

PELARANGAN TOTAL IKLAN, PROMOSI DAN SPONSOR ROKOK

*Sudibyo Markus IISD
PMK, 5 Agustus 2020*

Pengendalian tembakau kini tak lagi bisa dilaksanakan secara *business as usual*:

- 1. *Goal 3a SDGs: meningkatkan pelaksanaan FCTC***
- 2. *Bonus demografi vs bencana demografi***
- 3. *Pandemi Covid-19***

Tanpa kebijakan yang TEGAS dalam pengendalian rokok, negara dan masyarakat akan semakin dirusak dan dirugikan.

PARADOKS INDUSTRI ROKOK

1. *UU No. 17 (2007) ttg RPJPN “semua kebijakan hrs mengacu pd bidang kesehatan → pembiaran produksi dan konsumsi rokok*
2. *Pandemi dan darurat nasional rokok, tapi menolak ratifikasi / akses FCTC*
3. *Petani paling termarginalkan dlm mata rantai tata-niaga rokok yang monopsoni.*
4. *RPJMN: gagal menurunkan prevalensi perokok usia muda*
5. *Pembiaran iklan, promosi dan sponsor menghancurkan semua usaha yang masih partial & permisif*
6. *Sikap ambivalen media*

BUDAYA

DUNIA INDUSTRI ROKOK INDONESIA

1. *Monopsoni: dikuasai pelanggan / consumers*
2. *Pemerintah “kalah” dan abai terhadap konstitusi : hak-hak dasar rakyat (UUD 1945 ps 28a,28 b(2))*
3. *Fasilitasi pemerintah & survey ICW di Kudus, Kediri, Malang*
4. *Dukungan / pembelaan konsumen & pelaku bisnis*
5. *Industrial interferences: lobi eksekutif, legislatif dan yudikatif*
6. *Sikap adiktif konsumen – menjadi pendukung industri →*
7. *Inkonsistensi perlakuan thd narkoba, miras dan rokok dalam pelarangan iklan.*

IKLAN, PEROMOSI DAN SPONSOR: PEMBIARAN OLEH NEGARA

1. *Instrumen utama melanggengkan & meningkatkan konsumen rokok.*
2. *UU Pers (32 th 2002) dan UU Penyiaran (40 th 1999) partial dan permisif -> hanya menurunkan 1% konsumsi rokok.*
3. *Inkonsistensi perlakuan narkoba, miras dan rokok.*
4. *Sepanjang rokok masih dikaitkan dengan penghasilan negara → pembiaran akan terus berlanjut.*
5. *PP 109 (2012) instrumen pengendalian lintas sektor yang perlu direvisi → memperkuat harmonisasi dan pengendalian lintas sektor menuju Protection for All / Perlindungan untuk Semua.*
6. *PP 109 (2012) Pasal 26 : pemerintah melakukan **pengendalian iklan Produk Tembakau** → bertentangan dg Perpres No. 18 (2020) RPJMN 2020-2024*
7. **SEMUA PRODUK PERUNDANG-UNDANGAN HARUS DISESUAIKAN DENGAN PERPRES NO. 18 TAHUN 2020**