

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan penulis pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan dari hasil penelitian bahwa perlindungan hukum terhadap anak sebagai korban iklan rokok melalui media sosial *YouTube* dapat berupa perlindungan yuridis dan non yuridis dalam bentuk pengendalian iklan rokok melalui media sosial *YouTube*, akan tetapi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan ketentuan iklan rokok yang ada saat ini belum dapat memberikan perlindungan hukum terhadap anak sebagai korban iklan rokok melalui media sosial *YouTube* dan belum dapat menekan prevalensi anak-anak merokok usia remaja. Faktor penyebabnya antara lain:

1. Adanya kekosongan hukum mengenai ketentuan iklan atau promosi rokok dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sehingga Pemerintah belum dapat memberikan tindakan apapun sebagai langkah untuk menanggapi permasalahan anak sebagai korban dari paparan iklan atau promosi rokok melalui media sosial *YouTube* sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-hak anak dan segala hal yang berkaitan dengan kepentingan terbaik anak tersebut.
2. Secara hierarki aturan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat

Adiktif berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan dibuat tanpa mengingat dasar hukum mengenai peraturan perundang-undangan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan saran antara lain:

1. Pemerintah khususnya yang berwenang dalam membuat peraturan perundang-undangan harus melakukan sinkronisasi dan harmonisasi terhadap peraturan perundang-undangan yang mendasari penyelenggaraan perlindungan anak sebagai korban iklan rokok melalui media sosial *YouTube* antara lain Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan.
2. Dalam rangka efektifitas penyelenggaraan perlindungan anak sebagai korban iklan rokok melalui media sosial *YouTube*, maka Pemerintah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perlindungan anak khususnya kesehatan anak dalam hal ini Kementerian Kesehatan harus melakukan koordinasi lintas sektoral seperti Komisi Perlindungan Anak

Indonesia (KPAI), Kemkominfo RI, Dewan Periklanan Indonesia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), para pengusaha bisnis rokok maupun tembakau dalam merumuskan aturan periklanan rokok yang memberikan perlindungan hukum terhadap anak. Koordinasi yang dilakukan antara lain melalui pengendalian iklan, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan penyelenggaraan perlindungan anak.

Daftar Pustaka

Buku

- Agus Raharjo, 2002, *Cybercrime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Dedi Harianto, 2010, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Periklanan yang Menyesatkan*, Cetakan I, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Farbey. A. D., 1997, *How to Produce Succesful Adversiting*, Cetakan I, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Irma Setyowati Soemitro, 1990, *Aspek Perlindungan Hukum*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Setya Wahyudi, 2011, *Implementasi Diversi Dalam Pembaharuan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia*, Genta Publishing, Jakarta.
- Widiartana. G., 2014, *Viktimologi Perspektif Korban dalam Penanggulangan Kejahatan*, Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta.

Jurnal

- Hwian Christianto, 2010, "Perlindungan Hak Anak terhadap Iklan Rokok yang Tidak Memperagakan Wujud Rokok", *Jurnal Konstitusi*, Volume-VII, Nomor-01/Agustus/2010, Mahkamah Konstitusi, hlm. 96-97.

Non Publikasi

- Maria Holly Herawati, 2010, "*Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Pada Produk Rokok Dan Dampaknya Terhadap Kesehatan*", *Prosiding Seminar Nasional Xix "Kimia Dalam Industri Dan Lingkungan"* diselenggarakan oleh Jaringan Kerjasama Kimia Indonesia.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 153; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5332.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5606.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan; Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 278; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5380.

Etika Pariwara Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia) Amandemen 2014.

Website

Alitbangkes, “Hasil Utama, RISKESDAS 2018, <http://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-riskesdas-2018.pdf>, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, diakses 15 September 2019.

- Christiyaningsih, 2019, YLKI: Iklan Rokok di Internet Layak Diblokir, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/19/06/13/pt0vbi459-ylki-iklan-rokok-di-internet-layak-diblokir>, diakses 25 Agustus 2019.
- Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2014, dalam <https://sireka.pom.go.id/download/information/32/Etika%20Pariwara%20Indonesia%20Tahun%202014>, diakses 17 September 2019.
- Hopkins dan Jim, YouTube, <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses 16 September 2019.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018, Hasil Utama Riset Kesehatan Dasar 2018, http://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/materi_rakorpop_2018/Hasil%20Risesdas%202018.pdf, diakses 25 Agustus 2019.
- Kevin Adrian, 2019, “9 Kandungan Rokok yang Berefek Mengerikan untuk Tubuh”, dalam <https://www.alodokter.com/9-kandungan-rokok-yang-berefek-mengerikan-untuk-tubuh>, alodokter, diakses tanggal 15 September 2019.
- Plt Kepala Biro Humas Kementerian Kominfo, Ferdinandus Setu dalam HealthLiputan6.com, 2019, Kominfo Segera Lakukan Take Down Iklan Rokok, https://m.liputan6.com/health/read/4000179/headline-pro-kontra-larangan-iklan-rokok-di-internet-bagaimana-aturannya?utm_expid=.t4QZMPzJSFeAiwIBIOcwCw.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F, diakses 25 Agustus 2019.
- Republica.co.id, Ratna Puspita, 2019, Kemenkominfo Blokir Iklan Rokok di Internet, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/19/06/13/pt1nk0428-kemenkominfo-blokir-iklan-rokok-di-internet>, diakses 25 Agustus 2019.
- Republika.co.id, Peneliti Duga Iklan Rokok Daring Sasar Anak Remaja, <https://www.republika.co.id/amp/piww83328>, diakses 05 November 2019.