

Jakarta, 25 September 2017

Kepada Yth.

**KETUA MAHKAMAH KONSTITUSI
REPUBLIK INDONESIA**

Jl. Medan Merdeka Barat No. 6
Jakarta Pusat 10110

Hal: Permohonan Pengujian Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara RI Tahun 2002 Nomor 139) Pasal 46 Ayat (3) huruf B dan huruf C, dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 166) Pasal 13 huruf B dan huruf C terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Dengan hormat,

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. **Ifdhal Kasim, SH.**
2. **Hery Chariansyah, SH., MH.**
3. **Julius Ibrani, SH.**
4. **Muhammad Solihin, SH., MH.**
5. **Gufroni, SH., MH.**

Seluruhnya merupakan advokat yang tergabung dalam Koalisi Nasional Masyarakat Sipil untuk Pelarangan Total Iklan Rokok, yang memilih domisili hukum di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah Lantai 3, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, berdasarkan **Surat Kuasa Khusus** tertanggal 00 Mei 2017 (**Asli Terlampir**), yang dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama:

1. Pemuda Muhammadiyah yang didirikan berdasarkan Akta Notaris Nomor 3 yang dikeluarkan oleh Hendro Lukito, SH., tentang Anggaran Dasar Organisasi Pemuda Muhammadiyah tertanggal 27 April 2009 (**Bukti P-4**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, dalam hal ini diwakili oleh Dahnil Anzar Simanjuntak dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah berdasarkan Surat Keputusan Pimpinan Pusat Pemuda

Muhammadiyah Nomor: 1.5/883/1438H tentang Penetapan Susunan Personalia Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah Hasil Reshuffle Periode 2014 – 2018 tanggal 29 Desember 2016 (**Bukti P-5**), oleh karenanya sah bertindak untuk dan atas nama Pemuda Muhammadiyah, untuk selanjutnya disebut sebagai "**Pemohon I**";

2. Nasyiatul Aisyiah yang didirikan berdasarkan Akta Notaris Nomor 29 yang dikeluarkan oleh Heri Sabto Widodo, SH., tentang Anggaran Dasar Organisasi Nasyiatul Aisyiah tertanggal 12 September 2009 (**Bukti P-6**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, dalam hal ini diwakili oleh Dyah Puspitarini dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah berdasarkan Keputusan Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiah Nomor 01/SK/PPNA/X/2016 tentang Pengangkatan Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah Periode 2016 – 2020 tanggal 29 Oktober 2016 (**Bukti P-7**), oleh karenanya sah bertindak untuk dan atas nama Nasyiatul Aisyiyah, untuk selanjutnya disebut sebagai "**Pemohon II**";
3. Ikatan Pelajar Muhammadiyah yang didirikan berdasarkan Akta Notaris Nomor 12 yang dikeluarkan oleh Mohamad Rifat Tadjoeidin, SH., tentang Anggaran Dasar Ikatan Pelajar Muhammadiyah tertanggal 08 Februari 2010 (**Bukti P-8**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, dalam hal ini diwakili oleh Velandani Prakoso dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah berdasarkan Surat Keputusan Nomor 17-SK/PP IPM-143/2017 tentang Pengesahan Reshuffle Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah Periode 2016-2018 tanggal 28 Mei 2017 (**Bukti P-9**), oleh karenanya sah bertindak untuk dan atas nama Ikatan Pelajar Muhammadiyah, untuk selanjutnya disebut sebagai "**Pemohon III**";
4. Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia yang didirikan berdasarkan Akta Notaris Nomor 06 yang dikeluarkan oleh Tatyana Indrati Hasjim, SH., tentang Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia tertanggal 08 September 2009 (**Bukti P-10**) yang beralamat di Jalan Hidup Baru Raya, No.2 Rt.04 Rw.10, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12140, dalam hal ini berdasarkan Surat Kuasa tertanggal 15 Agustus 2017 dari Ketua Badan Pengurus Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial (*Indonesiaan Institute For Social Development*) (**Bukti P-11**), diwakili oleh Dr. Sudibyo Markus dalam kedudukannya sebagai Dewan Penasehat Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. 568/SK-IISD/VIII/2017 tentang Perubahan Susunan Pengurus Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial (*Indonesiaan Institute For Social Development*) Periode 2013 – 2018 tanggal 4

Agustus 2017 (**Bukti P-12**), oleh karenanya sah bertindak untuk dan atas nama Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia, untuk selanjutnya disebut sebagai "**Pemohon IV**"

Untuk selanjutnya Pemohon I, Pemohon II, Pemohon III dan Pemohon IV secara bersama-sama disebut dengan "**Para Pemohon**".

Para Pemohon dengan ini **mengajukan permohonan pengujian materil** terhadap ketentuan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "***bahan atau zat adiktif***" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "***promosi rokok yang memperagakan wujud rokok***" **Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran** yang selanjutnya disebut "**UU Penyiaran**" (**Bukti P-2**) dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frasa "***dan zat adiktif lainnya***" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok***" **Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers** yang selanjutnya disebut "**UU Pers**" (**Bukti P-3**) terhadap **Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945** yang selanjutnya disebut "**UUD 1945**" (**Bukti P-1**) yakni **Pasal 28A, Pasal 28B Ayat (2), Pasal 28 D Ayat (1), Pasal 28H Ayat (1) dan (3) dan Pasal 28 I Ayat (1) dan (4)**.

Bahwa Pasal 31 UU Mahkamah Konstitusi menyatakan sebagai berikut:

- (1) *"Permohonan sekurang-kurangnya harus memuat:*
 - a. *nama dan alamat pemohon;*
 - b. *uraian mengenai perihal yang menjadi dasar permohonan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30; dan*
 - c. *hal-hal yang diminta untuk diputus.*
- (2) *"Pengajuan permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus disertai dengan alat bukti yang mendukung permohonan tersebut."*

Berdasarkan ketentuan diatas, dalam setiap permohonan pengujian Undang-Undang terhadap UUD 1945 Para Pemohon, maka dalam permohonanan harus memberikan uraian mengenai hal-hal yang menjadi dasar permohonan tersebut.

Untuk itu, Para Pemohon dalam permohonan ini menyampaikan uraian yang menjadi dasar dan alasan diajukannya Permohonan Pengujian Materil *a quo* adalah sebagai berikut:

I. LATAR BELAKANG PERMOHONAN PENGUJIAN UNDANG-UNDANG NOMOR 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN PASAL 46 AYAT (3) HURUF B DAN HURUF C, DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 1999 TENTANG PERS PASAL 13 HURUF B DAN HURUF C TERHADAP UNDANG-UNDANG DASAR NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1945 PASAL 28A, PASAL 28B AYAT (2), PASAL 28H AYAT (1) DAN (3) DAN PASAL 28 I AYAT (1) DAN (4)

A. ROKOK PRODUK LEGAL TAPI BUKAN PRODUK NORMAL

Bahwa Undang-Undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan selanjutnya disebut "**UU Kesehatan**" (**Bukti P-13**), pada Pasal 113, pada pokoknya menyatakan **bahwa tembakau, produk yang mengandung tembakau, padat, cairan, dan gas yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kerugian bagi dirinya dan/atau masyarakat sekelilingnya.**

Undang Undang Nomor 39 Tahun 2007 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang CUKAI yang selanjutnya disebut "**UU Cukai**" (**Bukti P-14**) pada Pasal 2 ayat (1) menyatakan bahwa:

"barang-barang yang dikenai cukai memiliki sifat atau karakteristik:

- a) konsumsinya perlu dikendalikan;*
- b) peredarannya perlu diawasi;*
- c) pemakaiannya berdampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup; dan*
- d) pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara untuk keadilan dan keseimbangan".*

Rokok adalah salah satu barang yang dicukai, sehingga berdasarkan UU Cukai ini rokok adalah produk yang konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi dan pemakaiannya berdampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup.

Karena rokok sebagai produk olahan tembakau adalah produk yang bersifat adiktif dan pemakaiannya berdampak negative bagi masyarakat dan lingkungan, maka dilakukan upaya atau cara untuk membatasi peredaran dan penggunaannya, yang salah satunya adalah melalui instrument Cukai.

Sebagaimana yang dinyatakan dalam Pasal 5 Ayat (1) huruf a dan b UU Cukai (**Vide Bukti P-14**), yaitu:

*"Penetapan tarif paling tinggi 275% (dua ratus tujuh puluh lima persen) dari harga jual pabrik atau 57% (lima puluh tujuh persen) dari harga jual eceran didasarkan atas pertimbangan bahwa apabila **barang kena cukai yang karena sifat atau karakteristiknya berdampak negatif bagi kesehatan ingin dibatasi secara ketat peredaran dan pemakaiannya** maka cara membatasinya adalah melalui instrument tarif sehingga barang kena cukai dimaksud dapat dikenai tarif cukai paling tinggi."*

Dengan demikian, ketentuan yang mengatur **pemberian pita cukai pada produk rokok** sebagaimana yang diatur dalam UU Cukai, baik berdasarkan *original intent* (maksud awal) maupun berdasarkan *original meaning* (makna awal) bukanlah mengandung makna yang memberikan justifikasi legalitas pada produk rokok. Tetapi pemberian pita cukai dan penerapan cukai serta tingginya nilai cukai yang diberikan terhadap rokok sebagai produk hasil tembakau ditujukan dengan maksud membatasi secara ketat konsumsi dan peredaran **rokok**, karena sifat atau karakteristik produknya berdampak negatif bagi kesehatan.

Dan dapat juga dimaknai, bahwa pemberian pita cukai hanya diberikan kepada produk-produk yang pemakaiannya berdampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup sehingga konsumsinya perlu dikendalikan dan peredarannya perlu diawasi. Hal ini terbukti bahwa banyak produk konsumen legal lainnya yang tidak dikenai cukai. **Sehingga walaupun rokok dianggap sebagai produk legal karena sampai saat ini tidak ada peraturan perundang-undangan yang menempatkan rokok sebagai produk yang dilarang, tetapi secara yuridis formil rokok ditempatkan sebagai bukan barang konsumen normal yang peredaran dan konsumsinya bisa disamakan dengan produk konsumen lainnya**, karena rokok dikenai pita cukai.

B. TIDAK SEMUA PRODUK KONSUMEN LEGAL BOLEH BERIKLAN

Dalam melakukan pengenalan dan pemasaran produknya, tidak semua industri yang melakukan usaha secara legal di Indonesia memiliki hak yang sama. Negara dan pemerintah memiliki kewenangan dan dapat mengambil langkah untuk membatasi hak-hak yang dimiliki industry yang legal sekali pun untuk kepentingan bangsa yang lebih besar.

Atas dasar berbagai alasan seperti melindungi kesehatan masyarakat dari produk berbahaya, mendorong program pemerintah, melindungi kepentingan public, dampak penggunaan sebuah produk dan lain sebagainya, **pemerintah memberikan perlakuan khusus terhadap beberapa produk legal dengan mengatur peredarannya dan melarang iklan dan promosi produk tersebut, seperti yang terjadi pada pelarangan iklan terhadap alkohol, susu formula serta obat-obatan khusus yang hanya bisa dikonsumsi dengan resep dokter. Pelarangan ini merupakan bagian dari tanggung jawab negara dan pemerintah dalam melindungi masyarakatnya bukan tindakan diskriminasi terhadap produk tersebut yang secara formil yuridis diakui sebagai produk legal;**

Produk yang mengandung Alkohol yang merupakan produk legal dan juga diproduksi oleh industry yang legal, berdasarkan beberapa peraturan perundang-undangan, dilarang untuk diiklankan. Seperti yang diatur dalam beberapa peraturan, diantaranya:

1) Pasal 46 Ayat (3) huruf c UU Penyiaran (**Vide Bukti P-2**), menyatakan:

*"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."*

2) Pasal 13 UU Pers (**Vide Bukti P-3**), menyatakan:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. *yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*
- b. *minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*
- c. ***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok."***

3) Pasal 58 Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (**Bukti P-15**) selanjutnya disebut **PP Label dan Iklan Pangan**, yang menyatakan :

- (1) **"Setiap orang dilarang mengiklankan minuman beralkohol dalam media massa apapun;**
- (2) *Minuman beralkohol sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah minuman berkadar etanol (C₂H₅OH) lebih dari atau sama dengan 1% (satu per seratus)."*

UU Cukai pada Pasal 4 dan Penjelasan pada pokoknya menyatakan bahwa zat berbahaya yang perlu diatur peredarannya selain alkohol, produk yang mengandung etil alkohol, juga tembakau dan produk tembakau. Dengan demikian dalam hal iklan dan promosi, seharusnya perlakuan terhadap rokok sebagai produk tembakau disamakan dengan produk alkohol, yaitu dilarang untuk beriklan dan melakukan promosi;

Pemerintah juga mengatur pelarangan iklan Susu Formula di media massa untuk mendukung kepentingan program pemberian ASI Eksklusif, seperti diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif (**Bukti P-16**) selanjutnya disebut **PP Asi Eksklusif** pada Pasal 19, yang menyatakan:

Produsen atau distributor Susu Formula Bayi dan/atau produk bayi lainnya dilarang melakukan kegiatan yang dapat menghambat program pemberian ASI Eksklusif berupa:

- a. *pemberian contoh produk Susu Formula Bayi dan/atau produk bayi lainnya secara cuma-cuma atau bentuk apapun kepada penyelenggara Fasilitas Pelayanan Kesehatan, Tenaga Kesehatan, ibu hamil, atau ibu yang baru melahirkan;*
- b. *penawaran atau penjualan langsung Susu Formula Bayi ke rumah-rumah;*
- c. *pemberian potongan harga atau tambahan atau sesuatu dalam bentuk apapun atas pembelian Susu Formula Bayi sebagai daya tarik dari penjual;*
- d. *penggunaan Tenaga Kesehatan untuk memberikan informasi tentang Susu Formula Bayi kepada masyarakat; dan/atau e. Pengiklanan;*

- e. ***pengiklanan Susu Formula Bayi yang dimuat dalam media massa, baik cetak maupun elektronik, dan media luar ruang.***

Padahal dalam hal bahaya atas penggunaan produknya, maka **produk tembakau jauh lebih berbahaya daripada susu formula;**

Dalam hal pembatasan peredaran produk legal, Pemerintah juga melakukan pelarangan iklan terhadap obat keras, psikotropika dan narkotika begitu pula susu formula dan zat adiktif dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787 tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan (**Bukti P-17**) selanjutnya disebut **Permenkes Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan**, pada Pasal 5 yang menyatakan:

Iklan dan/atau publikasi pelayanan kesehatan tidak diperbolehkan apabila bersifat:

- a. *menyerang dan/atau pamer yang bercita rasa buruk seperti merendahkan kehormatan dan derajat profesi tenaga kesehatan;*
- b. *memberikan informasi atau pernyataan yang tidak benar, palsu, bersifat menipu dan menyesatkan;*
- c. *memuat informasi yang menyiratkan bahwa fasilitas pelayanan kesehatan tersebut dapat memperoleh keuntungan dari pelayanan kesehatan yang tidak dapat dilaksanakan oleh fasilitas pelayanan kesehatan lainnya atau menciptakan pengharapan yang tidak tepat dari pelayanan kesehatan yang diberikan;*
- d. *membandingkan mutu pelayanan kesehatan yang diberikan fasilitas pelayanan kesehatan tersebut dengan fasilitas pelayanan kesehatan lainnya, atau mencela mutu pelayanan kesehatan fasilitas pelayanan kesehatan lainnya;*
- e. *memuji diri secara berlebihan, termasuk pernyataan yang bersifat superlatif dan menyiratkan kata "satu-satunya" atau yang bermakna sama mengenai keunggulan, keunikan atau kecanggihan sehingga cenderung bersifat menyesatkan;*
- f. *memublikasikan metode, obat, alat dan/atau teknologi pelayanan kesehatan baru atau non-konvensional yang belum diterima oleh masyarakat kedokteran dan/atau kesehatan karena manfaat dan keamanannya sesuai ketentuan masing-masing masih diragukan atau belum terbukti;*
- g. *mengiklankan pelayanan kesehatan dan/atau tenaga kesehatan yang fasilitas pelayanan kesehatannya tidak berlokasi di negara Indonesia;*

- h. mengiklankan pelayanan kesehatan yang dilakukan tenaga kesehatan dan/atau fasilitas pelayanan kesehatan yang tidak memiliki izin;
- i. mengiklankan obat, makanan suplemen, atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar atau tidak memenuhi standar mutu dan keamanan;
- j. mengiklankan susu formula dan zat adiktif;**
- k. mengiklankan obat keras, psikotropika dan narkotika kecuali dalam majalah atau forum ilmiah kedokteran;**
- l. memberi informasi kepada masyarakat dengan cara yang bersifat mendorong penggunaan jasa tenaga kesehatan di fasilitas pelayanan kesehatan tersebut;
- m. mengiklankan promosi penjualan dalam bentuk apa pun termasuk pemberian potongan harga (diskon), imbalan atas pelayanan kesehatan dan/atau menggunakan metode penjualan multi-level marketing;
- n. memberi testimoni dalam bentuk iklan atau publikasi di media massa; dan
- o. menggunakan gelar akademis dan/atau sebutan profesi di bidang kesehatan.

Fakta-fakta yuridis diatas menunjukkan bahwa **pelarangan iklan dan promosi sudah banyak dilakukan kepada produk-produk legal, sebagai salah satu bentuk perlindungan kesehatan masyarakat dan mewujudkan program kesehatan yang maksimal.** Dengan demikian, tidak semua produk legal adalah produk yang normal dan memiliki hak yang sama dengan produk legal lainnya.

C. IKLAN DAN PROMOSI ROKOK ADALAH STRATEGI MARKETING INDUSTRI ROKOK UNTUK MENJUAL KESAKITAN DAN KEMATIAN YANG MENYASAR ANAK DAN REMAJA

Iklan rokok adalah segala bentuk komunikasi, rekomendasi atau aksi komersial dengan tujuan, dampak atau dampak potensial untuk mempromosikan produk tembakau baik secara langsung maupun tidak langsung. [WHO, *Framework Convention on Tobacco Control*. Geneva: 2003. Dikutip dan diunduh dari http://www.who.int/fctc/text_download/en/] (**Bukti P-18**)

Secara yuridis formil diakui bahwa iklan dan promosi rokok adalah bagian dari iklan niaga yang bertujuan untuk memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau

mempromosikan rokok kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan dalam hal ini adalah rokok. Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf c UU Penyiaran (**Vide Bukti P-2**) *juncto* Pasal 1 Ayat (21) Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran selanjutnya disebut "**SPS KPI 2012**" (**Bukti P-19**), yang berbunyi:

Pasal 46 Ayat (3) huruf c UU Penyiaran

"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 eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun."*

Pasal 1 Ayat (21) SPS KPI 2012

"Siaran iklan niaga adalah Siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan."

Berdasarkan laporan WHO 2008, merokok merupakan penyebab kematian yang utama terhadap 7 dari 8 penyebab kematian terbesar di dunia ("*Report on The Global Tobacco Epidemic, "M-Power Package"*", yang diterbitkan oleh World Health Organization (WHO), 2008, Hal.1) (**Bukti P-20**). Dengan demikian, dapat disebut iklan rokok adalah iklan yang bertujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang penggunaannya menimbulkan kesakitan dan kematian.

Pada mata rantai bisnis rokok sebagai produk olahan tembakau yang bersifat adiktif, iklan dan promosi produk rokok menjadi strategi utama dalam pemasaran rokok. Karena secara logika, rokok sebagai produk adiktif yang mengandung ribuan zat kimia yang berbahaya dimana penggunaannya dapat

menyebabkan kesakitan serta berpotensi membunuh penggunaanya membutuhkan strategi marketing yang dapat menyamarkan dampak bahaya produk rokok tersebut, sehingga dapat diterima oleh konsumen sebagai produk yang normal dan biasa-biasa saja.

Untuk menyamarkan bahaya penggunaan produk rokok, Industri rokok menampilkan rokok sebagai produk yang dikesankan keren, gaul, percaya diri, setia kawan, macho, dan lain sebagainya, sehingga dapat diterima oleh konsumen sebagai produk yang normal. Ridhwan Hasan, Pakar komunikasi yang pernah menjadi direktur kreatif sebuah biro iklan di Jakarta, pada pokoknya menyatakan:

"Dengan dukungan dana yang hampir tidak terbatas, industri rokok memang jago bermain di wilayah "Insight" yang dalam istilah periklanan adalah sebuah area yang dengan tepat menyentuh sisi psikologi konsumen. Begitu menonton iklan konsumen akan langsung merasa berasosiasi dengan subyek dan topik dalam tayangan iklan. Si konsumen akan berkata dalam hati: itu gue banget."

Kemunafikan dan Mitos: Dibalik Kedigdayaan Industri Rokok,
Mardhiyah Chamim, 2007, hal. 33. yang diterbitkan oleh Komisi Nasional Perlindungan Anak; (**Bukti P-21**)

Menurut **Dr. Widyastuti Soerojo**, siaran iklan dan promosi rokok memang diarahkan untuk menjaring orang-orang muda yaitu anak-anak dan remaja bukan orang tua atau kakek-kakek. Sebagaimana dikutip dari tulisan Widyastuti Soerojo pada Majalah GATRA Edisi 4 Juni 2008 dengan judul "**Pemerintah Tutup Mata Pada Anak Korban Rokok**", Hal. 105 (**Bukti P-22**).

Berbagai hasil riset juga menunjukkan kaitan langsung antara iklan, promosi dan sponsor rokok dan perilaku awal merokok dikalangan anak dan remaja, seperti:

1. Alexander et al, yang melakukan penelitian di Australia pada Tahun 1983 menemukan bahwa sebagian besar remaja usia 10-12 Tahun yang menyukai iklan rokok akan menjadi perokok satu tahun kemudian;
2. Biener dan Siegel melakukan riset di Amerika pada Tahun 2000 menemukan bahwa remaja berusia 12-15 Tahun yang menyebutkan iklan rokok sebagai salah satu iklan favoritnya hampir pasti menjadi perokok empat tahun berikutnya;
3. Di Spanyol, penelitian yang dilakukan oleh Lopez et al pada Tahun 2004 juga menemukan indikasi serupa bahwa remaja yang menyukai kegiatan-kegiatan

promosi rokok biasanya akan memulai merokok dalam dua tahun berikutnya;

4. Departemen Kesehatan Amerika Serikat merilis hasil pemantauannya atas bahaya merokok pada Tahun 1989 dan menemukan bahwa iklan rokok memang mendorong anak dan remaja mencoba-coba merokok. Dan sebagian besar dari mereka kemudian menjadi perokok tetap. Iklan juga berpengaruh signifikan pada para perokok: membuat mereka meningkatkan konsumsi rokoknya dan mengurangi motivasinya untuk berhenti. Bahkan iklan juga bias menggoda para mantan perokok untuk kembali merokok;
5. Riset resmi pemerintah Amerika juga menemukan bahwa membebaskan/membiarkan iklan rokok di semua media membuat masyarakat menerima kebiasaan merokok sebagai hal yang baik dan biasa.

Sebagaimana dikutip dari buku” **Pertarungan Untuk Masa Depan: Komisi Nasional Perlindungan Anak melawan Iklan, Promosi dan Sponsor Industri Rokok**”, Komisi Nasional Perlindungan Anak , 2009, Hal. 7-8 (**Bukti P-23**)

Hasil riset ini sejalan dengan pandangan industri rokok yang dalam beberapa penelitiannya yang juga mengakui tentang pentingnya remaja dalam bisnis mereka, seperti beberapa penelitian industri rokok yang menyatakan:

***“Remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja..”** (Laporan Peneliti Myron E. Johnson ke Wakil Presiden Riset dan Pengembangan Phillip Morris)*

***“Perokok remaja telah menjadi faktor penting dalam perkembangan setiap industri rokok dalam 50 tahun terakhir. Perokok remaja adalah satu-satunya sumber perokok pengganti. Jika para remaja tidak merokok maka industri akan bangkrut sebagaimana sebuah masyarakat yang tidak melahirkan generasi penerus akan punah..”** (Perokok Remaja: Strategi dan Peluang,” R.J Reynolds Tobacco Company Memo Internal, 29 Februari 1984)*

Sebagaimana dikutip dari buku” **Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok: Strategi Menggiring Anak Merokok**”, Komisi Nasional Perlindungan Anak, 2007, Hal. 27. (**Bukti P-24**)

Dengan demikian, uraian diatas membuktikan dalam kebenaran ilmiah serta kebenaran secara yuridis-formil, iklan dan promosi rokok terbukti sebagai startegi marketing industry rokok untuk mempengaruhi anak muda dan/atau remaja agar menggunakan produk rokok dengan menyamarkan dampak penggunaan rokok dalam materi iklannya melalui materi iklan yang dapat diterima oleh anak muda dan/atau remaja.

D. IKLAN DAN PROMOSI ROKOK MENGANCAM HAK HIDUP DAN HAK UNTUK MEMPERTAHANKAN KEHIDUPAN

Bahwa Hak Asasi Manusia Adalah (HAM) adalah hak yang melekat pada manusia karena terlahir sebagai manusia. Hak-hak tersebut diperoleh bukan pemberian orang lain ataupun negara, tetapi karena kelahirannya sebagai manusia. Karena HAM merupakan hak yang diperoleh saat kelahirannya sebagai manusia, maka HAM meliputi hak-hak yang paling dasar atau yang paling asasi. Dan jika tidak dihormati, dilindungi dan dipenuhi maka martabat (*dignity*) orang sebagai manusia berkurang. Hak asasi manusia bersifat universal dan abadi, oleh karena itu harus dilindungi, dihormati, dipertahankan dan tidak boleh diabaikan, dikurangi atau diambil oleh siapa saja.

Salah satu hak yang paling asasi (dasar) bagi kehidupan manusia adalah Hak Hidup. *United Nations Human Rights Committee* dalam *CCPR General Comment No.6: Article 6, Right the Life* (30 April 1982) menegaskan bahwa **hak untuk hidup (*the right to life*) adalah *supreme rights* yang pengurangan kewajiban (*derogation*) terhadapnya tidak diijinkan, dalam keadaan darurat sekalipun**. Oleh karenanya Hak Hidup disebut juga sebagai *non derogable rights* yaitu hak yang tidak boleh dikurangi dalam keadaan apapun.

Dalam konvensi international yang telah diratifikasi Indonesia, Hak Hidup ini setidaknya disebutkan dalam 3 (tiga) konvensi international tentang Hak Asasi Manusia, yaitu Deklarasi Universal tentang Hak Asasi Manusia (DUHAM), Konvensi International tentang Hak Sipil dan Politik (*International Covenan Civil and Political Rights*) dan Konvensi International tentang Hak Anak (*Convention on the Rights of the Child*).

Dalam Hukum Indonesia, Hak Hidup merupakan hak konstitusional setiap warga negara Indonesia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun sebagaimana yang dijamin dalam Undang-Undang Dasar 1945 (**Vide Bukti P-1**), pada pasal:

Pasal 28 A UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak untuk hidup serta berhak mempertahankan hidup dan kehidupannya"

Pasal 28 I Ayat (1) UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut:

"Hak untuk hidup, hak untuk tidak disiksa, hak kemerdekaan pikiran dan hati nurani, hak beragama, hak untuk tidak diperbudak, hak untuk diakui sebagai pribadi di hadapan hukum, dan hak untuk tidak dituntut atas dasar hukum yang berlaku surut adalah hak asasi manusia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun"

Bahkan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia juga telah membahas Hak untuk Hidup dalam Putusan Nomor 019-020/PUU-III/2005 tentang pengujian Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2004 tentang Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia di Luar Negeri (**Bukti P-25**). Mahkamah Konstitusi dengan suara bulat berpendapat bahwa hak untuk hidup adalah hak asasi manusia yang sangat penting, sebagaimana yang tertulis pada Halaman 106 putusan ini, sebagai berikut:

"Mahkamah berpendapat bahwa hak asasi manusia mengakui hak-hak yang penting bagi kehidupan manusia. Dapat dikatakan bahwa diantara hak asasi yang lain, hak untuk hidup, hak untuk mempertahankan hidup dan kehidupan merupakan hak yang sangat penting. Demikian pentingnya hak untuk hidup dimaksud, sehingga Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945 menegaskan hak untuk hidup sebagai salah satu hak yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun."

Hak asasi manusia yang menjadi turunan dan/atau bagian dari Hak Hidup, salah satunya adalah Hak atas Kesehatan yang merupakan dasar dari diakuinya derajat kemanusiaan. Tanpa kesehatan, seseorang menjadi tidak sederajat secara kondisional. Tanpa kesehatan, seseorang tidak akan mampu memperoleh hak-haknya yang lain. Seseorang yang tidak sehat dengan sendirinya akan berkurang haknya atas hidup, tidak bisa memperoleh dan menjalani pekerjaan yang layak, tidak bisa menikmati haknya untuk berserikat dan berkumpul serta mengeluarkan pendapat, dan tidak bisa memperoleh pendidikan demi masa depannya. Singkatnya, seseorang tidak bisa menikmati sepenuhnya kehidupan sebagai manusia, sebagaimana dikutip dan diunduh dari <http://referensi.elsam.or.id/2015/04/kesehatan-sebagai-hak-asasi-manusia/>.

(**Bukti P-26**)

Pentingnya hak atas kesehatan ini juga di akui dan dijamin dalam hukum di Indonesia. UUD 1945 sebagai konstitusi negara Republik Indonesia memberikan jaminan terhadap pelayanan kesehatan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 28 H ayat (1) UUD 1945 (**Vide Bukti P-1**) yang berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan"

Jaminan hak atas kesehatan ini juga diatur di dalam Undang-Undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan), yaitu pada pasal:

Pasal 4 UU Kesehatan yang menyatakan:

"Setiap orang berhak atas kesehatan"

Pasal 6 UU Kesehatan yang menyatakan:

"Setiap orang berhak mendapatkan lingkungan yang sehat bagi pencapaian derajat kesehatan"

Saat ini, salah satu ancaman terhadap hak konstitusional tersebut yang masih dibiarkan dan dapat disebut dilindungi oleh negara melalui peraturan perundang-undangan adalah upaya sistematis dan massif industry rokok mempengaruhi dan menjerat masyarakat, anak-anak dan remaja untuk mengkonsumsi rokok yang salah satunya melalui iklan dan promosi rokok. Padahal rokok adalah produk olahan tembakau yang bersifat adiktif dan penggunaannya dapat menimbulkan kesakitan dan kematian.

Rokok sebagai produk olahan tembakau adalah produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya berbahaya bagi kesehatan dan dapat berdampak pada kematian adalah fakta yuridis yang tak bisa dibantah lagi. Hal ini sebagaimana yang diatur secara tegas dalam Pasal 113 Ayat (2) UU Kesehatan yang menyatakan bahwa:

"Zat adiktif sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) meliputi tembakau, produk yang mengandung tembakau, padat, cairan, dan gas yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kerugian bagi dirinya dan atau masyarakat sekelilingnya".

Bahkan kepastian hukum tentang rokok sebagai produk yang bersifat adiktif juga dikuatkan oleh Putusan Mahkamah Konstitusi dalam perkara No.19/PUU-VIII/2010, bagian pendapat Mahkamah (3.15.10) yang menyatakan:

*"... Apabila Pasal 113 Undang-Undang a quo dipandang kurang tepat penempatannya di dalam UU 36/2009, dan seandainya pun kemudian ditempatkan dalam Undang-Undang lain, hal demikian tidak akan mengubah daya berlaku dari substansi Pasal 113 tersebut. Artinya, substansi tersebut tetap menjadi sah meskipun tidak dicantumkan dalam UU 36/2009. **Bahkan seandainya pun frasa "zat adiktif" dalam Pasal 113 Undang-Undang dihilangkan, hal demikian tidak akan mengubah fakta bahwa senyatanya tembakau memang mengandung zat adiktif.**"*

Bahwa pengakuan formil-yuridis rokok sebagai produk olahan daun tembakau adalah produk yang bersifat adiktif, juga diatur secara eksplisit oleh PP Pengamanan Produk Tembakau Bagi Kesehatan pada Pasal 4, yang menyatakan:

"Produk Tembakau yang diatur dalam Peraturan Pemerintah ini meliputi Rokok dan Produk Tembakau lainnya yang penggunaannya terutama dengan cara dibakar dan dihisap dan/atau dihirup asapnya, yang mengandung zat adiktif dan bahan lainnya yang berbahaya bagi kesehatan."

Dengan demikian, ketentuan-ketentuan yuridis diatas merupakan norma hukum (*legal norm*) yang mengakui bahwa rokok merupakan produk adiktif. Oleh karenanya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif merupakan kebenaran faktual yang *notoire feiten*.

Sehingga sudah tidak dapat dipungkiri lagi berdasarkan ketentuan yuridis formil yang ada, rokok sebagai produk olahan tembakau adalah produk yang bersifat adiktif. karena sifatnya yang adiktif konsumsi rokok begitu luas dan massif. Kuatnya candu nitkoin dalam tembakau membuat begitu banyak orang yang tidak lepas dari jeratan konsumsi rokok. Di Indonesia, angka prevalensi perokok setiap tahunnya terus meningkat.

Pada rentang 10 Tahun (2001 – 2011) prevalensi perokok dewasa perempuan (>19 Tahun) di Indonesia meningkat tajam 346% yaitu dari 1,3% pada Tahun 2001 meningkat menjadi 4,5% pada Tahun 2011. Sementara itu prevalensi perokok dewasa laki-laki di Indonesia pada Tahun 2011 merupakan yang tertinggi di dunia yaitu sebesar 67,4 %; Sebagaimana dikutip dari Buku "**Atlas**

Tembakau Indonesia Edisi 2013" yang ditulis oleh Tobacco Control Support Center (TCSC), Hal. 7; (**Bukti P-27**)

Sementara itu, peningkatan tajam juga terjadi pada prevalensi perokok remaja usia 14 – 19 Tahun. Pada rentang waktu dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2010 prevalensi perokok remaja meningkat 59% yaitu dari 12,7% pada tahun 2001 menjadi 20,3% pada Tahun 2010. Peningkatan paling tajam pada prevalensi perokok remaja ini terjadi pada perokok remaja perempuan yang meningkat hampir 5 kali lipat atau sebesar 450%, yaitu dari 0,2% pada Tahun 2001 menjadi 0,9% pada Tahun 2010. Sementara itu, pada data prevalensi perokok remaja laki-laki juga terjadi peningkatan yaitu sebesar 24,2% pada Tahun 2001 meningkat menjadi 38,4% pada Tahun 2010.

Padahal, tembakau adalah salah satu penyebab yang paling penting untuk kecacatan, penderitaan dan kematian premature. Bagian Umum Penjelasan Peraturan Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan, dalam beberapa paragraf juga menyatakan bahwa:

"Dampak negatif penggunaan tembakau pada kesehatan telah lama diketahui, dan kanker paru merupakan penyebab kematian nomor satu di dunia, di samping dapat menyebabkan serangan jantung, impotensi, penyakit darah, enfisema, stroke, dan gangguan kehamilan dan janin yang sebenarnya dapat dicegah.

Merokok merugikan kesehatan baik bagi perokok itu sendiri maupun orang lain disekitarnya yang tidak merokok (perokok pasif). Perokok mempunyai risiko 2-4 kali lipat untuk terkena penyakit jantung koroner dan risiko lebih tinggi untuk kematian mendadak.

Dibanyak negara tembakau bahkan menjadi penyebab paling penting. lebih dari 4000 bahan kimia telah diidentifikasi dalam asap tembakau, banyak diantaranya beracun, beberapa bersifat radioaktif. Lebih dari 40 diketahui menyebabkan kanker. Sebagaimana dikutip dari buku terjemahan dalam bahasa Indonesia, **"Tembakau: Ancaman Global"** yang ditulis oleh Jhon Crofton dan David Simpson yang diterbitkan oleh Elex Media Cumpuindo , Jakarta 2009, Hal. 9 - 10; (**Bukti P-28**)

Lebih dari 70.000 artikel ilmiah menunjukkan bahwa merokok menyebabkan kanker, mulai dari kanker mulut sampai kanker kandung kemih, penyakit jantung dan pembuluh darah, penyakit pembuluh darah otak, bronkitis kronik, emfisema, asma, pneumonia, dan penyakit saluran nafas lainnya. Konsumsi produk tembakau saat ini merupakan penyebab kematian yang berkembang paling cepat di dunia bersamaan dengan HIV/AIDS. Sebagaimana dikutip dari buku "**Profil Tembakau Indonesia**", yang diterbitkan oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) – IAKMI, 2007, Hal. 16; (**Bukti P-29**)

Fakta rokok berbahaya bagi kesehatan ini juga diakui oleh industri rokok sendiri, David O'Reilly, scientific director, British American Tobacco pada tahun 2014 menyatakan, "Selama hidupnya, setengah dari perokok saat ini bisa meninggal secara prematur karena kebiasaan merokok". Dr. Pankaj Chaturvedi, ahli kanker di Mumbai's Tata Memorial Hospital menyatakan bahwa 80-90% kanker leher, kepala dan kerongkongan terkait dengan konsumsi tembakau. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 15; (**Bukti P-30**)

Bahwa efek negatif konsumsi Tembakau terhadap kesehatan telah menimbulkan banyak sekali korban jiwa. WHO menyebutkan bahwa di tingkat global konsumsi tembakau sudah menyebabkan 100 juta kematian di abad 20. Jumlah ini setara dengan korban Perang Dunia (PD) I dan II jika dikombinasikan. Angka kematian ini bisa meningkat menjadi 1 miliar kematian di abad 21 jika pola konsumsi tembakau yang ada sekarang terus berlanjut. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 13; (**Vide Bukti P-30**)

Di Indonesia, kematian prematur akibat konsumsi rokok biasanya terjadi rata-rata 15 tahun sebelum umur harapan hidup tercapai. Tahun 2013 diperkirakan dari 1.741.727 kematian karena semua sebab, 240.618 kematian disebabkan penyakit terkait tembakau. Rinciannya adalah 127.727 laki-laki dan 112.889 perempuan. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Fakta Tembakau 2014**", Hal. 13 dan Hal. 37; (**Bukti P-31**)

Dengan demikian, uraian diatas telah membuktikan dalam fakta empiris dan kebenaran ilmiah serta kebenaran secara yuridis-formil, rokok sebagai produk olahan tembakau yang bersifat adiktif terbukti dan diakui sebagai produk yang berbahaya bagi kesehatan dan penggunaannya dapat menyebabkan kesakitan dan kematian.

Dengan demikian, patut disebut keberadaan iklan dan promosi rokok adalah hal yang dapat mengancam hak konstitusional rakyat Indonesia yaitu hak untuk hidup dan mempertahankan hidup yang dijamin oleh UUD 1945. Dan oleh

"Mahkamah Konstitusi berwenang mengadili pada tingkat pertama dan terakhir yang putusannya bersifat final untuk:

a. menguji undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945".

4. Bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (2) UUD 1945 yang menyatakan kekuasaan kehakiman dilakukan oleh Mahkamah Agung dan badan peradilan dibawahnya termasuk Mahkamah Konstitusi;
5. Bahwa Pasal 28 A UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut:
"setiap orang berhak untuk hidup, mempertahankan kelangsungan hidup dan kehidupannya".
6. Bahwa Pasal 28 B ayat (2) yang berbunyi sebagai berikut:
"Setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh, dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi".
7. Bahwa Pasal 28 D ayat (1) yang berbunyi sebagai berikut:
"Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum"
8. Bahwa Pasal 28 H ayat (1) dan ayat (3) yang berbunyi sebagai berikut:
 - (1) **"Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan;**
 - (2)
 - (3) **Setiap orang berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat".**
9. Bahwa Pasal 28 I ayat (1), (4) dan ayat (5) yang berbunyi sebagai berikut:
 - (1) **"Hak untuk hidup, hak untuk tidak disiksa, hak kemerdekaan pikiran dan hati nurani, hak beragama, hak untuk tidak diperbudak, hak untuk diakui sebagai pribadi di hadapan hukum, dan hak untuk tidak dituntut atas dasar hukum yang berlaku surut adalah hak asasi manusia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun.**

(5) Perlindungan, pemajuan, penegakan, dan pemenuhan hak asasi manusia adalah tanggung jawab negara, terutama pemerintah”.

10. Bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang pembentukan Peraturan Perundang-undangan mengatur bahwa secara hierarkhis kedudukan UUD 1945 lebih tinggi dari undang-undang, oleh karenanya setiap ketentuan undang-undang tidak boleh bertentangan dengan UUD 1945. Dengan demikian, jika terdapat ketentuan dalam Undang-Undang yang bertentangan dengan UUD 1945 maka ketentuan tersebut dapat dimohonkan untuk diuji melalui mekanisme pengujian Undang-Undang;
11. Bahwa mengacu kepada ketentuan tersebut di atas, Mahkamah Konstitusi **berwenang** untuk melakukan **pengujian konstitusionalitas suatu undang-undang** terhadap UUD 1945;
12. Bahwa, berdasarkan dalil-dalil tersebut diatas, Mahkamah Konstitusi berwenang untuk memeriksa dan mengadili permohonan pengujian Undang-Undang terhadap UUD 1945. Dan oleh karenanya Para Pemohon, memohon agar sudilah kiranya Mahkamah Konstitusi menerima permohonan dan menetapkan persidangan yang memeriksa, mengadili dan melakukan persidangan permohonan **pengujian materil** terhadap ketentuan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "*promosi rokok yang memperagakan wujud rokok*" Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang selanjutnya disebut "**UU Penyiaran**" (Bukti P-2) dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frsa "*dan zat adiktif lainnya*" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang selanjutnya disebut "**UU Pers**" (Bukti P-3) terhadap **Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945** yang selanjutnya disebut "**UUD 1945**" (Vide Bukti P-1) yakni **Pasal 28A, Pasal 28B Ayat (2), Pasal 28 D Ayat (1), Pasal 28H Ayat (1) dan (3) dan Pasal 28 I Ayat (1) dan (4).**

III. TENTANG KEDUDUKAN HUKUM (LEGAL STANDING) DAN KEPENTINGAN KONSTITUSIONAL PARA PEMOHON
--

1. Bahwa kedudukan hukum/*legal standing* merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh setiap pemohon untuk mengajukan permohonan pengujian undang-undang terhadap UUD 1945 kepada Mahkamah Konstitusi sebagaimana diatur di dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi:

*"Pemohon adalah pihak yang menganggap **hak dan/atau Hak Konstitusionalnya dirugikan** oleh berlakunya undang-undang, yaitu:*

- a. perorangan warga negara Indonesia;*
- 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."*

2. Bahwa Hak Konstitusional didefinisikan pada Penjelasan Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi yang berbunyi:

*"Yang dimaksud dengan "**hak konstitusional**" adalah hak-hak yang diatur dalam UUD NRI 1945."*

3. Bahwa dalam Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 006/PUU-III/2005 dan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 11/PUU-V-2007 telah menentukan 5 (lima) syarat kerugian hak dan/atau kewenangan konstitusional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 51 Ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi, sebagai berikut:

- a. Adanya hak dan/atau kewenangan konstitusional pemohon yang diberikan oleh UUD 1945;
- b. Hak dan/atau kewenangan konstitusional tersebut dianggap telah dirugikan oleh berlakunya Undang-Undang yang di mohonkan pengujiannya;
- c. Hak dan/atau kewenangan tersebut 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 dengan berlakunya Undang-Undang yang dimohonkan pengujian;
- e. Adanya kemungkinan bahwa dengan dikabulkannya permohonan maka kerugian konstitusional tersebut tidak akan atau tidak terjadi lagi;

3. Bahwa berdasarkan ketentuan tersebut diatas, terdapat 2 (dua) syarat yang harus dipenuhi untuk menguji apakah Para Pemohon memiliki kedudukan hukum (*legal standing*) dalam perkara Pengujian Undang-Undang, yaitu:

- a. Memenuhi kualifikasi untuk bertindak sebagai pemohon sebagaimana diuraikan dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi;
 - b. Bahwa hak dan/atau kewenangan konstitusional pemohon tersebut dirugikan dengan berlakunya suatu ketentuan undang-undang;
4. Bahwa untuk selanjutnya pembahasan secara terperinci mengenai legal standing masing-masing Pemohon akan diuraikan dibawah ini.

A. TENTANG KEDUDUKAN HUKUM (LEGAL STANDING) PEMOHON I, PEMOHON II, PEMOHON III DAN PEMOHON IV

A.1. LEGAL STANDING PEMOHON I

1. Bahwa **Pemohon I** adalah badan hukum publik yang didirikan menurut hukum Indonesia berdasarkan Akta Notaris Nomor 3 yang dikeluarkan oleh Hendro Lukito, SH., tentang Anggaran Dasar Organisasi Pemuda Muhammadiyah tertanggal 27 April 2009 (**Vide Bukti P-4**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, yang dalam hal ini diwakili oleh pengurusnya yakni Dahnil Anzar Simanjuntak dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Pemuda Muhammadiyah, yang bertindak untuk dan atas nama Pemuda Muhammadiyah;
2. Bahwa **Pemohon I** sebagai organisasi non pemerintah semenjak didirikan sampai saat ini secara aktif dan terus menerus melakukan kegiatan dalam bidang, keagamaan, kemanusiaan, advokasi kebijakan yang berpihak terhadap Hak Asasi Manusia dan pemberdayaan masyarakat, diantaranya:
 - a. Melakukan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk mendorong peningkatan harkat, martabat dan kualitas sumber daya manusia agar berkemampuan tinggi dan berkahlaq mulia;
 - b. Kegiatan-kegiatan upaya kepedulian terhadap nilai-nilai kemanusiaan
 - c. Kegiatan peningkatan kualitas kesehatan dan kesejahteraan manusia;
 - d. Turut serta dalam upaya penegakkan hukum, keadilan dan kebenaran serta pembelaan terhadap masyarakat.
3. Bahwa oleh karenanya **Pemohon I** semenjak didirikan sampai saat ini memiliki kepentingan untuk melakukan upaya pembelaan dan advokasi kepentingan umum;

4. Bahwa **Pemohon I** dalam pelaksanaan fungsi keorganisasiannya untuk melakukan pembelaan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan hak asasi manusia telah terlibat dalam upaya perlindungan masyarakat dari bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kesakitan bahkan kematian;
5. Bahwa **Pemohon I**, sebagai bentuk pembelaan dan keberpihakan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan hak asasi manusia dalam kegiatan perlindungan masyarakat dari bahaya rokok, telah melakukan beberapa kegiatan dan upaya yang diantaranya:
 - a. Melakukan konferensi pers di Jakarta pada tanggal 15 Agustus 2016 terkait dengan penyampaian sikap Pemuda Muhammadiyah tentang penolakan terhadap Rancangan Undang-Undang tentang Pertembakauan yang sedang dibahas oleh DPR RI, karena menduga ada rente dan pemufakatan jahat antara DPR RI dan Industri Rokok dalam proses pembahasannya;
 - b. Melakukan diskusi publik terkait dengan pandangan bahwa ada rente dan pemufakatan jahat antara DPR RI dan Industri Rokok dalam proses pembahasan Rancangan Undang-Undang tentang Pertembakauan;
 - c. Melakukan upaya advokasi pelarangan iklan rokok pada pembahasan Rancangan Undang-Undang tentang Penyiaran melalui penyelenggaraan konferensi pers maupun audiensi dengan DPR RI.
6. Bahwa **Pemohon I** sebagai organisasi non pemerintah telah terbukti secara konkrit telah terlibat dan melakukan upaya perlindungan masyarakat dari bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kesakitan bahkan kematian dengan berbagai dimensi dan bentuk kegiatannya;
7. Bahwa **Pemohon I** sebagai organisasi non pemerintah yang melakukan upaya pembelaan dan advokasi kepentingan umum mempunyai kepentingan konstitusional bahkan kerugian konstitusional terhadap keberadaan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "*promosi rokok yang memperagakan wujud rokok*" UU Penyiaran dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" UU Pers;

8. Bahwa dengan demikian **Pemohon I** memiliki kewenangan konstitusional sebagaimana diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi.

A.2. LEGAL STANDING PEMOHON II

1. Bahwa **Pemohon II** adalah badan hukum publik yang didirikan menurut hukum Indonesia berdasarkan Akta Notaris Nomor 29 yang dikeluarkan oleh Heri Sabto Widodo, SH., tentang Anggaran Dasar Organisasi Nasyiatul Aisyiah tertanggal 12 September 2009 (**Bukti P-6**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, yang dalam hal ini diwakili oleh Dyah Puspitarini dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah, yang bertindak untuk dan atas nama Nasyiatul Aisyiyah;
2. Bahwa **Pemohon II** sebagai lembaga non pemerintah sudah secara nyata dan faktual dalam jangka waktu yang panjang menjalankan kegiatan-kegiatan untuk kepentingan umum, khususnya dibidang keperempuanan, keagamaan, kemasyarakatan dan Pendidikan;
3. Bahwa Pemohon II dalam upaya pemberdayaan, pembelan dan advokasi kepentingan umum, telah melakukan beberapa kegiatan, diantaranya:
 - a. Program pelayanan remaja sehat, yaitu program pelayanan kesehatan berbasis komunitas bagi remaja putra dan putri;
 - b. Pelatihan Paralegal Nasyiah, kegiatan ini ditujukan untuk memperluas akses bantuan hukum bagi perempuan dan anak korban kekerasan;
 - c. Pengembangan ekonomi masyarakat melalui kegiatan Peningkatan dan Pengembangan Badan Usaha Masyarakat, Training kewirausahaan yang bertujuan untuk menumbuhkan minat wirausaha dan peningkatan keterampilan kewirausahaan.
4. Bahwa **Pemohon II**, sebagai bentuk upaya pemberdayaan, pembelan dan advokasi kepentingan umum dalam kegiatan perlindungan masyarakat dari bahaya rokok, telah melakukan beberapa kegiatan dan upaya yang diantaranya:
 - a. Menyelenggarakan Simposium Perempuan pada *Pre-Conference Meeting 3rd Indonesia Conference on Tobacco or Health (ICTOH) 2016*, dengan tema pokok diskusi "Bahaya Rokok Terhadap Ketahanan Keluarga Serta Kesehatan Perempuan dan Anak";

- b. Menerbitkan Deklarasi Perempuan dan Guru sebagai hasil Simposium Perempuan pada *Pre-Conference Meeting 3rd Indonesia Conference on Tobacco or Health (ICTOH) 2016*, yang pada pokoknya mendeklarasikan bahwa:

Perwakilan Muhammadiyah, organisasi perempuan dan Guru berkomitmen untuk melindungi perempuan dan anak dari bahaya Paparan iklan, sponsor dan promosi rokok, dan oleh Karena itu :

- *Kami menolak iklan, sponsor dan promosi rokok di berbagai media, ruang publik, dan di sekolah;*
- *Kami mendesak pemerintah agar membuat kebijakan pelarangan total iklan, promosi dan sponsor rokok;*
- *Kami mendesak agar pemerintah membuat peraturan yang mengatur tentang perlindungan kesehatan anak dan perempuan;*
- *Kami mendesak agar masyarakat sipil untuk menjaga diri dan keluarga agar terhindar dari paparan bahaya rokok dan kampanye rokok yang tersebar di berbagai media.*

- c. Melakukan Audiensi dengan Gubernur D.I. Yogyakarta agar Gubernur mendorong kenaikan harga rokok dan Peraturan Daerah tentang larangan merokok di ruang public guna menurunkan jumlah perokok;
- d. Melakukan advokasi media dalam rangka Peringatan Hari Tanpa Tembakau Sedunia terkait dengan situasi kenaikan jumlah perokok perempuan;
- e. Melakukan diskusi pelarangan iklan rokok dalam Rancangan Undang-Undang tentang Penyiaran di Jakarta pada tanggal 1 Agustus 2017.
5. Bahwa **Pemohon II** sebagai organisasi non pemerintah telah terbukti terlibat dan melakukan upaya perlindungan masyarakat dari bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kesakitan bahkan kematian dengan berbagai dimensi dan bentuk kegiatannya;
6. Bahwa **Pemohon II** sebagai organisasi non pemerintah yang melakukan upaya pembelaan dan advokasi kepentingan umum mempunyai kepentingan konstitusional bahkan kerugian konstitusional terhadap keberadaan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "***bahan atau zat adiktif***" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "***promosi rokok yang memperagakan wujud rokok***" UU Penyiaran dan **Pasal 13 Huruf B**

sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" **UU Pers;**

7. Bahwa dengan demikain **Pemohon II** memiliki kewenangan konstitusional sebagaimana diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi.

A.3. LEGAL STANDING PEMOHON III

1. Bahwa **Pemohon III** adalah badan hukum publik yang didirikan menurut hukum Indonesia berdasarkan Akta Notaris Nomor 12 yang dikeluarkan oleh Mohamad Rifat Tadjoeidin, SH., tentang Anggaran Dasar Ikatan Pelajar Muhammadiyah tertanggal 08 Februari 2010 (**Bukti P-8**) yang beralamat di Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah, Jalan Menteng Raya No. 62, Menteng, Jakarta Pusat, yang dalam hal ini diwakili oleh Velandani Prakoso dalam kedudukannya sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah, yang bertindak untuk dan atas nama Ikatan Pelajar Muhammadiyah;
2. Bahwa **Pemohon III** sebagai badan hukum public yang memiliki basis pelajar, fokus menjalankan kegiatan untuk kepentingan umum, khususnya kegiatan-kegiatan yang mementingkan dan memperhatikan hak-hak pelajar, yang bertujuan agar pelajar bebas dari hal yang dapat membahayakan diri, keluarga dan lingkungan sekitarnya;
3. Bahwa dengan melihat fenomena tingginya konsumsi rokok dan bahaya dari penggunaan rokok yang terjadi di masyarakat terutama di kalangan pelajar, **Pemohon III** juga konsisten dalam usaha-usaha mencegah maupun advokasi terhadap bahaya rokok dan zat adiktif lainnya dikalangan pelajar, diantaranya menyelenggarakan kampanye pelajar bebas rokok baik secara langsung disekolah-sekolah maupun kampanye di media melalui press conference serta terlibat dalam advokasi penguatan kebijakan yang bertujuan untuk melindungi pelajar dari bahaya rokok;
4. Bahwa kegiatan yang dilakukan **Pemohon III** dalam melakukan upaya advokasi dan perlindungan pelajar dari bahaya rokok adalah mandat kerja organisasi yang didasarkan pada hasil Mukatamar IPM ke XX di Samarinda menghasilkan kebijakan menyelenggarakan pendidikan kader advokasi dan menyusun panduan mengenai pendampingan pelajar terutama yang berkaitan dengan kasus-kasus kekerasan yang menimpa pelajar dan juga yang berkaitan dengan pengembangan kapasitas advokasi pelajar, serta

yang berkaitan dengan kepentingan pelajar difabel, pelajar buruh, dan pelajar yang dilanggar hak-haknya, serta hasil rapat kerja nasional (RAKERNAS) IPM di UMJ, Ciputat Banten yang memberikan amanat salah satu program kerja IPM adalah kampanye anti rokok dan gugatan iklan rokok;

5. Bahwa **Pemohon III** sebagai badan hukum publik yang merupakan organisasi non pemerintah telah terbukti secara terus menerus terlibat dan melakukan upaya perlindungan masyarakat umum khususnya pelajar dari bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif dengan berbagai dimensi dan bentuk kegiatannya;
6. Bahwa **Pemohon III** sebagai organisasi non pemerintah yang melakukan upaya pembelaan dan advokasi kepentingan umum mempunyai kepentingan konstitusional bahkan kerugian konstitusional terhadap keberadaan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "*promosi rokok yang memperagakan wujud rokok*" **UU Penyiaran** dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" **UU Pers;**
7. Bahwa dengan demikain **Pemohon III** memiliki kewenangan konstitusional sebagaimana diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi.

A.4. LEGAL STANDING PEMOHON IV

1. Bahwa **Pemohon IV** adalah badan hukum publik yang didirikan menurut hukum Indonesia berdasarkan Akta Notaris Nomor 06 yang dikeluarkan oleh Tatyana Indrati Hasjim, SH., tentang Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia tertanggal 08 September 2009 (**Vide Bukti P-10**) yang beralamat di Jalan Hidup Baru Raya, No.2 Rt.04 Rw.10, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12140, yang dalam hal ini berdasarkan Surat Kuasa tertanggal 15 Agustus 2017 dari Ketua Badan Pengurus Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial (*Indonesiaan Institute For Social Development*) (**Vide Bukti P-11**), diwakili oleh Dr. Sudibyo Markus dalam kedudukannya sebagai Dewan Penasehat Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia, yang bertindak untuk dan atas nama Yayasan Lembaga Pemberdayaan Sosial Indonesia;

2. Bahwa **Pemohon IV** adalah badan hukum publik yang semenjak didirikan dan sampai saat ini fokus pada upaya advokasi dan pembelaan terhadap kepentingan umum melalui kegiatan penelitian, kajian dan advokasi di bidang sosial kemasyarakatan;
3. Bahwa **Pemohon IV** dalam waktu yang lama dan secara terus menerus telah memfokuskan satu isu kegiatannya advokasi pengendalian rokok produk olahan tembakau sebagai gerakan perlindungan bagi masyarakat rentan khususnya perempuan dan anak-anak terhadap bahaya rokok yang saat ini tingkat prevalensinya sudah sangat tinggi.
4. Bahwa **Pemohon IV** telah melakukan beberapa kegiatan terkait Pengendalian rokok sebagai produk olahan tembakau, yang diantaranya adalah :
 - a. Menginisiasi dan membuat buku Peta Jalan Pengendalian Tembakau di Indonesia bersama dengan jaringan pengendalian tembakau di Indonesia , yang hasilnya oleh Kementerian Kesehatan diadopsi dan menjadi salah satu bahan dasar mengeluarkan keputusan menteri khusus mengenai Roadmap Pengendalian Tembakau Kementerian Kesehatan;
 - b. Pengembangan Dokumen Akademik tentang akses FCTC dengan KOMNASHAM dan diajukan ke parlemen;
 - c. Membuat Polling ke masyarakat tentang dukungan masyarakat terhadap akses FCTC bekerjasama dengan Prof. Dr. HAMKA Universitas Muhammadiyah UHAMKA Jakarta, pada tahun 2013 dan berlangsung di 8 kota di Indonesia seperti Jakarta, Bogor, Yogyakarta, Surabaya, Bali. , Pontianak, Makassar, Palembang, untuk mencakup 1.444 responden, dimana 32,2% adalah perokok aktif, 12,1% mantan perokok dan 55,7% adalah perokok non-perokok;
 - d. Menerbitkan buku "Petani Tembakau di Indonesia; sebuah paradoks kehidupan";
 - e. Bekerjasama dengan Federasi Internasional LSM (IFNGO) dan Malaysian Association of NGO on Drug Control (PEMADAM) di Kuala Lumpur mengadakan KTT LSM Internasional Pertama tentang Penyalahgunaan Tembakau, Alkohol dan Narkoba pada 4-6 Februari 2014;
 - f. Sebagai bagian dari pendekatan kebijakan kesehatan di luar IISD, IISD memprakarsai keterlibatan kelompok Antaragama, Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) dan Kelompok Kerja Hak Asasi Manusia

- (HRWG, jaringan hak asasi manusia tingkat Asia), Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia APTISI) dalam inisiatif pengendalian tembakau;
- g. Komnas HAM, HRWG, IISD, Muhammadiyah beserta beberapa LSM lainnya membentuk Koalisi Nasional Masyarakat Sipil untuk Pengendalian Tembakau, yang menerapkan pendekatan Kebijakan dalam pengendalian tembakau dengan (a) mengirimkan kertas posisi kepada presiden Jokowi di masa transisi sehingga menjadi bahan bagi presiden Jokowi mengambil kebijakan terkait pengendalian tembakau (2). Pengembangan Kertas Akademik tentang akses FCTC disampaikan ke parlemen.
5. Bahwa **Pemohon IV** sebagai organisasi non pemerintah telah terbukti terlibat dan melakukan upaya perlindungan masyarakat dari bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kesakitan bahkan kematian dengan berbagai dimensi dan bentuk kegiatannya;
 6. Bahwa **Pemohon IV** sebagai organisasi non pemerintah yang melakukan upaya pembelaan dan advokasi kepentingan umum mempunyai kepentingan konstitusional bahkan kerugian konstitusional terhadap keberadaan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "*promosi rokok yang memperagakan wujud rokok*" **UU Penyiaran** dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" **UU Pers**;
 7. Bahwa dengan demikian **Pemohon IV** memiliki kewenangan konstitusional sebagaimana diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi.

B. TENTANG PARA PEMOHON

1. Bahwa Pemohon I, Pemohon II dan Pemohon III adalah organisasi Angkatan Muda Muhammadiyah yang turut serta dalam setiap program strategis dan sikap keroganisasian Muhammadiyah;
2. Bahwa Muhammadiyah sebagai organisasi keagamaan dan kemasyarakatan yang didirikan pada tanggal 12 November 1912, dan merupakan bagian dari bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia menyadari peran dan

tanggung jawabnya dalam membebaskan masyarakat dari kemiskinan, keterbelakangan dan penjajahan, sebagaimana ditegaskan dalam penjelasan UU Ormas No. 17 Tahun 2013;

3. Bahwa sebagai gerakan kemasyarakatan Islam, Muhammadiyah taat kepada semua landasan negara, konstitusi dan segenap peraturan perundang-undangan yang sah dan berlaku. Dan sebagai Organisasi yang terdaftar dalam Konsultatif Status pada Komite Ekonomi, Sosial dan Budaya (EKOSOB) PBB (United Nations ECOSOC Committee), Muhammadiyah mendukung sepenuhnya semua komitmen internasional Pemerintah Republik Indonesia sebagai bentuk kepatuhan negara hukum, termasuk dalam melindungi masyarakat dari ancaman bahaya zat adiktif;
4. Bahwa Komitmen Muhammadiyah dalam melindungi masyarakat dari ancaman bahaya zat adiktif tidak hanya dilakukan melalui program-program yang bersifat praksis, tetapi juga dilakukan melalui kebijakan politik internal organisasi yang salah satunya adalah dengan mengeluarkan Fatwa No. 6/SM/MTT/III/2010 tentang Hukum Merokok yang dikeluarkan oleh Majelis Tarjih PP Muhammadiyah, dengan amar fatwa:

1) Wajib hukumnya mengupayakan pemeliharaan dan peningkatan derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi terwujudnya suatu kondisi hidup sehat yang merupakan hak setiap orang dan merupakan bagian dari tujuan syariah (maqasid asy-syariah);

2) Merokok hukumnya adalah haram, karena:

- a. Merokok termasuk katagori perbuatan melakukan khabaa'its yang dilarang dalam Q7:157.*
- b. Perbuatan merokok mengandung unsur menjatuhkan diri ke dalam kebinasaan dan bahkan merupakan perbuatan bunuh diri secara perlahan sehingga oleh karenanya bertentangan dengan larangan Al Qur'an dalam Q2:195 dan \$:29.*
- c. Perbuatan merokok membahayakan diri sendiri dan orang lain yang terkena paparan asap rokok.*
- d. Rokok diakui sebagai zat adiktif dan mengandung unsur-unsur racun yang membahayakan.*
- e. Merokok jelas membahayakan kesehatan bagi perokok dan orang sekitar yang tyerkena paparan asap rokok, maka pembelanjaan*

uang untuk rokok berarti melakukan perbuatan mubazir yang dilarang dalam Q 17:26-27.

3) *Fatwa Haram merokok Muhammadiyah merekomendasikan:*

*"Kepada pemerintah diharapkan untuk meratifikasi Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) guna penguatan landasan bagi upaya pengendalian tembakau dalam rangka pembangunan kesehatan masyarakat yang optimal, dan mengambil kebijakan yang konsisten dalam upaya pengendalian tembakau dalam meningkatkan cukai tembakau hingga pada batas tertinggi yang diizinkan undang-undang, dan **melarang iklan rokok** yang dapat merangsang generasi muda tunas bangsa untuk mencoba merokok, serta membantu dan memfasilitasi upaya diversifikasi dan alih usaha dan tanaman bagi petani tembakau.*

5. Bahwa Fatwa No. 6/SM/MTT/III/2010 tentang Hukum Merokok yang dikeluarkan oleh Majelis Tarjih PP Muhammadiyah merupakan keputusan politik internal organisasi Muhammadiyah yang memastikan komitmen Muhammadiyah dalam melindungi masyarakat dari ancaman bahaya rokok sebagai produk adiktif yang salah satunya adalah melalui upaya mendorong pelarangan iklan dan promosi rokok;
6. Bahwa Pemohon I, Pemohon II dan Pemohon III sebagai organisasi Angkatan Muda Muhammadiyah juga turut melakukan upaya perlindungan generasi muda dari bahaya rokok salah satunya dengan melakukan upaya mendorong lahirnya kebijakan yang melarang iklan dan promosi produk tembakau;
7. Bahwa Pemohon I, Pemohon II, Pemohon III dan Pemohon IV (Para Pemohon) memiliki kualifikasi sebagai Badan Hukum Privat yang selama ini fokus bekerja dalam upaya memperjuangkan perlindungan, penghargaan dan pemenuhan terhadap kepentingan umum dan hak-hak asasi manusia termasuk didalamnya tapi tidak terbatas pada hak atas kesehatan, hak anak, hak perempuan dan hak atas ekonomi, sosial dan budaya;
8. Bahwa dalam melaksanakan fokus pekerjaannya, Para Pemohon mempunyai hak konstitusional yang diberikan UUD 1945 khususnya Pasal 28C Ayat (2) UUD 1945, yang menyatakan:

*"Setiap orang **berhak untuk memajukan dirinya dalam memperjuangkan haknya secara kolektif** untuk membangun masyarakat, bangsa dan negaranya".*

9. Bahwa berdasarkan uraian tentang *Legal Standing* Para Pemohon diatas menunjukkan bahwasanya Pemohon I, Pemohon II, Pemohon III dan Pemohon IV adalah organisasi-organisasi yang sangat peduli terhadap segala kebijakan yang menyangkut dengan hasil tembakau, termasuk rokok terkait dengan upaya memperjuangkan perlindungan, penghargaan dan pemenuhan hak-hak asasi manusia dan kepentingan umum.
10. Bahwa **Maruarar Siahaan**, dalam bukunya yang berjudul "**Hukum Acara Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia**" (Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, 2005, hal. 77-78), (**Bukti P-33**) menuliskan:

"dalam perkara nomor 002/PUU-1/2003 tentang pengujian Undang-Undang Migas, pemohon merupakan perkumpulan lembaga swadaya masyarakat yang dalam anggaran dasarnya dikatakan melakukan kegiatan perlindungan dan advokasi kepentingan umum. MK berpendapat bahwa terlepas dari terbukti tidaknya kedudukan hukum para pemohon sebagai badan hukum atau tidak, namun berdasarkan anggaran dasar masing-masing perkumpulan yang mengajukan permohonan pengujian UU aquo ternyata bahwa tujuan perkumpulan tersebut adalah untuk memperjuangkan kepentingan umum (public interest advocacy) yang di dalamnya tercakup substansi dalam permohonan aquo. Karenanya MK berpendapat, para pemohon (LSM) tersebut memiliki legal standing. Sesungguhnya pemberian legal standing terhadap public interest advocacy (LSM) seperti ini telah mengadopsi legal standing LSM lingkungan dalam UU Nomor 23 Tahun 1997, sepanjang telah dimuat anggaran dasar dan telah dilakukan kegiatan membela kepentingan lingkungan. Tampaknya dengan sikap MK dalam beberapa putusan tersebut, telah terjadi perluasan legal standing dan kerugian konstitusional yang dialami sebagai syarat memperoleh pengakuan legal standing demikian. Tetapi pemberian legal standing terhadap LSM yang bergerak di bidang public interest advocacy tersebut merupakan kemajuan yang cukup jauh terutama dalam pengujian undang-undang yang saat dengan perlindungan kepentingan umum dan HAM, standing pemohon harus diperkenankan secara luas"

11. Bahwa berdasarkan yurisprudensi Mahkamah Konstitusi, lembaga non pemerintah yang menjalankan kegiatan dan program serta misinya untuk kepentingan umum termasuk menjalankan advokasi kepentingan public (*public interest advocacy*) diakui mempunyai legal standing sebagai pemohon dalam permohonan Pengujian Materi Undang-Undang terhadap UUD 1945;

12. Bahwa dengan demikian Pemohon I, Pemohon II, Pemohon III dan Pemohon IV (Para Pemohon), memiliki kewenangan konstitusional sebagaimana yang diatur dalam Pasal 51 ayat (1) UU Mahkamah Konstitusi;
13. Bahwa berdasarkan hal tersebut di atas, maka Para Pemohon mempunyai kepentingan mengajukan Permohonan *a quo* karena hak konstitusional Para Pemohon dirugikan atas berlakunya **Pasal 46 Ayat (3) Huruf B** sepanjang frasa "***bahan atau zat adiktif***" dan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C** yang berbunyi "***promosi rokok yang memperagakan wujud rokok***" **UU Penyiaran** dan **Pasal 13 Huruf B** sepanjang frasa "***dan zat adiktif lainnya***" dan **Pasal 13 Huruf C** yang berbunyi "***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok***" **UU Pers** yang diajukan untuk di uji terhadap UUD 1945 dalam permohonan *a quo*.
14. Bahwa oleh karena Para Pemohon memiliki kedudukan hukum untuk mengajukan Permohonan *a quo*, maka secara formal Mahkamah Konstitusi wajib menerima dan menyidangkan Permohonan *a quo* yang diajukan oleh para Pemohon.

IV. ALASAN-ALASAN PERMOHONAN

A. Dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf B sepanjang mengenai frasa "bahan atau zat adiktif" dan UU Pers Pasal 13 huruf B sepanjang mengenai frasa "zat adiktif lainnya" haruslah di maknai termasuk Rokok

1. Bahwa Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum"

2. Bahwa Pasal 46 Ayat (3) huruf b UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

"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."***

3. Bahwa Pasal 13 Huruf b UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*
- b. **minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;***
- c. **peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok."***

- 4. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf b UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf b UU Pers diatas mengandung norma bahwa dilarang mempromosikan minuman keras, narkotika, psikotropika dan produk-produk yang mengandung zat adiktif melalui iklan baik di media penyiaran maupun di media cetak;
- 5. Bahwa dalam hukum di Indonesia, tembakau, produk yang mengandung tembakau baik dalam bentuk padat, cairan, dan gas diakui secara yuridis normative sebagai produk yang bersifat adiktif;
- 6. Bahwa kebenaran yuridis rokok sebagai produk olahan tembakau adalah produk yang bersifat adiktif juga pada dikuatkan oleh Mahkamah Konstitusi melalui Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 19/PUU-VIII/2010, pada bagian Pendapat Mahkamah dinyatakan:

*"..... Apabila Pasal 113 Undang-Undang a quo dipandang kurang tepat penempatannya di dalam UU 36/2009, dan seandainya pun kemudian ditempatkan dalam Undang-Undang lain, hal demikian tidak akan mengubah daya berlaku dari substansi Pasal 113 tersebut. Artinya, substansi tersebut tetap menjadi sah meskipun tidak dicantumkan dalam UU 36/2009. **Bahkan seandainya pun frasa "zat adiktif" dalam Pasal 113 Undang-Undang dihilangkan, hal demikian***

tidak akan mengubah fakta bahwa senyatanya tembakau memang mengandung zat adiktif."

7. Bahwa secara ilmiah sudah terbukti bahwa nikotin yang terkandung dalam rokok membuat sifat adiktif dari rokok tersebut, sebagaimana pernyataan Stanton A. Glantz yang menyebutkan "*Moreover, nicotine is addictive...*". Sebagaimana termuat dalam buku karya Stanton A. Glantz, Cs., "**The Cigarette Papers**", sub judul "**Addiction and Cigarettes as Nicotine Delivery Devices**", University of California Press, 1996, hal. 58
8. Bahwa zat adiktif yang terkandung dalam daun tembakau sebagai bahan dasar rokok, sifat adiktifnya lebih kuat dibanding banyak zat adiktif lain seperti alkohol dan ganja. Penelitian dari the Lancet menunjukkan bahwa nikotin sebetulnya lebih mencandu daripada heroin dan morfin. Menurut Penelitian di jurnal Lancet tembakau lebih merusak secara fisik dibanding ganja, LSD, khat dan ekstasi. Sementara dari segi kecanduan, tembakau lebih mencandu daripada alkohol, amfetamin, ganja, LSD, khat dan eskstasi.

Sebagaimana dikutip dari, D . Nutt, L . King, W . Saulsbury, C . Blakemore (2007). **Development of a rational scale to assess the harm of drugs of potential misuse**. The Lancet, 369, 1047 – 1053. (**Bukti P-34**)

9. Bahwa dengan demikian, kebenaran rokok sebagai produk olahan daun tembakau adalah produk yang bersifat dan/atau mengandung zat adiktif adalah kebenaran ilmiah sekaligus kebenaran yuridis-formil. Oleh karenanya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif merupakan kebenaran faktual yang sudah diketahui kebenarannya dan tidak perlu dibuktikan lagi (*notoire feiten*);
10. Bahwa Pasal 46 ayat (3) huruf B UU Penyiaran dan Pasal 13 huruf B UU Pers melarang sama sekali promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif. Sedangkan Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers masih membolehkan promosi rokok sepanjang tidak memperagakan wujud rokok. Padahal fakta kebenaran yuridis telah memastikan bahwa rokok adalah produk yang bersifat adiktif, sehingga berdasarkan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers, sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok;
11. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers yang masih memperkenankan promosi rokok asal tidak memperagakan wujud rokok adalah suatu ketidakadilan dan bertentangan dengan prinsip

kepastian hukum, karena rokok sebagai produk yang bersifat adiktif dalam Pasal 46 ayat (3) huruf B UU Penyiaran dan Pasal 13 huruf B UU Pers dilarang untuk di promosikan sedangkan dalam Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers yang masih memperkanankan promosi rokok asal tidak memperagakan wujud rokok.

12. Bahwa bentuk kepastian hukum yang tidak adil tersebut juga menyebabkan perlakuan yang tidak sama didepan hukum. Karena ada orang-orang yang memproduksi zat adiktif tertentu sama sekali dilarang mengiklankan dan mempromosikan produknya sesuai dengan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf B UU Penyiaran dan Pasal 13 huruf B UU Pers, sedangkan orang-orang yang memproduksi rokok yang juga zat adiktif masih diperbolehkan mengiklankan dan mempromosikan produknya asal tidak memperagakan wujud rokok sesuai dengan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers;
13. Dengan adanya ketidakadilan dan ketidakpastian hukum serta ketidaksamaan perlakuan dihadapan hukum dalam Pasal 46 ayat (3) huruf B UU Penyiaran dan Pasal 13 huruf B UU Pers dengan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 C UU Pers maka ketentuan dalam pasal-pasal *aquo* bertentangan dengan Pasal 28 D ayat (1) UUD 1945;
14. Bahwa untuk menjamin prinsip-prinsip keadilan, kepastian hukum, dan perlakuan yang sama di depan hukum maka ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf B sepanjang mengenai frasa "bahan atau zat adiktif" dan UU Pers Pasal 13 huruf B sepanjang mengenai frasa "zat adiktif lainnya" haruslah dimaknai termasuk Rokok sebagai produk olahan tembakau yang bersifat adiktif didalamnya.

B. Dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf C dan UU Pers Pasal 13 huruf C bertentangan dengan Pasal 28A dan Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945;

1. Bahwa Pasal 28 A UUD 1945 berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak untuk hidup serta berhak mempertahankan hidup dan kehidupannya"

2. Bahwa lebih Lanjut Pasal 28 I Ayat (1) UUD 1945 menyatakan bahwa:

"Hak untuk hidup, hak untuk tidak disiksa, hak kemerdekaan pikiran dan hati nurani, hak beragama, hak untuk tidak diperbudak, hak untuk diakui sebagai pribadi di hadapan hukum, dan hak untuk tidak dituntut atas dasar hukum yang berlaku surut adalah hak asasi manusia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun"

3. Bahwa berdasarkan ketentuan pada Pasal 28 A dan Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945, **hak untuk hidup termasuk hak untuk mempertahankan hidup adalah hak asasi manusia dan merupakan hak konstitusional setiap warga negara Indonesia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun;**
4. Bahwa dalam struktur UUD 1945, Pasal 28 A dan Pasal 28 I Ayat (1) adalah pasal yang masuk pada bagian BAB X tentang Hak Asasi Manusia , dengan demikian hak setiap orang untuk hidup dan mempertahankan hidupnya dan hak hidup merupakan hak asasi manusia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun adalah hak Asasi Manusia Warga Negara Republik Indonesia yang dijamin oleh konstitusi Negara Republik Indonesia;
5. Bahwa *United Nations Human Rights Committee* dalam CCPR General Comment No.6: Article 6, Right to Life (30 April 1982), menegaskan bahwa **hak untuk hidup (*the right to life*) adalah *supreme rights* yang pengurangan kewajiban (*derogation*) terhadapnya tidak diijinkan, dalam keadaan darurat sekalipun.**
6. Bahwa terkait dengan Hak Untuk Hidup yang diatur dalam Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945, Mahkamah Konstitusi telah membahasnya dalam Putusan Nomor 019-020/PUU-III/2005 tentang pengujian Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2004 tentang Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia di Luar Negeri, Mahkamah Konstitusi dengan suara bulat berpendapat bahwa hak untuk hidup adalah hak asasi manusia yang sangat penting, sebagaimana yang tertulis pada Halaman 106 putusan ini, sebagai berikut:

*"Mahkamah berpendapat bahwa hak asasi manusia mengakui hak-hak yang penting bagi kehidupan manusia. Dapat dikatakan bahwa diantara hak asasi yang lain, **hak untuk hidup, hak untuk mempertahankan hidup dan kehidupan merupakan hak yang sangat penting. Demikian pentingnya hak untuk hidup dimaksud, sehingga Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945 menegaskan hak untuk hidup sebagai salah satu hak yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun.**"*

7. Bahwa Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

*"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."*

8. Bahwa Pasal 13 Huruf C UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*
- b. minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*
- c. **peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok."***

9. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas menjadi dasar dan justifikasi normatif keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak, dan mengandung norma bahwa iklan rokok dapat dilakukan di media penyiaran dan media cetak sepanjang tidak menampilkan wujud rokok;

10. Bahwa dengan melihat redaksi Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas, promosi rokok yang dilarang adalah yang memperagakan wujud rokok, sehingga sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok. Padahal kebenaran rokok adalah produk yang bersifat adiktif merupakan kebenaran faktual yang bersifat *notoire feiten*, yaitu kebenaran yang tidak perlu dibuktikan lagi;

11. Bahwa Komisi Penyiaran Indonesia dalam ruang lingkup fungsinya telah menafsirkan bahwa Siaran iklan niaga adalah Siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan; (**Vide Bukti P-19**)
12. Bahwa secara yuridis, rokok sebagai produk hasil olahan tembakau yang bersifat adiktif adalah produk yang dapat mengganggu dan membahayakan kesehatan perseorangan, keluarga, masyarakat, dan lingkungan dimana penggunaannya dapat menyebabkan kesakitan dan kematian; (**Bukti P-35**)
13. Bahwa dengan demikian secara yuridis formil diakui dan/atau disimpulkan bahwa iklan dan promosi rokok adalah bagian dari iklan niaga yang bertujuan untuk memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan rokok kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan dalam hal ini adalah rokok;
14. Bahwa diseluruh dunia, tembakau adalah salah satu penyebab yang paling penting untuk kecacatan, penderitaan dan kematian premature. Dibanyak negara tembakau bahkan menjadi penyebab paling penting. lebih dari 4000 bahan kimia telah diidentifikasi dalam asap tembakau, banyak diantaranya beracun, beberapa bersifat radioaktif. Lebih dari 40 diketahui menyebabkan kanker. Sebagaimana dikutip dari buku terjemahan dalam bahasa Indonesia, "**Tembakau: Ancaman Global**" yang ditulis oleh Jhon Crofton dan David Simpson yang diterbitkan oleh Elex Media Cumputindo , Jakarta 2009, Hal. 9 - 10; (**Vide Bukti P-28**)
15. Bahwa dampak merokok terhadap kesehatan telah dibuktikan dan sangat banyak didokumentasikan. Lebih dari 70.000 artikel ilmiah menunjukkan bahwa merokok menyebabkan kanker, mulai dari kanker mulut sampai kanker kandung kemih, penyakit jantung dan pembuluh darah, penyakit pembuluh darah otak, bronkritis kronik, emfisema, asma, pneumonia, dan penyakit saluran nafas lainnya. Konsumsi produk tembakau saat ini merupakan penyebab kematian yang berkembang paling cepat di dunia bersamaan dengan HIV/AIDS. Sebagaimana dikutip dari buku "**Profil Tembakau Indonesia**", yang diterbitkan oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) – IAKMI, 2007, Hal. 16; (**Vide Bukti P-29**)
16. Bahwa Fakta rokok berbahaya bagi kesehatan ini juga diakui oleh industri rokok sendiri, David O'Reilly, scientific director, British American Tobacco pada tahun

2014 menyatakan, "Selama hidupnya, setengah dari perokok saat ini bisa meninggal secara prematur karena kebiasaan merokok". Dr. Pankaj Chaturvedi, ahli kanker di Mumbai's Tata Memorial Hospital menyatakan bahwa 80-90% kanker leher, kepala dan kerongkongan terkait dengan konsumsi tembakau. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 15; (**Vide Bukti P-30**)

17. Bahwa rokok sebagai produk olahan tembakau juga berkontribusi terhadap banyak kematian di dunia. Merokok merupakan penyebab dari 90% kanker paru pada laki-laki dan 70% pada perempuan dengan angka kematian lebih dari 85%. Merokok mengurangi separuh usia hidup penggunanya, dan setengah dari kematian tersebut terjadi diantara usia 30 hingga 69 Tahun. Merokok memiliki kontribusi terhadap 12% kematian dewasa di dunia. Sebagaimana dikutip dari buku "**Profil Tembakau Indonesia**", yang diterbitkan oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) – IAKMI, 2007, Hal. 16 - 17; (**Vide Bukti P-29**)
18. Bahwa efek negatif konsumsi Tembakau terhadap kesehatan telah menimbulkan banyak sekali korban jiwa. WHO menyebutkan bahwa di tingkat global konsumsi tembakau sudah menyebabkan 100 juta kematian di abad 20. Jumlah ini setara dengan korban Perang Dunia (PD) I dan II jika dikombinasikan. Angka kematian ini bisa meningkat menjadi 1 miliar kematian di abad 21 jika pola konsumsi tembakau yang ada sekarang terus berlanjut. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 13; (**Vide Bukti P-30**)
19. Bahwa di Indonesia, kematian prematur akibat konsumsi rokok biasanya terjadi rata-rata 15 tahun sebelum umur harapan hidup tercapai. Tahun 2013 diperkirakan dari 1.741.727 kematian karena semua sebab, 240.618 kematian disebabkan penyakit terkait tembakau. Rinciannya adalah 127.727 laki-laki dan 112.889 perempuan. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Fakta Tembakau 2014**", Hal. 13 dan Hal. 37; (**Vide Bukti P-31**)
20. Bahwa uraian diatas membuktikan dalam fakta empiris dan kebenaran ilmiah serta kebenaran secara yuridis-formil, rokok terbukti dan diakui sebagai produk olahan tembakau yang bersifat adiktif berbahaya bagi kesehatan dan penggunaanya dapat menyebabkan kesakitan dan kematian.
21. Bahwa oleh karenanya, keberadaan iklan rokok yang bertujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang penggunaannya dalam jangka panjang dapat menimbulkan kesakitan dan kematian, merupakan ancaman bagi hak hidup setiap orang;

22. Bahwa berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan iklan dan promosi rokok yang memang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk rokok dimana dapat menimbulkan kesakitan dan kematian, merupakan suatu bentuk pengingkaran dan ancaman terhadap hak untuk hidup. Dan oleh karenanya **iklan dan promosi rokok sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 A dan Pasal 28 I ayat (1);**

C. Dalil-dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf C dan UU Pers Pasal 13 huruf C bertentangan dengan Pasal 28B Ayat (2) UUD 1945;

1. Bahwa Pasal 28 B ayat 2 UUD 1945 berbunyi sebagai berikut:

"Setiap anak berhak untuk dapat hidup, tumbuh dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminatif"

2. Bahwa Pasal 28 B ayat 2 UUD 1945 memberikan jaminan konstitusional kepada setiap anak untuk dapat hidup, tumbuh dan berkembang serta mendapatkan perlindungan dari tindak kekerasan dan diskriminatif;

3. Bahwa **sebagian norma hak yang diatur pada Pasal 28 ayat 2 UUD 1945 ini, sama dengan norma hak yang diatur pada Pasal 28 A dan Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945, yaitu hak anak untuk dapat hidup**, sehingga anak mempunyai hak hidup yang sama dengan manusia lainnya (orang dewasa). **Sedangkan hak anak untuk tumbuh dan berkembang adalah jaminan terhadap hak anak atas keberlangsungan kehidupannya.**

4. Bahwa dengan demikian, hak anak untuk dapat hidup, tumbuh dan berkembang juga termasuk hak konstitusional anak **Indonesia yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun;**

5. Bahwa Konvensi PBB tentang Hak Anak (*Covention on the Rights of the Child*) yang telah di ratifikasi oleh Republik Indonesia pada Tahun 1990 melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1990, juga memberikan jaminan terhadap hak Hidup sebagaimana yang diatur dalam Pasal 6 Konvensi Hak Anak yang berbunyi:

- 1) *Negara-negara Peserta mengakui bahwa setiap anak memiliki hak yang merupakan kodrat hidup.*
 - 2) ***Negara-negara Peserta semaksimal mungkin akan menjamin kelangsungan hidup dan pengembangan anak.***
6. Bahwa Pasal 6 Konvensi Hak Anak ini memberikan ketentuan yang mewajibkan kepada **setiap Negara peserta untuk menjamin hak hidup (*rights to life*), kelangsungan hidup dan perkembangan anak (*the survival and development of to child*);**
7. Bahwa Muhammad Joni pada bukunya yang berjudul "Dalam Perspektif Konvensi Hak Anak" (1999) menerangkan bahwa **Hak terhadap kelangsungan hidup yaitu hak-hak anak dalam Konvensi Hak anak yang meliputi hak-hak untuk melestarikan dan mempertahankan hidup (*The rights of life*) dan hak untuk memperoleh standard kesehatan tertinggi dan perawatan yang sebaik-baiknya (*the rights to the highest standard of health and medical care attainable*);**
8. Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

"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."*

9. Bahwa Pasal 13 Huruf C UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. *yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*

- b. *minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*
- c. ***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok.***

10. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas menjadi dasar dan justifikasi normatif keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak, dan mengandung norma bahwa iklan rokok dapat dilakukan di media penyiaran dan media cetak sepanjang tidak menampilkan wujud rokok;
11. Bahwa dengan melihat redaksi Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas, promosi rokok yang dilarang adalah yang memperagakan wujud rokok, sehingga sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok. Padahal kebenaran rokok adalah produk yang bersifat adiktif merupakan kebenaran faktual yang bersifat *notoire feiten*, yaitu kebenaran yang tidak perlu dibuktikan lagi;
12. Bahwa iklan rokok adalah segala bentuk komunikasi, rekomendasi atau aksi komersial dengan tujuan, dampak atau dampak potensial untuk mempromosikan produk tembakau baik secara langsung maupun tidak langsung. [*WHO, Framework Convention on Tobacco Control. Geneva: 2003. Dikutip dan diunduh dari http://www.who.int/fctc/text_download/en/]; (**Vide Bukti P-18**)*
13. Bahwa Komisi Penyiaran Indonesia dalam ruang lingkup fungsinya telah menafsirkan bahwa Siaran iklan niaga adalah Siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan; (**Vide Bukti P-19**)
14. Bahwa berdasarkan ketentuan diatas, secara yuridis formil diakui bahwa iklan dan promosi rokok adalah bagian dari iklan niaga yang bertujuan untuk memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan rokok kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan dalam hal ini adalah rokok;
15. Bahwa berdasarkan laporan WHO 2008, merokok merupakan penyebab kematian yang utama terhadap 7 dari 8 penyebab kematian terbesar di dunia. Sebagaimana dikutip dari buku "*Report on The Global Tobacco Epidemic*, "M-

Power Package', yang diterbitkan oleh World Health Organization (WHO), 2008, Hal.15; (**Vide Bukti P-20**)

16. Bahwa dengan demikian, iklan rokok adalah iklan yang bertujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang penggunaannya menimbulkan kesakitan dan kematian;
17. Bahwa oleh karenanya, pada mata rantai bisnis rokok sebagai produk olahan tembakau yang bersifat adiktif, iklan dan promosi produk rokok menjadi strategi utama dalam pemasaran rokok. Karena secara logika, rokok sebagai produk adiktif yang mengandung ribuan zat kimia yang berbahaya dimana penggunaannya dapat menyebabkan kesakitan serta berpotensi membunuh penggunanya membutuhkan strategi marketing yang dapat menyamarkan dampak bahaya produk rokok tersebut, sehingga dapat diterima oleh konsumen sebagai produk yang normal dan biasa-biasa saja;
18. Bahwa pada iklan rokok, industri rokok untuk menyamarkan bahaya penggunaan produk rokok dengan menampilkan rokok sebagai produk yang dikesankan keren, gaul, percaya diri, setia kawan, macho, dan lain sebagainya, sehingga dapat diterima oleh konsumen sebagai produk yang normal;
19. Bahwa Ridhwan Hasan, Pakar komunikasi yang pernah menjadi direktur kreatif sebuah biro iklan di Jakarta, menyatakan:

"Dengan dukungan dana yang hampir tidak terbatas, industry rokok memang jago bermain di wilayah "Insight" yang dalam istilah periklanan adalah sebuah area yang dengan tepat menyentuh sisi psikologi konsumen. Begitu menonton iklan konsumen akan langsung merasa berasosiasi dengan subyek dan topik dalam tayangan iklan. Si konsumen akan berkata dalam hati: itu gue banget."

Sebagaimana dikutip dari buku "**Kemunafikan dan Mitos: Dibalik Kedigdayaan Industri Rokok**", Mardhiyah Chamim, 2007, yang diterbitkan oleh Komisi Nasional Perlindungan Anak; (**Vide Bukti P-21**)

20. Bahwa di Indonesia, industry rokok memiliki kebebasan yang luar biasa di hampir semua jalur komunikasi untuk mengiklankan dan mempromosikan produknya. Seperti yang disampaikan . PT. HM. Sampoerna dalam laporan tahunan perusahaan pada tahun 1995:

"Industri Tembakau di Indonesia memiliki kebebasan yang hampir mutlak untuk mengiklankan produk mereka dalam bentuk apapun dan melalui hampir semua jalur komunikasi".

21. Bahwa menurut **Dr. Widyastuti Soerojo**, siaran iklan dan promosi rokok memang diarahkan untuk menjangkau orang-orang muda yaitu anak-anak dan remaja bukan orang tua atau kakek-kakek. Sebagaimana dikutip dari tulisan Widyastuti Soerojo pada Majalah GATRA Edisi 4 Juni 2008 dengan judul "*Pemerintah Tutup Mata Pada Anak Korban Rokok*", Hal. 105; (**Vide Bukti P-22**)
22. Bahwa berbagai hasil riset juga menunjukkan kaitan langsung antara iklan, promosi dan sponsor rokok dan perilaku awal merokok dikalangan anak dan remaja, seperti:
 1. Alexander et al, yang melakukan penelitian di Australia pada Tahun 1983 menemukan bahwa sebagian besar remaja usia 10-12 Tahun yang menyukai iklan rokok akan menjadi perokok satu tahun kemudian;
 2. Biener dan Siegel melakukan riset di Amerika pada Tahun 2000 menemukan bahwa remaja berusia 12-15 Tahun yang menyebutkan iklan rokok sebagai salah satu iklan favoritnya hampir pasti menjadi perokok empat tahun berikutnya;
 3. Di Spanyol, penelitian yang dilakukan oleh Lopez et al pada Tahun 2004 juga menemukan indikasi serupa bahwa remaja yang menyukai kegiatan-kegiatan promosi rokok biasanya akan memulai merokok dalam dua tahun berikutnya;
 4. Departemen Kesehatan Amerika Serikat merilis hasil pemantauannya atas bahaya merokok pada Tahun 1989 dan menemukan bahwa iklan rokok memang mendorong anak dan remaja mencoba-coba merokok. Dan sebagian besar dari mereka kemudian menjadi perokok tetap. Iklan juga berpengaruh signifikan pada para perokok: membuat mereka meningkatkan konsumsi rokoknya dan mengurangi motivasinya untuk berhenti. Bahkan iklan juga bias menggoda para mantan perokok untuk kembali merokok;
 5. Riset resmi pemerintah Amerika juga menemukan bahwa membebaskan/membiarkan iklan rokok di semua media membuat masyarakat menerima kebiasaan merokok sebagai hal yang baik dan biasa.

Sebagaimana dikutip dari buku "**Pertarungan Untuk Masa Depan: Komisi Nasional Perlindungan Anak melawan Iklan, Promosi dan Sponsor**

Industri Rokok", Komisi Nasional Perlindungan Anak , 2009, Hal. 7-8 (**Vide Bukti P-23**)

23. Bahwa industri rokok dalam beberapa penelitiannya juga mengakui tentang pentingnya remaja dalam bisnis mereka, seperti beberapa penelitian industri rokok yang menyatakan:

***"Remaja hari ini adalah calon pelanggan tetap hari esok** karena mayoritas perokok memulai merokok ketika remaja.." (Laporan Peneliti Myron E. Johnson ke Wakil Presiden Riset dan Pengembangan Phillip Morris)*

***"Perokok remaja** telah menjadi **faktor penting** dalam perkembangan setiap industri rokok dalam 50 tahun terakhir. Perokok remaja adalah satu-satunya sumber perokok pengganti. **Jika para remaja tidak merokok maka industri akan bangkrut** sebagaimana sebuah masyarakat yang tidak melahirkan generasi penerus akan punah.." (Perokok Remaja: Strategi dan Peluang," R.J Reynolds Tobacco Company Memo Internal, 29 Februari 1984)*

Sebagaimana dikutip dari buku **"Iklan, Promosi dan Sponsor Rokok: Strategi Menggiring Anak Merokok"**, Komisi Nasional Perlindungan Anak, 2007, Hal. 27. (**Vide Bukti P-24**)

24. Bahwa uraian diatas, membuktikan dalam kebenaran ilmiah serta kebenaran secara yuridis-formil, iklan dan promosi rokok terbukti sebagai strategi marketing industri rokok untuk mempengaruhi anak muda dan/atau remaja agar menggunakan produk rokok dengan menyamakan dampak penggunaan rokok dalam materi iklannya melalui materi iklan yang dapat diterima oleh anak muda dan/atau remaja;
25. Bahwa dengan demikian iklan dan promosi rokok adalah strategi marketing industri rokok untuk menjual kesakitan dan kematian yang menyasar anak muda dan remaja;
26. Bahwa dalam studi ilmiah diketahui bahwa larangan komprehensif iklan, promosi dan sponsor rokok efektif dalam menurunkan konsumsi rokok. Dalam upaya penurunan konsumsi rokok, larangan komprehensif iklan rokok memiliki dampak yang lebih besar di negara-negara berkembang dibanding negara maju.

27. Bahwa sebuah studi dari 22 negara maju menemukan larangan komprehensif mengurangi konsumsi tembakau sebesar 6.3% sedangkan Studi dari 30 negara berkembang menemukan larangan komprehensif mengurangi konsumsi sebesar 23.5%
28. Bahwa berdasarkan catatan Badan Kesehatan Dunia (*World Health Organization*), terdapat 144 negara di Dunia yang melakukan pelarangan iklan rokok dimedia siaran (WHO, 2013). Dan pada lingkup negara-negara anggota ASEAN, kecuali Indonesia, negara-negara anggota ASEAN lainnya sudah memberlakukan aturan pelarangan iklan rokok sebagai bentuk perlindungan rakyatnya dari bahaya rokok.
29. Bahwa dengan demikian secara Global negara-negara didunia memahami bahwa iklan rokok adalah sebuah masalah dan acaman bagi kondisi kesehatan rakyat, sehingga melakukan kebijakan pelarangan iklan dan promosi rokok di negaranya.
30. Bahwa **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 bias memperpendek usia produktif dan usia harapan hidup, bertentangan dengan kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang** sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 28 B ayat (2) UUD 1945;
31. Bahwa berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan iklan dan promosi rokok yang memang bertujuan untuk mempengaruhi anak-anak dan remaja agar menggunakan produk rokok, padahal rokok itu adalah produk adiktif, dimana penggunaannya berbahaya bagi kesehatan bahkan bias memperpendek usia produktif dan harapan hidup anak. Hal ini adalah ancaman terhadap hak anak untuk hidup, tumbuh dan berkembang. Dan oleh **karenanya iklan dan promosi rokok sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 B ayat (2);**
- D. **Dalil-dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf C dan UU Pers Pasal 13 huruf C bertentangan dengan Pasal 28H Ayat (1), khususnya Hak setiap orang untuk hidup sejahtera lahir dan batin, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat;**

1. Bahwa Pasal 28 H ayat (1) UUD 1945 berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan"

2. Bahwa norma hak yang diatur pada Pasal 28 H ayat (1) UUD 1945 ini diantaranya adalah **hak untuk hidup sejahtera lahir dan bathin serta hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat;**
3. Bahwa dalam keadaan konkrit, hak untuk hidup sejahtera lahir dan bathin serta hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat sebagaimana yang dijamin oleh Pasal 28 H ayat (1) UUD 1945, secara yuridis konstitusional haruslah juga dipahami dalam konteks hak-hak yang dapat mendukung dan/atau membantu untuk setiap orang dapat mewujudkan kehidupan yang sejahtera lahir dan bathin serta mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. **Sehingga setiap hal yang dapat membuat setiap orang terhambat untuk mewujudkan kehidupan yang sejahtera lahir dan bathin serta terhambat untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat dapat disebut mengancam dan/atau bertentangan dengan Pasal 28 H ayat (1) UUD 1945;**
4. Bahwa Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

*"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."*

1. Bahwa Pasal 13 Huruf C UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. *yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*
- b. *minuman keras, narkoba, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*
- c. ***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok.***

1. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas menjadi dasar dan justifikasi normatif keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak, dan mengandung norma bahwa iklan rokok dapat dilakukan di media penyiaran dan media cetak sepanjang tidak menampilkan wujud rokok;
2. Bahwa sebagaimana yang telah diuraikan diatas, rokok terbukti dan diakui sebagai produk yang penggunaannya berbahaya bagi kesehatan dan penggunaannya dapat menyebabkan kesakitan dan kematian yang telah terbuktikan baik dalam fakta empiris dan juga kebenaran ilmiah diantaranya dengan dalil sebagai berikut:
 - a. Bahwa diseluruh dunia, tembakau adalah salah satu penyebab yang paling penting untuk kecacatan, penderitaan dan kematian premature. Dibanyak negara tembakau bahkan menjadi penyebab paling penting. lebih dari 4000 bahan kimia telah diidentifikasi dalam asap tembakau, banyak diantaranya beracun, beberapa bersifat radioaktif. Lebih dari 40 diketahui menyebabkan kanker. Sebagaimana dikutip dari buku terjemahan dalam bahasa Indonesia, **"Tembakau: Ancaman Global"** yang ditulis oleh Jhon Crofton dan David Simpson yang diterbitkan oleh Elex Media Computindo , Jakarta 2009, Hal. 9 - 10; **(Vide Bukti P-28)**
 - b. Bahwa dampak merokok terhadap kesehatan telah dibuktikan dan sangat banyak didokumentasikan. Lebih dari 70.000 artikel ilmiah menunjukkan bahwa merokok menyebabkan kanker, mulai dari kanker mulut sampai kanker kandung kemih, penyakit jantung dan pembuluh darah, penyakit pembuluh darah otak, bronkritis kronik, emfisema, asma, pneumonia, dan penyakit saluran nafas lainnya. Konsumsi produk tembakau saat ini merupakan penyebab kematian yang berkembang paling cepat di dunia bersamaan dengan HIV/AIDS. Sebagaimana dikutip dari buku **"Profil Tembakau Indonesia"**, yang diterbitkan oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) – IAKMI, 2007, Hal. 16; **(Vide Bukti P-29)**
 - c. Bahwa Fakta rokok berbahaya bagi kesehatan ini juga diakui oleh industri rokok sendiri, David O'Reilly, scientific director, British American Tobacco

pada tahun 2014 menyatakan, "Selama hidupnya, setengah dari perokok saat ini bisa meninggal secara prematur karena kebiasaan merokok". Dr. Pankaj Chaturvedi, ahli kanker di Mumbai's Tata Memorial Hospital menyatakan bahwa 80-90% kanker leher, kepala dan kerongkongan terkait dengan konsumsi tembakau. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 15; (**Vide Bukti P-30**)

- d. Bahwa rokok sebagai produk olahan tembakau juga berkontribusi terhadap banyak kematian di dunia. Merokok merupakan penyebab dari 90% kanker paru pada laki-laki dan 70% pada perempuan dengan angka kematian lebih dari 85%. Merokok mengurangi separuh usia hidup penggunanya, dan setengah dari kematian tersebut terjadi diantara usia 30 hingga 69 Tahun. Merokok memiliki kontribusi terhadap 12% kematian dewasa di dunia. Sebagaimana dikutip dari buku "**Profil Tembakau Indonesia**", yang diterbitkan oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) – IAKMI, 2007, Hal. 16 - 17; (**Vide Bukti P-29**)
 - e. Bahwa efek negatif konsumsi Tembakau terhadap kesehatan telah menimbulkan banyak sekali korban jiwa. WHO menyebutkan bahwa di tingkat global konsumsi tembakau sudah menyebabkan 100 juta kematian di abad 20. Jumlah ini setara dengan korban Perang Dunia (PD) I dan II jika dikombinasikan. Angka kematian ini bisa meningkat menjadi 1 miliar kematian di abad 21 jika pola konsumsi tembakau yang ada sekarang terus berlanjut. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Tobacco Atlas 2015**", Hal. 13; (**Vide Bukti P-30**)
3. Bahwa oleh karenanya, keberadaan iklan rokok yang bertujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang penggunaannya dalam jangka panjang dapat menimbulkan kesakitan dan kematian, merupakan ancaman bagi hak atas kesehatan;
 4. Bahwa karena rokok adalah produk yang bersifat adiktif yang menimbulkan ketagihan dan ketergantungan, maka penggunaan rokok selain berdampak terhadap kesehatan juga berdampak terhadap permasalahan social dan ekonomi masyarakat dan permasalahan kesejahteraan masyarakat;
 5. Bahwa pada rentang 10 Tahun (2001 – 2011) prevalensi perokok dewasa perempuan (>19 Tahun) di Indonesia meningkat tajam 346% yaitu dari 1,3% pada Tahun 2001 meningkat menjadi 4,5% pada Tahun 2011. Sementara itu prevalensi perokok dewasa laki-laki di Indonesia pada Tahun 2011 merupakan yang tertinggi di dunia yaitu sebesar 67,4 %; Sebagaimana dikutip dari Buku

"**Atlas Tembakau Indonesia Edisi 2013**" yang ditulis oleh Tobacco Control Support Center (TCSC), Hal. 7; (**Vide Bukti P-27**)

6. Sementara itu, peningkatan tajam juga terjadi pada prevalensi perokok remaja usia 14 – 19 Tahun. Pada rentang waktu dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2010 prevalensi perokok remaja meningkat 59% yaitu dari 12,7% pada tahun 2001 menjadi 20,3% pada Tahun 2010. Peningkatan paling tajam pada prevalensi perokok remaja ini terjadi pada perokok remaja perempuan yang meningkat hampir 5 kali lipat atau sebesar 450%, yaitu dari 0,2% pada Tahun 2001 menjadi 0,9% pada Tahun 2010. Sementara itu, pada data prevalensi perokok remaja laki-laki juga terjadi peningkatan yaitu sebesar 24,2% pada Tahun 2001 meningkat menjadi 38,4% pada Tahun 2010;
7. Bahwa berdasarkan fakta data yang ada, terlihat jelas bahwa prevalensi perokok pada semua tingkatan usia semakin tahun semakin meningkat. Dan ini dapat menunjukkan korelasi bahwa meningkatnya jumlah perokok akan sama dengan meningkatnya penjualan produk rokok yang berarti juga sama dengan meningkatnya pengeluaran keuangan perokok untuk membeli rokok;
8. Bahwa sebesar 12% dari pendapatan rumah tangga termiskin yang ada perokoknya (RT termiskin merokok) dihabiskan untuk membeli rokok. Proporsi belanja bulanan untuk rokok pada keluarga miskin adalah kedua terbesar setelah beras. Hal ini konsisten terjadi untuk periode 2003 – 2010. Di Tahun 2010, pengeluaran total rumah tangga termiskin merokok sebesar Rp. 864.000,-, sementara untuk membeli rokok sebesar Rp.102.000,- (12%). Pengeluaran untuk membeli rokok berada di urutan ke dua dibandingkn dengan pengeluaran lainnya di rumah tangga miskin merokok. Dia mengalahkan 23 Jenis pengeluaran lainnya seperti Pendidikan, pemenuhan gizi dan kesehatan. Jika dibandingkan dengan rumah tangga terkaya, presentase pengeluaran rumah tangga termiskin untuk membeli rokok jauh lebih besar yaitu 12%, sementara di Rumah tangga terkaya hanyalah 7%. Hal ini mengindikasikan bahwa rumah tangga termiskin lebih terjerat konsumsi rokok dari pada rumah tangga kaya. Sebagaimana dikutip dari Buku "**Peta Jalan Pengendalian Produk Tembakau**" yang ditulis oleh Aliansi Pengendalian Tembakau Indonesia, Hal. 29; (**Bukti P-36**)
9. Bahwa data proporsi pengeluaran rumah tangga untuk tembakau pada Tahun 2007 menunjukkan semakin miskin rumah tangga perokok , maka semakin besar beban konsumsi rokoknya. Rumah Tangga perokok terkaya menghabiskan 7% pendapatannya untuk rokok sementara Rumah Tangga perokok termiskin menghabiskan 12% pendapatannya untuk rokok. Sebagaimana dikutip dari Buku

"Bunga Rampai Fakta Tembakau: Permasalahan di Indonesia Tahun 2009" yang ditulis oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) dan Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI), Tahun 2010, Hal. 83; (**Bukti P-37**)

10. Bahwa total biaya kesehatan yang dibelanjakan oleh rakyat Indonesia dalam setahun untuk penyakit yang dikaitkan dengan tembakau berjumlah Rp. 15,4 Triliun untuk pelayanan rawat inap dan Rp. 1,3 Triliun untuk perawatan rawat jalan;
11. Bahwa kerugian total penduduk Indonesia dalam setahun akibat konsumsi produk-produk tembakau mencapai 338,75 Triliun, artinya lebih dari enam kali pendapatan cukai rokok pemerintah yang hanya Rp. 53,9 Triliun; Sebagaimana dikutip dari Buku **"Bunga Rampai Fakta Tembakau: Permasalahan di Indonesia Tahun 2009"** yang ditulis oleh Tobacco Control Support Center (TCSC) dan Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI), Tahun 2010, Hal. 22; (**Vide Bukti P-37**)
12. Bahwa dengan melihat redaksi Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas, promosi rokok yang dilarang adalah yang memperagakan wujud rokok, sehingga sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok. Padahal kebenaran rokok adalah produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya membahayakan kesehatan dan berdampak buruk terhadap perekonomian dan sosial masyarakat, merupakan kebenaran faktual baik secara yuridis maupun secara keilmuan, sehingga iklan dan promosi rokok adalah hal yang dapat mengancam kesempatan setiap orang untuk dapat hidup sejahtera lahir dan bathin serta hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat;
13. Bahwa dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan iklan dan promosi rokok yang memang bertujuan untuk mempengaruhi orang agar menggunakan produk rokok dimana merokok dapat mengganggu kesehatan serta berdampak pada permasalahan sosial dan ekonomi masyarakat, maka dapat disimpulkan iklan dan promosi rokok ancaman dan dapat mengurangi hak untuk hidup sejahtera lahir dan bathin serta hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Dan oleh **karenanya iklan dan promosi rokok sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 H ayat (1)**;

d. Dalil-dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf C dan UU Pers Pasal 13 huruf C bertentangan dengan Pasal 28H Ayat (3) UUD 1945;

1. Bahwa Pasal 28 H ayat (3) UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut:

"Setiap orang berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat".

2. Bahwa Pasal Pasal 28 H ayat (3) UUD 1945, memberikan jaminan hak kepada setiap orang warga negara Indonesia untuk mendapatkan jaminan social sebagai bagian dari hak asasi dan hak konstitusional setiap warga negara;
3. Bahwa penyelenggaraan system jaminan social ini dilakukan pemerintah melalui Sistem jaminan jaminan social nasional yang salah satunya adalah system jaminan kesehatan nasional;
4. Bahwa Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

"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."*

5. Bahwa Pasal 13 Huruf C UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

- a. *yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;*
- b. *minuman keras, narkotika, psicotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*

c. peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok."

6. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas menjadi dasar dan justifikasi normatif keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak, dan mengandung norma bahwa iklan rokok dapat dilakukan di media penyiaran dan media cetak sepanjang tidak menampilkan wujud rokok;
7. Bahwa sebagaimana yang telah diuraikan diatas, dengan melihat redaksi Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas, promosi rokok yang dilarang adalah yang memperagakan wujud rokok, sehingga sifat adiktif rokok seakan-akan hilang karena promosinya tidak memperagakan wujud rokok. Padahal kebenaran rokok adalah produk yang bersifat adiktif yang penggunaannya membahayakan kesehatan dan berdampak buruk terhadap perokonomian dan sosial masyarakat, merupakan kebenaran faktual baik secara yuridis maupun secara keilmuan, sehingga iklan dan promosi rokok adalah hal yang dapat mengancam kesempatan setiap orang untuk dapat hidup sejahtera lahir dan bathin serta hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat;
8. Bahwa berdasarkan fakta data yang ada, terlihat jelas bahwa prevalensi perokok pada semua tingkatan usia semakin tahun semakin meningkat. Pada rentang 10 Tahun (2001 – 2011) prevalensi perokok dewasa perempuan (>19 Tahun) di Indonesia meningkat tajam 346% yaitu dari 1,3% pada Tahun 2001 meningkat menjadi 4,5% pada Tahun 2011. Sementara itu prevalensi perokok dewasa laki-laki di Indonesia pada Tahun 2011 merupakan yang tertinggi di dunia yaitu sebesar 67,4 %. Sedangkan pada rentang waktu dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2010 prevalensi perokok remaja meningkat 59% yaitu dari 12,7% pada tahun 2001 menjadi 20,3% pada Tahun 2010. Peningkatan paling tajam pada prevalensi perokok remaja ini terjadi pada perokok remaja perempuan yang meningkat hampir 5 kali lipat atau sebesar 450%, yaitu dari 0,2% pada Tahun 2001 menjadi 0,9% pada Tahun 2010;
9. Bahwa total biaya kesehatan yang dibelanjakan dalam setahun untuk penyakit yang dikaitkan dengan tembakau berjumlah Rp. 15,4 Triliun untuk pelayanan rawat inap dan Rp. 1,3 Triliun untuk perawatan rawat jalan. Dan kerugian dalam setahun akibat konsumsi produk-produk tembakau mencapai 338,75 Triliun, artinya lebih dari enam kali pendapatan cukai rokok pemerintah yang hanya Rp. 53,9 Triliun; Sebagaimana dikutip dari Buku "**Bunga Rampai Fakta Tembakau: Permasalahan di Indonesia Tahun 2009**" yang ditulis oleh

Tobacco Control Support Center (TCSC) dan Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI), Tahun 2010, Hal. 22; (**Vide Bukti P-37**)

10. Bahwa Ir Dodi Izwardi, MA, Direktur Gizi Masyarakat, Direktorat Kesehatan Masyarakat, Kementerian Kesehatan RI, menyatakan bahwa paparan rokok telah memicu banyak penyakit tidak menular (PTM). Anggaran Jaminan Kesehatan Nasional yang didapat dari masyarakat melalui BPJS Kesehatan bahkan terkuras 30 persennya hanya untuk membiayai penyakit yang disebabkan oleh rokok. Ini cukup besar untuk membayar penyakit yang diakibatkan oleh rokok.

Sebagaimana yang dikutip dari Berita dengan Judul "**30 Persen Anggaran BPJS Kesehatan untuk Penyakit Akibat Rokok**" yang diunduh dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/09/02/481/1479600/30-persen-anggaran-bpjs-kesehatan-untuk-penyakit-akibat-rokok>

11. Bahwa Menteri Kesehatan Republik Indonesia Periode 2012 - 2014 Nafsiah Mboi dalam satu berita menyatakan:

Jika perilaku merokok tidak dihentikan, maka Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) bisa bangkrut.

"Banyak dana yang harus dikeluarkan untuk pengobatan pasien yang terserang penyakit akibat merokok. Ini bisa membangkrutkan BPJS.

Dasar 2013, ditemukan fakta bahwa 18% anak remaja berusia 15-19 tahun sudah menjadi perokok.

"Kekhawatiran saya tidak akan terjadi kalau perokok menghentikan kebiasaan itu. Kan penyakit yang dipicu rokok sebenarnya bisa dicegah," katanya.

Menurut Mboi, saat ini Indonesia menjadi negara dengan jumlah perokok terbesar di dunia. "Kalau tidak dilakukan upaya pencegahan bukan tidak mungkin saat usia 30 sudah kena stroke, saat usia 40 tahun gigi rontok," katanya.

Sebagaimana yang dikutip dari Berita dengan Judul "**Menkes: Perokok Bisa Bikin Bangkrut BPJS**" yang diunduh dari <http://nasional.kontan.co.id/news/menkes-perokok-bisa-bikin-bangkrut-bpjs>

12. Bahwa berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa keberadaan iklan dan promosi rokok yang memang bertujuan untuk mempengaruhi orang agar menggunakan produk rokok dimana merokok dapat megancam system System Jaminan Sosial Nasional (SJSN) yang diselenggarakan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Padahal BPJS adalah instrumen yang

dibuat negara untuk memenuhi hak konstitusional warga negara sebagaimana yang diamanatkan oleh Pasal 28 H ayat (3) UUD 1945. Dan oleh **karenanya iklan dan promosi rokok sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 H ayat (3);**

e. **Dalil-dalil bahwa UU Penyiaran Pasal 46 ayat (3) huruf C dan UU Pers Pasal 13 huruf C bertentangan dengan Pasal 28 I Ayat (4) UUD 1945;**

1. Bahwa Pasal 28 I ayat (4) UUD 1945 berbunyi sebagai berikut:

(1) "Perlindungan, pemajuan, penegakan, dan pemenuhan hak asasi manusia adalah tanggung jawab negara, terutama pemerintah".

2. Bahwa Pasal 28 I ayat (4) UUD 1945 memberikan jaminan perlindungan, pemajuan, penegakkan dan pemenuhan penegakkan hak asasi manusia sebagai hak konstitusional rakyat dengan memberikan tanggungjawab kepada negara, terutama pemerintah dan pelaksanaan hak asasi manusia;

3. Bahwa penyelenggaraan negara adalah manifestasi keinginan untuk melindungi kemanusiaan dan hak asasi manusia. Negara memperoleh kekuasaan dari warga negara sebagai pemegang kedaulatan semata-mata untuk memenuhi dan melindungi hak asasi warga negara;

4. Bahwa Prof. DR. Jimly Asshiddiqie, SH., dalam bukunya yang berjudul "**Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia**" (2006) menyatakan bahwa

"... jaminan konstitusional terhadap hak-hak asasi manusia itu sangat penting dan bahkan dianggap merupakan salah satu ciri pokok dianutnya Negara Hukum di suatu Negara."

5. Bahwa salah hak dasar manusia yang dijamin oleh UUD 1945 (konstitusi Indonesia) adalah hak untuk hidup dan mempertahankan kehidupan yang merupakan hak yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun sebagaimana yang diatur dalam Pasal 28 A dan Pasal 28 I Ayat (1) UUD 1945;

6. Bahwa *United Nations Human Rights Committee* dalam **CCPR General Comment No.6: Article 6, Right to Life** (30 April 1982), menegaskan bahwa

hak untuk hidup (*the right to life*) adalah *supreme rights* yang pengurangan kewajiban (*derogation*) terhadapnya tidak diijinkan, dalam keadaan darurat sekalipun.

7. Bahwa terkait dengan Hak Untuk Hidup yang diatur dalam Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945, Mahkamah Konstitusi juga telah membahasnya dalam Putusan Nomor 019-020/PUU-III/2005 tentang pengujian Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2004 tentang Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia di Luar Negeri. Mahkamah Konstitusi dengan suara bulat berpendapat bahwa hak untuk hidup adalah hak asasi manusia yang sangat penting, sebagaimana yang tertulis pada Halaman 106 putusan ini, sebagai berikut:

*"Mahkamah berpendapat bahwa hak asasi manusia mengakui hak-hak yang penting bagi kehidupan manusia. Dapat dikatakan bahwa diantara hak asasi yang lain, **hak untuk hidup, hak untuk mempertahankan hidup dan kehidupan merupakan hak yang sangat penting. Demikian pentingnya hak untuk hidup dimaksud, sehingga Pasal 28 I ayat (1) UUD 1945 menegaskan hak untuk hidup sebagai salah satu hak yang tidak dapat dikurangi dalam keadaan apapun.**"*

8. Bahwa dengan demikian berdasarkan jaminan konstitusional yang diatur dalam Pasal 28 A *jo* Pasal 28 I Ayat (1) *jo* 28 I ayat (4) UUD 1945, upaya perlindungan, pemajuan, penegakan, dan pemenuhan hak hidup dan mempertahankan hidup adalah tanggung jawab negara, terutama pemerintah dan dalam upaya pemenuhannya, hak ini tidak boleh dikurangi dalam keadaan apapun;
9. Bahwa Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran (**Vide Bukti P-3**), berbunyi sebagai berikut:

*"Siaran **iklan niaga** dilarang melakukan:*

- f. 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;*
- g. promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;*
- h. **promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;***
- i. hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau*

j. *eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun."*

10. Bahwa Pasal 13 Huruf C UU Pers (**Vide Bukti P-4**), berbunyi sebagai berikut:

"Perusahaan iklan dilarang memuat iklan:

d. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;

e. minuman keras, narkotika, psicotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

f. peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok."

11. Bahwa ketentuan pada Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers diatas menjadi dasar dan justifikasi normatif keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak, dan mengandung norma bahwa iklan rokok dapat dilakukan di media penyiaran dan media cetak sepanjang tidak menampilkan wujud rokok;
12. Bahwa sebagaimana yang telah diuraikan diatas, lebih dari 70.000 artikel ilmiah menunjukkan bahwa merokok menyebabkan kanker, mulai dari kanker mulut sampai kanker kandung kemih, penyakit jantung dan pembuluh darah, penyakit pembuluh darah otak, bronkritis kronik, emfisema, asma, pneumonia, dan penyakit saluran nafas lainnya. Konsumsi produk tembakau saat ini merupakan penyebab kematian yang berkembang paling cepat di dunia bersamaan dengan HIV/AIDS dan merokok merupakan penyebab kematian yang utama terhadap 7 dari 8 penyebab kematian terbesar di dunia;
13. Bahwa berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, secara yuridis formil diakui bahwa iklan dan promosi rokok adalah bagian dari iklan niaga yang bertujuan untuk memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan rokok kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk rokok yang ditawarkan, padahal rokok adalah produk yang penggunaannya menimbulkan kesakitan dan kematian;
14. Bahwa Hak Asasi Manusia Adalah (HAM) adalah hak yang melekat pada manusia karena terlahir sebagai manusia. Hak-hak tersebut diperoleh bukan pemberian orang lain ataupun negara, tetapi karena kelahirannya sebagai manusia. Karena HAM merupakan hak yang diperoleh saat kelahirannya sebagai manusia, maka HAM meliputi hak-hak yang paling dasar atau yang paling asasi. Dan jika tidak

dihormati, dilindungi dan dipenuhi maka martabat (*dignity*) orang sebagai manusia berkurang;

15. Bahwa kesehatan merupakan dasar dari diakuinya derajat kemanusiaan. Tanpa kesehatan, seseorang menjadi tidak sederajat secara kondisional. Tanpa kesehatan, seseorang tidak akan mampu memperoleh hak-haknya yang lain. Seseorang yang tidak sehat dengan sendirinya akan berkurang haknya atas hidup, tidak bisa memperoleh dan menjalani pekerjaan yang layak, tidak bisa menikmati haknya untuk berserikat dan berkumpul serta mengeluarkan pendapat, dan tidak bisa memperoleh pendidikan demi masa depannya. Singkatnya, seseorang tidak bisa menikmati sepenuhnya kehidupan sebagai manusia. *Sebagaimana dikutip dan unduh dari <http://referensi.elsam.or.id/2015/04/kesehatan-sebagai-hak-asasi-manusia/>;*
(Bukti P-26)
16. Bahwa dalam konsepsi Hak Azasi Manusia, Hak atas kesehatan adalah merupakan bagian dari hak untuk hidup dan mempertahankan kehidupannya
17. Bahwa keberadaan iklan dan promosi rokok telah menyebabkan Perlindungan Hak atas Kesehatan tidak dapat berjalan maksimal (*Komentar Umum EKOSOB No.14 Paragraf 15*).
18. Bahwa dengan demikian, berdasarkan fakta-fakta ini, keberadaan iklan rokok patut disebut bertentangan dengan HAM. Karena iklan rokok adalah upaya industri untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan rokok yang dapat mengganggu kesahatan dan menyebabkan kematian sedangkan kesehatan adalah HAM yang paling dasar yang dimiliki manusia.
19. Bahwa, keberadaan Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers telah menjadi dasar dan justifikasi normative yuridis keberadaan iklan dan promosi rokok di media penyiaran dan media cetak. Padahal keberadaan iklan dan promosi rokok bertentangan dan HAM karena dapat mengganggu kesahatan dan menyebabkan kematian sedangkan kesehatan adalah HAM yang paling dasar yang dimiliki manusia;
20. Bahwa berdasarkan uraian dan fakta diatas, dengan demikian **keberadaan iklan dan promosi rokok sebagaimana yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers** telah membuat negara terutama pemerintah tidak dapat melakukan fungsinya untuk melakukan Perlindungan, pemajuan, penegakan, dan pemenuhan hak asasi

manusia, dan oleh karenanya **bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 I ayat (4).**

- f. Kerugian Konstitusional Para Pemohon dengan adanya dan/atau berlakunya norma Pasal 46 Ayat (3) Huruf B Sepanjang Frasa "*Bahan Atau Zat Adiktif*", Pasal 46 Ayat (3) Huruf C Uu Penyiaran Yang Berbunyi "*Promosi Rokok Yang Memperagakan Wujud Rokok*" Penyiaran Dan Pasal 13 Huruf B Sepanjang Frasa "*Dan Zat Adiktif Lainnya*", Pasal 13 Huruf C Yang Berbunyi "*Peragaan Wujud Rokok Dan Atau Penggunaan Rokok*" Uu Pers

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Para Pemohon mengalami kerugian hak konstitusionalnya dalam hal memperjuangkan haknya secara kolektif untuk membangun masyarakat, bangsa dan negaranya sebagaimana yang dijamin oleh Pasal 28 C ayat (2) UUD 1945. Kerugian konstitusional Para Pemohon secara terperinci diuraikan dibawah ini:

1. Bahwa Para Pemohon mengalami kerugian konstitusional karena meningkatnya anak-anak dan orang dewasa yang menjadi perokok, karena keberadaan iklan rokok yang bertujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, mempromosikan rokok dan mempengaruhi masyarakat agar menggunakan produk rokok yang secara faktual-riil dan secara hipotetis-rasional telah diuraikan pada dalil-dalil diatas;
2. Bahwa dengan berlakunya Pasal 46 Ayat (3) huruf C UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf C UU Pers, dan apabila terus diberlakukan maka secara kausalitas dan kausal verbant dapat diperkirakan akan semakin meningkatnya prevelansi perokok, makin rendahnya usia anak merokok dan segenap implikasinya terhadap hidup, kelangsungan hidup, tumbuh kembang anak, kesempatan hidup sejahtera, jaminan sosial dan pemenuhan hak asasi manusia;
3. Bahwa Para Pemohon sebagai Lembaga Non Pemerintah yang melakukan upaya advokasi dan pembelaan kepentingan umum mengalami kerugian konstitusional karena hak-hak public (kepentingan umum) yang menjadi sasaran perlindungan Para Pemohon tidak terjamin dan tidak terlindungi hak-hak konstitusionalitasnya;
4. Bahwa Para Pemohon sebagai Lembaga Non Pemerintah yang melakukan upaya advokasi, pembelaan dan perlindungan kepentingan umum mengalami kerugian konstitusional karena upayanya untuk melindungi masyarakat dari bahaya rokok

yang mengancam kesehatan, ekonomi dan sosial masyarakat sebagai upaya membangun masyarakat, bangsa dan negaranya menjadi terhambat karena legalitas iklan dan promosi rokok secara kausalitas dan kausal verbant berdampak pada meningkatnya prevalensi perokok.

Bahwa karena itu, pada permohonan ini Para Pemohon menyampaikan permohonan kepada Mahkamah Yang Mulia yang memeriksa, mengadili dan memutuskan Permohonan *Aquo* dengan membuat putusan yang menyatakan mengabulkan Permohonan Para Pemohon

IV. PETITUM

Berdasarkan alasan-alasan tersebut diatas, Para Pemohon memohon kepada majelis Hakim Mahkamah Konstitusi RI Yang Mulia agar sudi kiranya berkenan memeriksa, mengadili dan memutuskan permohonan *a quo* dengan amar putusan yang berbunyi sebagai berikut:


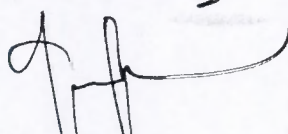
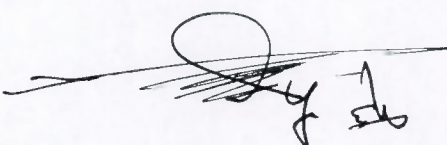
1. Menerima dan mengabulkan Permohonan Para Pemohon untuk seluruhnya;-----
2. Menyatakan **norma yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) Huruf B sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf B sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" UU Pers, sepanjang tidak dimaknai termasuk rokok dinyatakan bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28 D ayat (1); -----**
3. Menyatakan **norma yang diatur dalam Pasal 46 Ayat (3) Huruf B sepanjang frasa "*bahan atau zat adiktif*" UU Penyiaran dan Pasal 13 Huruf B sepanjang frasa "*dan zat adiktif lainnya*" UU Pers, dimaknai termasuk rokok; -----**
4. Menyatakan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C UU Penyiaran yang berbunyi "*promosi rokok yang memperagakan wujud rokok*" dan Pasal 13 Huruf C UU Pers yang berbunyi "*peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok*" bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 28A, Pasal 28B Ayat (2), Pasal 28 D ayat (1), Pasal 28H Ayat (1) dan (3) dan Pasal 28 I Ayat (1), (4) dan (5);-----**

5. Menyatakan **Pasal 46 Ayat (3) Huruf C UU Penyiaran** yang berbunyi "***promosi rokok yang memperagakan wujud rokok***" dan **Pasal 13 Huruf C UU Pers** yang berbunyi "***peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok***" dinyatakan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat; -----
6. Menyatakan **Pemerintah Republik Indonesia bertanggung jawab untuk melindungi, memajukan, menegakkan dan memenuhi hak asasi manusia dengan melakukan edukasi tentang bahaya rokok sebagai produk yang bersifat adiktif melalui iklan kesehatan masyarakat yang disampaikan kepada masyarakat secara massif, berkelanjutan dan diatur dalam peraturan perundang-undangan;** -----
7. Memerintahkan **pemuatan putusan ini dalam Berita Negara Republik Indonesia paling lambat 30 (tiga puluh) hari kerja sejak putusan ini diucapkan,** sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku; -----

Apabila Majelis Hakim Berpendapat lain, mohon putusan yang seadil-adilnya (*ex aequo et bono*).

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan semangat untuk menegakkan Konstitusi, Hukum dan Hak Asasi Manusia kami ucapkan terimakasih.

**Hormat Kami,
Kuasa Hukum Para Pemohon**

<p style="text-align: center; color: blue;">TIM KUASA HUKUM</p> <p style="text-align: center; color: blue;">KOALISI NASIONAL MASYARAKAT SIPIL UNTUK PELARANGAN TOTAL IKLAN ROKOK</p> <p style="text-align: center;">Ifdhal Kasim, SH.</p>	<div style="text-align: center;">  Hery Chariansyah, SH., MH. </div>
<div style="text-align: center;">  Gufroni, SH., MH. </div>	<div style="text-align: center;"> Julius Ibrani, SH. </div>
<div style="text-align: center;">  Muhammad Solihin, SH., MH. </div>	