannya sendiri, lingkungan, keluarga, dan bangsanya.

Salah satu ancaman yang berada di depan mata, yang dapat menghambat bahkan menghancurkan kehidupan anak secara dini, dan kemudian kehilangan kualitas dan kemampuan sebagai pribadi yang berkemampuan ditengah masyarakat, adalah ancaman bahaya rokok. Meskipun masih sering orang memperdebatkan dan meragukan tentang hubungan merokok dengan rusaknya kesehatan dan dengan munculnya kanker serta penyakit-penyakit lain, namun secara universal hubungan kausal tersebut sudah tidak diperbantahkan lagi, walaupun terdapat pengecualian-pengecualian yang langka, yang dijadikan alasan atau argumen, terutama oleh industri rokok, tentang ketidakbenaran dalil bahaya rokok sebagai penyebab beragam penyakit berbahaya. Meskipun sering diangkat sebagai kontroversi, namun bukti-bukti yang tidak terbantahkan tampak dari adanya peringatan yang wajib dimuat dalam kemasan rokok tentang bahaya kanker dan penyakit jantung yang dapat timbul akibat menghisap rokok. Bukti tersebut tidak dapat di negasikan oleh industri rokok dimanapun sekarang ini, meskipun sering mengangkatnya sebagai hal yang meragukan. Industri rokok bahkan oleh karenanya sering disebut sebagai industri yang jahat (*rogue industry*), "...an industry knows it is producing a dangerous and deadly product but denies these harm for decades, all the while vigorously promoting the product,...". (Allan M. Brandt: 2007). Industri rokok mengetahui produknya berbahaya dan mematikan, tetapi menyangkalnya terus, sementara itu melakukan promosi dengan dahsyatnya. Kesadaran yang tumbuh dengan bukti-bukti medis, regulasi yang ketat dan gugatan *class action* yang menuntut ganti rugi yang besar terhadap industri rokok di negara maju, mendorong perpindahan investasi dan relokasi industri rokok ke negara berkembang, di mana regulasi masih sangat longgar, dan argumen tentang bahaya rokok diremehkan. Kepentingan dan hak untuk hidup konsumen rokok--termasuk anak--diposisikan berbanding terbalik dengan kepentingan pendapatan cukai dan lapangan kerja petani tembakau dan buruh industri rokok. Tanpa memperhitungkan keseimbangan kepentingan dan hak hidup di antara komponen masyarakat disekitar industri rokok dan masyarakat umum, dimana anak-anak termasuk didalamnya, asumsi pendapatan Negara dan lapangan kerja secara keliru telah dijadikan landaskan kebijakan untuk regulasi yang longgar yang menampung hal-hal yang justru dinegara maju tidak lagi diperbolehkan, karena adanya pengaturan yang ketat dan larangan promosi rokok.

Memang benar rokok tidak merupakan bahan yang dilarang, meskipun mengandung zat addiktif, yang menyebabkan orang dapat terperangkap dalam ketagihan akibat kandungan nikotinnya. Tetapi telah menjadi fakta yang tidak terbantahkan lagi tentang bahaya rokok pada kesehatan manusia, sehingga pemberitahuan akan bahaya tersebut dalam tiap kemasan yang ditawarkan kepada publik, merupakan bukti yang sempurna tentang hal itu. Meskipun rokok belum dinyatakan sebagai bahan terlarang, menurut pendapat saya, hal itu saja tidak dapat dijadikan alasan untuk membenarkan pendirian bahwa promosi atau iklan rokok tidak dapat dilarang, dan menyerahkan keputusan mengambil risiko bahaya merokok hanya pada pilihan bebas konsumen (*the rights of choice*) untuk merokok atau tidak, terutama pada kelompok anak. Hal ini disebabkan karena anak sebagai kelompok pribadi, belum mandiri dan belum mampu untuk menegaskan pilihan-pilihan yang demikian besar dan mendasar bagi dirinya sendiri. Kelompok anak dalam proses pertumbuhan, masih memerlukan bantuan orang-orang dewasa dalam menentukan pilihan tersebut. Anak dalam kondisi demikian harus dilindungi dengan serangkaian kebijakan dalam regulasi, karena bukti-bukti yang kuat telah menunjukkan kepada kita bahwa ekspansi pangsa pasar rokok, justru ditujukan pada perokok pemula yang semakin lama batas usia yang merokok semakin muda. Dengan teknik dan strategi promosi yang menarik hati dan membangkitkan fantasi akan citra kegagahan dan gambaran pria sejati, target promosi rokok adalah menggarap *market* yang baru dan ditujukan pada kelompok usia muda anak-anak. Bukti-bukti empiris yang diajukan para Pemohon tentang hal itu tidak terbantahkan.

Sebaliknya, kepentingan kelompok petani tembakau, karyawan industri rokok dan pekerja periklanan rokok, yang harus juga dipertimbangkan hak hidupnya sebagai hak asasi yang sama-sama harus dilindungi, tidak disangkal. Perlindungan yang diberikan sudah barang tentu tidak selalu dalam posisi yang diametral sehingga melindungi yang satu diartikan mematikan yang lain. Perlindungan yang diberikan sedapat mungkin harus diseimbangkan sedemikian rupa oleh Mahkamah, sehingga di mana mungkin kedua kelompok kepentingan tersebut dapat berdampingan. Data tentang petani tembakau sebagai *supplier* bahan baku tembakau industri rokok nasional, dengan pasar konsumen yang telah menjadi pengguna rokok secara tradisional di Indonesia, sama sekali tidak terganggu atau dirugikan dengan pengaturan yang akan dilakukan terhadap iklan atau promosi rokok, karena pasar industri rokok nasional memperoleh pangsa pasar bukan karena promosi, melainkan karena tradisi dan budaya merokok kelompok masyarakat Indonesia yang lebih tua. Pengiklan besar justru saat ini adalah industri rokok yang direlokasi dari negara maju, karena tidak dapat melakukan promosi dan ekspansi secara bebas lagi di negara asal. Kebutuhan bahan baku industri rokok yang direlokasi, justru di impor untuk diolah bagi kebutuhan pasar di Indonesia. Sementara itu, jikalau dibandingkan hak

untuk hidup buruh industri rokok dan industri iklan rokok, yang kemungkinan tidak dapat berdampingan dengan kepentingan kelompok perokok pemula sebagai target industri rokok, yang harus dilindungi, maka baik secara kualitatif maupun kuantitatif, kepentingan perlindungan hak untuk hidup generasi muda bangsa yang menjadi generasi penerus bangsa di masa depan merupakan dasar yang rasional bagi pembatasan hak asasi kelompok tertentu, sepanjang memenuhi syarat-syarat dalam Pasal 28J ayat (2) UUD 1945. Dari logika industri rokok maupun rumusan pengertian promosi atau iklan rokok serta data penelitian yang diajukan Saksi dan Ahli Pemohon, maka target atau sasaran iklan rokok jelas adalah untuk menggaet pelanggan atau konsumen baru. Semakin besar target pasar yang disasar, akan semakin muda usia konsumen rokok yang diharapkan.

Bentuk-bentuk promosi atau iklan rokok, meskipun tidak memperagakan wujud rokok, dengan teknik yang diciptakan dan digunakan sedemikian rupa, langsung atau tidak langsung, tidak menyembunyikan tujuannya bahwa promosi yang dimaksudkan adalah rokok dan sasaran yang dituju adalah anak sebagai perokok pemula. Pemahaman yang sama yang dianut di banyak Negara, bahwa segala bentuk promosi atau iklan rokok telah dilarang, berdasarkan alasan-alasan yang telah diutarakan di atas, akan menempatkan Indonesia dalam posisi yang tidak konsisten dengan komitmen konstitusi untuk pemajuan, perlindungan, dan pemenuhan hak asasi manusia, dan perlindungan anak, jikalau tetap mengizinkan dan memperkenankan promosi atau iklan rokok tersebut, meskipun tanpa memperagakan wujud rokok. Standar dan praktik terbaik yang dipergunakan di dunia, turut menjadi ukuran dalam menafsirkan ketentuan UUD 1945, tentang kewajiban Negara dan Pemerintah dalam perlindungan, penghormatan dan pemenuhan hak asasi manusia di Indonesia. Oleh karenanya dalam rangka penghormatan, perlindungan, penegakan dan pemenuhan hak untuk hidup anak dan kelangsungan hidupnya secara sehat, cerdas dan berkualitas, adalah merupakan kewajiban Mahkamah untuk turut mewujudkannya dengan menyatakan Pasal 46 Ayat (3) huruf C sepanjang mengenai frasa "...tanpa memperagakan wujud rokok", adalah bertentangan dengan UUD 1945, sehingga oleh karenanya segala bentuk promosi dan iklan rokok yang ditayangkan dan diatur dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, seyogianya harus dinyatakan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat.

17. HAKIM KONSTITITUSI: DR. MUHAMMAD ALIM, S.H., M.HUM

2. Hakim Konstitusi Muhammad Alim

Pasal 46 ayat (3) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran berbunyi :

"Siaran iklan niaga dilarang melakukan :

- a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
- b. **promosi minuman keras** atau sejenisnya dan **bahan atau zat adiktif**;
- c. ***promosi rokok yang memperagakan wujud rokok***;
- d. hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
- e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.

Menurut para Pemohon ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c sepanjang frasa "***yang memperagakan wujud rokok***", bertentangan dengan Pasal 28 A, Pasal 28 B ayat (2), Pasal 28 C ayat (1), dan Pasal 28 F Undang-Undang Dasar 1945;

Fakta-Fakta Persidangan:

Dari keterangan ahli yang diajukan oleh para Pemohon, saya menyimpulkan :

1. Rokok adalah suatu zat adiktif, artinya menyebabkan orang yang merokok menjadi ketagihan, kecanduan, dan ketergantungan (Mary Assunta Kolandai, Ph.D., *Director International Tobacco Control Project Cancer Council, Australia Senior Policy Advisor, Southeast Asia Tobacco Control Alliance*; Dr. Widyastuti Soerojo, M.Sc., *Tobacco Control Support Center (TCSC)*, Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia; Hasbullah Thabrany, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia; Dr. Ahmad Hudoyo, Sp.PK, Departemen Pulmonologi dan Kedokteran Respirasi FK UI/SMF Paru, RSUP Persahabatan, Jakarta) dan juga dalam huruf a konsiderans Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan;
2. Anak-anak muda yang masih labil pemikirannya, paling mudah terpengaruh dengan iklan, apalagi yang menggunakan kata-kata yang menggugah semangat kaum remaja seperti, kata-kata, "***macho***", "***selera pemberani***", "***percaya diri***", "***life style***", dan sebagainya (James Vicary, Setyo Budiantoro, dan Dr. Widyastuti Soerojo, MSc).
3. Anak-anak yang sudah mulai mengisap rokok, kalau sudah kecanduan, akan sukar berhenti merokok, sehingga perusahaan rokok beruntung, oleh karena diharapkan masih akan lama menjadi pengisap rokok (Dr. Widyastuti Soerojo, MSc; Direktur Pengawasan Napza Deputy Bidang Pengawasan Produk, Badan Pengawasan Obat dan Makanan RI).
4. Merokok merusak kesehatan (Hasbullah Thabrany, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia; Dr. Widyastuti Soerojo, MSc; Dr. Ahmad Hudoyo, Sp.PK).
5. Kurang lebih 7000 penelitian yang menyebutkan bahaya merokok (Dr. Kartono Muhammad).

6. Merokok dapat memperpendek usia produktif karena penyakit (Setyo Budiantoro dan Widyastuti Soerojo).
7. Merokok dapat menularkan bahaya kepada perokok pasif yakni yang menghirup udara yang berasap rokok (Setyo Budiantoro dan Widyastuti Soerojo).
8. 21 Mei 2003, WHO secara aklamasi, dan telah menjadi traktat internasional sejak 27 Februari 2005, setelah ditandatangani oleh 168 negara, dan diratifikasi oleh 164 negara (Indonesia tidak menandatangani apalagi meratifikasi) *Framework Convention on Tobacco Control* (FCTC) (Rohani Budi Prihatin, Peneliti P3DI Setjen DPR RI dan *Legal Drafter* RUU Pengendalian Produk Tembakau).
9. Merokok secara ekonomi lebih banyak merugikan daripada menguntungkan. Tahun lalu bangsa Indonesia mengeluarkan Rp 150 triliun untuk membeli rokok, sedangkan penerimaan negara dari cukai tembakau hanya Rp. 50 triliun, berarti ada kerugian bangsa Indonesia Rp. 100 triliun akibat perbuatan sia-sia merokok (Hasbullah Thabrany, Setyo Budiantoro dan Widyastuti Soerojo).

Berdasarkan fakta-fakta hukum yang terungkap dari keterangan ahli di atas, ternyata rokok sebagai zak adiktif berbahaya bagi kesehatan bahkan bisa menjadi salah satu sebab kematian, sehingga mempromosikannya untuk mempengaruhi orang supaya menghisap rokok bertentangan dengan ketentuan Pasal 28A UUD 1945 yang berbunyi, ***“Setiap orang berhak untuk hidup serta berhak mempertahankan hidup dan kehidupannya”***;

Mempromosikan rokok, melalui iklan niaga, yang sangat mudah mempengaruhi anak-anak yang masih labil pemikirannya untuk menjadi penghisap rokok, padahal rokok itu adalah zat adiktif yang berbahaya bagi kesehatan bahkan bisa memperpendek usia produktif dan usia harapan hidup, bertentangan dengan kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 28B ayat (2) UUD 1945 yang berbunyi, ***“Setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh, dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi”***.

Berdasarkan Pasal 28F UUD 1945 yang berbunyi, ***“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”***, memang benar bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi serta berhak pula untuk menyampaikan informasi termasuk seperti informasi melalui iklan niaga, akan tetapi informasi yang diperoleh atau disampaikan kepada orang lain itu adalah **informasi yang berguna untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya**, bukan informasi, termasuk iklan rokok, yang jangankan mengembangkan pribadi dan lingkungan sosial, justru merusak perkembangan pribadi dan lingkungan sosial.

Ketentuan Pasal 28F UUD 1945 tersebut di atas yang menghendaki informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al Quran surah al Ashr/103:1-3 yang memperingatkan agar manusia tidak merugi harus beriman dan beramal salih serta menyampaikan informasi atau pesan kebenaran dan pesan kesabaran;

Pasal 46 ayat (3) huruf b Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran sebagaimana yang dikutip melarang sama sekali promosi **minuman keras** atau **sejenisnya** dan **bahan atau zat adiktif**.

Pelarangan sama sekali promosi dalam iklan niaga suatu zat adiktif yang tertera dalam Pasal 46 ayat (3) huruf b undang-undang tersebut, sementara rokok yang juga zat adiktif masih diperkenankan dipromosikan asal tidak memperagakan wujud rokok seperti tersebut dalam Pasal 46 ayat (3) huruf c undang-undang tersebut yang dimohonkan pengujiannya oleh para Pemohon, adalah suatu ketidakadilan;

Selain bertentangan dengan keadilan, kedua ketentuan tersebut juga bertentangan dengan kepastian hukum oleh karena bahan yang merupakan zat adiktif ada yang dilarang sama sekali dipromosikan tetapi ada juga yang masih diperkenankan asal tidak memperagakan wujud rokok. Bentuk kepastian hukum yang tidak adil tersebut apabila ditarik lebih jauh juga menyebabkan perlakuan yang tidak sama di hadapan hukum, oleh karena orang-orang yang memproduksi zat adiktif tertentu sama sekali dilarang mengiklankan produknya, sesuai ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf b, sedangkan orang-orang yang memproduksi rokok, yang juga zat adiktif, masih dapat mengiklankan produknya asal tidak memperagakan wujud rokok sesuai ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Dengan adanya ketidakadilan, ketidakpastian hukum, serta ketidaksamaan perlakuan di hadapan hukum dalam ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c undang-undang *a quo* bertentangan dengan Pasal 28D ayat (1) UUD 1945, yang berbunyi, ***“Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”***;

Dari segi kemanfaatan iklan rokok hanya bermanfaat untuk segelintir pengusaha rokok karena akan memperluas pemasaran terhadap calon pengisap rokok usia muda, bahkan anak-anak yang akan diharapkan masih jangka lama mengisap rokok, juga menguntungkan perusahaan periklanan, sedangkan orang-orang yang terpengaruh oleh iklan promosi rokok kemudian menjadi pengisap rokok, selain merusak kesehatan, yang berpenghasilan kurang akan membelanjakan sebagian penghasilannya untuk meracuni dirinya, sebagaimana keterangan beberapa ahli, dan bagi anak-anak yang belum berpenghasilan, masih menempuh pendidikan, sangat jauh dari manfaat, justru mudaratnya yang lebih banyak;

Dengan pertimbangan ketidakadilan, ketidakpastian hukum, dan ketidakbermanfaatan untuk jumlah anggota masyarakat yang banyak, saya berpendapat ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf c Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, sepanjang frasa, "**yang memperagakan wujud rokok**", bertentangan dengan UUD 1945.

18. HAKIM KONSTITUSI: DR. HARJONO, S.H., M.CL

3. Hakim Konstitusi Harjono

Kewenangan Mahkamah dalam perkara *a quo* adalah menguji undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar 1945. Berdasarkan Pasal II Aturan Tambahan UUD 1945 disebutkan bahwa dengan ditetapkan perubahan Undang-Undang Dasar ini, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 terdiri atas Pembukaan dan pasal-pasal, dengan demikian pengujian Undang-Undang terhadap Undang-Undang Dasar juga meliputi pengujian terhadap Pembukaan UUD 1945. Di dalam Pembukaan termuat tujuan pembentukan Pemerintah Negara Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam alinea keempat yang salah satu di antaranya adalah " *...mencerdaskan kehidupan bangsa*". Hubungan antara Pembukaan dan pasal-pasal UUD 1945 bahwa pasal-pasal tersebut diadakan untuk mencapai tujuan yang dimuat dalam Pembukaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Pembukaan adalah roh dari pasal-pasal UUD 1945, oleh karenanya dalam menafsirkan pasal-pasal UUD 1945 harus dijiwai oleh roh yang terkandung di dalam Pembukaan. Jiwa yang terdapat di dalam pembukaan harus merupakan *guiding principles* dalam menafsir pasal-pasal UUD 1945. Dengan diposisikan Pembukaan sebagai *guiding principles* maka status Pembukaan sebagai *staatsfundamentalnorms* akan lebih nyata demikian halnya dengan makna Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum karena Pancasila terdapat dalam Pembukaan UUD 1945. Penafsiran terhadap pasal-pasal UUD 1945 tidaklah dapat dilakukan secara terpisah satu dengan yang lain karena kalau hal demikian dilakukan maka UUD 1945 hanya merupakan kumpulan pasal-pasal yang tanpa roh di dalamnya.

Penafsiran ketentuan UUD 1945 baik yang dituangkan dalam bentuk Undang-undang maupun peraturan perundang-undangan yang lain, atau pun keputusan pengadilan yang akan membentuk hukum secara *in concreto* dan lebih lebih Mahkamah Konstitusi dalam pengujian undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar harus didasari suatu pemihakan yaitu diarahkan pada tercapainya tujuan yang termuat dalam Pembukaan UUD 1945 yang salah satu diantaranya adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Kecerdasan bangsa memberi makna atas eksistensi bangsa itu sendiri karena hanya dengan kecerdasan saja suatu bangsa akan menjadi subjek dalam tata pergaulan bangsa-bangsa. Komitmen

demikian akan melahirkan moralitas konstitusi bagi penyelenggara Negara, yaitu selalu berusaha untuk berbuat yang sebaik mungkin guna tercapainya tujuan sebagaimana dicantumkan dalam Pembukaan UUD 1945. Pasal 28B ayat (2) UUD 1945 menyatakan bahwa setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh, dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi. Dalam konteks hak asasi manusia maka negara perlu untuk menghormati (*to respect*), melindungi (*to protect*), dan memenuhi (*to fulfill*). Namun demikian dari konteks kebangsaan; penghormatan, perlindungan dan pemenuhan hak anak tersebut mempunyai makna penting karena menyangkut kelangsungan hidup atau eksistensi bangsa Indonesia. Moralitas konstitusi menuntut penyelenggara negara untuk berbuat yang terbaik untuk menghormati, melindungi dan memenuhi hak anak tersebut. Merokok adalah sebuah pilihan individual dan negara tidak dapat melarang seseorang untuk tidak merokok, namun negara dapat membatasi dengan cara melakukan larangan merokok di tempat-tempat tertentu dan dengan semakin terbatasnya tempat untuk merokok maka sebenarnya telah juga terbatas hak seseorang untuk merokok dan hal demikian akan membawa akibat pada hak-hak ekonomi dari produsen rokok. Demikian halnya pelarangan iklan rokok di media televisi memang akan mempunyai pengaruh kepada hak ekonomi pihak tertentu, namun tidak akan mematikan secara absolut hak tersebut. Dalam rangka untuk menjaga ketertiban umum banyak hak ekonomi seseorang harus dikurangi sebagai misal larangan penanaman ganja, memperdagangkan barang tertentu harus dengan ijin dan prosedur tertentu, dan barang-barang tertentu hanya dapat dijual di tempat-tempat tertentu pula. Sementara itu pengaruh negatif rokok terhadap kesehatan telah menjadi pendapat umum dan didukung oleh bukti empiris sehingga terhadapnya dapat dikenai regulasi dan banyak negara telah melakukan hal tersebut. Di Indonesia telah banyak peraturan daerah yang melarang merokok di tempat-tempat tertentu. Iklan rokok pada kenyataannya ditujukan untuk menjangkit perokok pemula, karena konsumen rokok dapat dikatakan fanatik terhadap produk rokok tertentu saja sehingga pilihannya tidak banyak dipengaruhi oleh iklan. Perokok pemula yang paling potensi adalah anak-anak muda sehingga iklan rokok di televisi utamanya ditujukan kepada anak-anak muda. Hal demikian dapat dilihat tema-tema iklan rokok selalu yang berhubungan dengan kehidupan kaum muda .

Dalam kasus *a quo*, Mahkamah di hadapkan kepada dua hal yaitu hak ekonomi dari produsen rokok dengan mata rantai produksinya dan moralitas konstitusi yaitu sebuah kewajiban untuk semaksimal mungkin melakukan usaha-usaha guna menghormati, melindungi, dan memenuhi hak hak anak yang penegakannya akan mempunyai implikasi terhadap tujuan negara sebagaimana dimuat dalam Pembukaan UUD 1945, yaitu usaha untuk mencerdaskan bangsa. Bahkan terhadap hak anak tidak hanya sebatas untuk menghormati, melindungi, dan

memenuhi namun juga lebih daripada itu pemerintah juga berkewajiban meningkatkan hak anak (*to promote*) dengan cara memberikan hak baru yaitu hak-hak yang sebelumnya belum ada apabila hal tersebut dipandang diperlukan demi tercapainya kehidupan kebangsaan yang lebih baik. Apabila adanya larangan iklan rokok di televisi akan menyebabkan kerugian hak ekonomi pada pihak tertentu, hal tersebut tidak sampai mematikan sama sekali hak ekonomi tersebut dan berdasarkan Pasal 28J ayat (2) dalam menjalankan hak dan kebebasannya setiap orang wajib tunduk atas pembatasan yang salah satu pembatasan tersebut adalah adanya pertimbangan moral. Dalam kasus *a quo* pertimbangan moral yang dapat dibenarkan untuk membatasi hak ekonomi produsen rokok dan hak dari mereka yang terlibat dalam mata rantai produksi rokok khusus dalam pelarangan iklan di televisi adalah moral yang bersumber dari moralitas konstitusi.

Berdasarkan pertimbangan di atas dan berorientasi ke masa depan, maka permohonan Pemohon seharusnya dikabulkan.

19. HAKIM KONSTITUSI: PROF., DR. ACHMAD SODIKI, S.H.

4. Hakim Konstitusi Achmad Sodiki

1. Bahwa pasal yang dimohonkan pembatalannya adalah Pasal 46 ayat (3) huruf c Undang Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sepanjang mengenai frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" dalam *dissenting* ini akan dikemukakan berbagai sudut pandang mengenai rumusan pasal yang dimohonkan pembatalannya oleh pemohon, etik promosi rokok dalam masyarakat, tugas negara terhadap bahaya rokok, konstitusi hijau, dan tanggung jawab pengemban amanah rakyat.
2. **Bahwa Pasal 46 ayat 3 huruf b dan huruf c mengandung ketidakpastian hukum (*onrechtszekerheid*)**. Pasal 46 ayat (3) huruf c yang termasuk dilarang adalah "promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau *zat adiktif*". Padahal rokok, menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan, mengandung nikotin dan tar. Nikotin, menurut Peraturan Pemerintah tersebut yang dapat dianggap sebagai tafsir resmi dari Pemerintah, adalah zat yang bersifat adiktif dapat mengakibatkan ketergantungan dan tar adalah senyawa yang bersifat *karsinogenik*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa rokok adalah zat yang bersifat adiktif yang masuk kategori dilarang dipromosikan berdasarkan Pasal 46 ayat (3) huruf b. Akan tetapi melihat redaksi Pasal 46 ayat (3) huruf c promosi rokok yang dilarang adalah yang memperagakan wujud rokok, sehingga sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok. Suatu logika yang sulit diterima akal sehat. Inilah sifat kontradiktif antara pengertian adiktif dari rokok, yang seharusnya dilarang, dan dibolehkannya promosi rokok tanpa memperagakan wujud rokok yang

terdapat dalam pasal 46 ayat (3) huruf c. Dalam hal ini saya sepeham dengan Pemohon.

3. **Pasal *a quo* bertentangan dengan konstitusi hijau (*Green Constitution*) dan konsep negara kesejahteraan.** Dihapuskannya promosi rokok dipandang dari sudut Konstitusi merupakan kewajiban negara untuk melindungi baik generasi sekarang maupun generasi mendatang dari ancaman bahaya rokok. Pencegahan penetrasi iklan rokok tidak bisa diserahkan hanya pada kemampuan orang per orang. Telah menjadi tugas Mahkamah Konstitusi mempertahankan prinsip-prinsip konstitusi, yakni negara wajib melindungi, menjamin, dan memenuhi hak hak konstitusional masyarakat (*obligation to protect, to guarantee and to fulfill*), sehingga semakin mendekati terpenuhinya kebutuhan masyarakat untuk hidup sehat bebas dari ancaman bahaya merokok. (*Beneficial to the greatest happiness of the greatest number of people*). Pembeneran iklan rokok melalui penafsiran secara *letterlijk* atas Pasal 46 ayat (3) huruf c Undang Undang Penyiaran yakni melarang promosi rokok *asalkan tidak menampilkan wujud rokok* adalah berkelit dari persoalan rokok yang substantif. Hal demikian berarti mengingkari aspek moralitas atau *value* yang terkandung dalam hukum, yakni tanggung jawab moral terhadap para korban penghisap rokok karena terperdaya oleh iklan rokok. Ketika orang terpaku pada rumusan kata-kata dilarang promosi rokok yang memperagakan wujud rokok, orang melupakan bahwa rumusan itu tidak berada pada ruang hampa. Nampaklah keganjilan-keganjilan mengapa korban korban rokok tidak diperhitungkan dan dilindungi. Penyelamatan generasi sekarang dan akan datang dari bahaya rokok merupakan bagian tugas Mahkamah atas dasar pandangan hukum yang futuristik yang akuntabel dan mengandung tanggung jawab moral bagi kehidupan rakyat yang lebih sehat dan sejahtera (*the green constitution*). Hukum seharusnya menatap ke depan dalam mempertimbangkan promosi rokok dengan segala akibat ikutannya. Remaja remaja masa depan yang kini sedang tumbuh tidak tahu dan bahkan tidak bisa mencegah para penguasa melegalisasi promosi rokok yang menyebabkan mereka terhempas hari depannya. *This argument from ignorance of the future constitutes an important objection to the possibility of protecting the interests of posterity by means of constitutional laws, and I believe it is an objection that should be taken seriously. Moreover, this argument has important ethical implications. It is widely acknowledged that a moral agent can only be held responsible for an action if it is possible to foresee its consequences* (Kristian Skagen Ekeli). Iklan rokok telah masuk ke relung-relung kehidupan rumah tangga melalui televisi dan siapapun keluar rumah telah juga dikepung oleh berbagai iklan rokok yang terpampang di jalan jalan strategis maupun ruang ruang publik lainnya dengan leluasa. Rakyat yang menderita karena rokok dan terancam nyawanya merupakan *tumbal* atas imbalan trilyunan rupiah pendapatan negara yang didapat dari pajak/cukai rokok. Dalam negara kesejahteraan

(*welfare state*) sudah menjadi kewajiban negara untuk melindungi warganya yang tidak berdaya terhadap ancaman bahaya merokok karena terpengaruh iklan rokok (*interventionist state*), sebagaimana negara harus melindungi warganya dari produk-produk makanan yang mengandung formalin, produk yang tidak halal, dendeng celeng, kosmetik yang mengandung campuran kimiawi yang berbahaya.

4. **Iklan rokok bertentangan dengan nilai etis.** Secara faktual terdapat sebagian masyarakat yang suka rokok atau makan daging babi dan tidak mengharamkannya dan terdapat pula sebagian masyarakat dengan alasan kesehatan dan hari depan bangsa yang mengharamkan rokok dan daging babi. Masing-masing harus saling menghormati. Sekalipun banyak orang diberi izin memproduksi ternak babi dan tidak ada larangan mengkonsumsi daging babi tetaplah tidak etis untuk mengiklankan daging babi agar orang makan daging babi, **sama tidak etisnya** dengan mengiklankan rokok, sekalipun diijinkan membuka pabrik rokok dan banyak orang suka merokok. Tata pergaulan ini sangat indah jika diatur oleh hukum yang menjunjung nilai etis yang tinggi. Oleh sebab itu, hukum yang membolehkan promosi rokok dalam segala bentuknya dan apapun alasannya adalah bertentangan dengan nilai etis yang menjadi ruh hukum itu sendiri.
5. **Berharap pada *political will* negara yang kuat.** negara seyogianya melihat kecenderungan dunia ke depan tetapi perlu pula melindungi dan mengarahkan perusahaan-perusahaan rokok serta para petani bahan rokok untuk secara sadar melakukan usaha tani lain secara bertahap. Pabrik rokok juga diatur dan secara bertahap agar mengurangi produknya di samping mendidik masyarakat semakin sadar akan cara hidup sehat tanpa rokok. Pemerintah telah merencanakan untuk menaikkan cukai rokok untuk mengurangi konsumsi rokok serta pula telah memikirkan bagaimana mengalihkan usaha tani dari tembakau ke usaha tani lainnya. Hal ini memerlukan *political will* yang kuat dari pemerintah atau negara. Untuk saat sekarang orang tidak dilarang merokok, kecuali pada tempat dan ruang tertentu demi melindungi penyebaran asap rokok yang berdampak jelek pada perokok pasif, tetapi sudah saatnya melarang iklan rokok dimanapun untuk mencegah meluasnya jumlah perokok.
6. **Bobot hukum menjadi merosot.** Bobot hukum merosot karena hukum tidak peduli dengan ancaman kematian melalui zat yang terkandung dalam rokok terhadap siapapun yang akan mewariskan generasi penerus yang loyo dan lemah. Lalu kebanggaan apakah yang hendak diraih dengan merenggut masa depan anak-anak bangsa ini, jika hukum ternyata tidak mampu memadamkan puntung rokok? Hukum telah melupakan tugasnya ialah memanusiakan manusia dan memuliakan manusia karena bertentangan dengan Pasal 28C ayat (2) UUD 1945.
7. Seyogianya permohonan pengujian undang undang ini **dikabulkan** agar frasa "*yang memperagakan wujud rokok*" pada Pasal 46 ayat (3) huruf c

UU Penyiaran dinyatakan bertentangan dengan pasal 28B ayat (2), Pasal 28A, Pasal 28C ayat (1) dan Pasal 28F UUD 1945 karena cukup beralasan dan cukup berimbang antara perlindungan kepentingan produsen rokok masa kini dan perlindungan kebutuhan masyarakat untuk hidup sehat.

8. Uraian ini ditutup dengan cerita dari negeri antah berantah. Syahdan pada hari akhir nanti di padang Mahsyar manusia dikumpulkan oleh Tuhan untuk ditimbang kebaikan dan dosanya. Malaikat diperintahkan Tuhan memasukkan seorang anak remaja ke neraka karena banyak dosanya. Berkatalah si Remaja, "Ya Tuhan memang saya banyak dosa, saya membunuh pacar saya setelah saya minum minuman keras, sekalipun minuman keras telah dilarang dipromosikan. Semula saya tidak merokok tetapi karena pergaulan dan iklan rokok saya terpikat lalu saya merokok. Kalau kehabisan uang untuk membeli rokok saya mencuri uang bapak dan ibu saya. Kalau sudah mabuk dan merokok saya lupa kepada-Mu Tuhan, lalu saya jatuh sakit kanker karena rokok hingga saya meninggal. Ribuan dan jutaan orang di di negeri saya nasibnya seperti saya ini Tuhan! Saya menyesal mengapa iklan rokok masih diperbolehkan." Dengan wajah memelas ia melanjutkan kata-katanya "Saya tidak terima sendirian Tuhan dipersalahkan masuk neraka, Tuhan tolong mereka yang berdiri di belakang saya ini ikut bertanggung jawab dan bersalah." "Siapa dia dan mengapa begitu? tanya Tuhan. Jawab anak muda ini, "mereka itu orang orang yang diberi amanah dan mempunyai kekuasaan tetapi mereka tidak mau sedikitpun menggunakan kekuasaannya untuk mencegah adanya barang berbahaya yang menimbulkan kerusakan dan kesengsaraan generasi saya, Tuhan, sehingga generasi saya hilang tak berdaya!". Atas permintaan remaja ini, Tuhan menyatakan pikir-pikir!

20. KETUA: PROF. DR. MOH. MAHFUD.MD., S.H.

Dengan demikian sidang dinyatakan ditutup.

KETUK PALU 3X

SIDANG DITUTUP PUKUL 13.45 WIB