

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ANAK  
ATAS IKLAN PRODUK ROKOK DALAM MEDIA ELEKTRONIK**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum  
Pada Program Kekhususan Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum  
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

**OLEH:**

**SHIRLY AMALIA**

**02011182126012**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : SHIRLY AMALIA  
NIM : 02011182126012  
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

**JUDUL SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ANAK**

**ATAS IKLAN PRODUK ROKOK DALAM MEDIA ELEKTRONIK**

Telah diuji dan lulus dalam Ujian Komprehensif pada Tanggal 26 Juni 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Indralaya, 07 Juli 2025

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Pembantu**



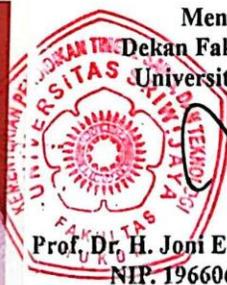
**Prof. Dr. Hj. Annalisa Yahanan, S.H., M. Hum.**  
NIP. 196210251987032002



**Helena Primadianti S. S.H., M.H.**  
NIP. 198609142009022004



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Hukum  
Universitas Sriwijaya



**Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.**  
NIP. 196606171990011001

## SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Shirly Amalia  
Nomor Induk Mahasiswa : 02011182126012  
Tempat/Tgl Lahir : Palembang, 31 Juli 2003  
Fakultas : Hukum  
Strata Pendidikan : S1  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan ini telah saya buat dengan sebenarnya. Apabila terbukti saya telah melakukan hal-hal bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul dikemudian hari dengan ketentuan yang berlaku

Palembang, 07, Juli, 2025



Shirly Amalia

02011182126012

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”**

**(QS Al-Insyirah Ayat 5)**

***“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”***

**-Rachel Vennya**

**Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:**

- 1. Kedua Orangtua Tersayang**
- 2. Keluargaku Tercinta**
- 3. Para Guru dan Dosenku**
- 4. Sahabatku**
- 5. Almamater Kebanggaan**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan judul **“Perlindungan Hukum terhadap Anak atas Iklan Produk Rokok Dalam Media Elektronik”**. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat untuk merealisasikan skripsi ini. Dapat dipahami bahwasannya dengan selesainya skripsi ini tergantung pula kepada Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya serta para pihak-pihak yang terangkum di dalamnya, semoga Allah SWT membalas satu persatu kebaikannya, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat belum dapat dikatakan sempurna, baik dari segi materi serta penyajian. Maka dari itu penulis membutuhkan saran dan masukan yang sangat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi yang telah disusun dapat memperoleh kemanfaatan dan dapat berguna bagi penulis maupun orang lain untuk memperbanyak wawasannya mengenai proses perlindungan hukum terhadap anak dan pihak produksi rokok, cara penyiaran yang tidak menyesatkan terhadap produk yang akan diiklankan, serta bentuk pertanggungjawaban pihak produksi rokok apabila dalam mengiklankan atau mempromosikan produk nya tidak sesuai dengan amanat Peraturan Perundang-undangan.

Palembang, 07, Juli 2025



Shirly Amalia

02011182126012

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan kepada semua pihak yang terlibat yang telah memberikan doa, arahan, bantuan, bimbingan, semangat, serta saran yang bermanfaat dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam atas semua ridho-Nya, karunia-Nya, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini;
2. Nabi Muhammad SAW, shalawat serta salam yang tak henti-hentinya tercurahkan kepada suri tauladan yang menjadi pondasi penulis dalam menjalankan kehidupan yang cukup melelahkan ini;
3. Kedua Orang Tua penulis yang cintanya akan selalu abadi dihati penulis. Teruntuk Ayah cinta pertamaku dan teruntuk Mama belahan jiwaku, terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang diberikan, terima kasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan, terima kasih atas dedikasi, arahan, dukungan berupa moral dan material yang tak pernah putus sehingga pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana tepat dibelakang namanya;
4. Saudara/i tersayang khususnya Abang Wahyu, Ayuk Apri, Ayuk Tari, Kak Luthfi, Keponakan terkasih Atha dan Wafa, serta Keluarga Besar, Sanak, Kerabat, terima kasih atas doa, dorongan, dukungan, bantuan dan kasih sayang tak terhingga yang telah diberikan selama penyelesaian skripsi ini;

5. Bapak Prof. Dr. Joni Emirzon, S.H., M.Hum, sebagai Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Bapak Dr. Syaifuddin, S.H., M.Hum, sebagai Pembantu Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
7. Ibu Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M, sebagai Pembantu Dekan Bidang Keuangan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
8. Bapak Dr. Zulhidayat, S.H., M.H, sebagai Pembantu Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
9. Ibu Prof. Dr. Annalisa Yahanan, S.H., M.Hum, selaku Pembimbing Utama Penulis yang telah memberikan doa, bantuan, arahan, petunjuk dan saran terhadap penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini;
10. Ibu Helena Primadianti Sulistyaningrum, S.H., M.H, selaku Ketua Bagian Hukum Perdata dan Pembimbing Pembantu penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan, bantuan, doa, serta saran terhadap penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini;
11. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Romsan, S.H., M.H., LL.M dan Ibu Dr. Henny Yuningsih, S.H., M.H, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah memberikan saran dan masukan terhadap proses penyelesaian skripsi ini;
12. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, serta arahan dalam proses belajar mengajar selama perkuliahan;

13. Bapak dan Ibu pengajar PLKH yang telah memberikan ilmu secara teoritik maupun praktik di lapangan;
14. Tenaga Kependidikan, Karyawan /ti, dan Pustakawan/wati yang telah membantu penulis dalam proses administrasi dari awal perkuliahan hingga selesai;
15. Bapak dan Ibu Dosen Penguji Seminar Proposal dan Ujian Komprehensif yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat luar biasa terhadap skripsi yang telah penulis susun;
16. Keluarga Besar Program Kekhususan Hukum Perdata 2023/2024;
17. Sahabat terkasih sedari penulis Sekolah Menengah Atas (SMA) khususnya Wawak, Adel, Meri, Lilis, terima kasih telah memberikan semangat, kasih sayang, dukungan yang tak terhingga, serta memberikan arahan terhadap perjalanan memperjuangkan gelar di belakang nama;
18. Sahabat tercinta dari awal penulis menempuh perkuliahan (Terhusus Sulis, Regina, Thejeey) terima kasih telah menjadi tempat bersandar paling nyaman, tempat berkeluh kesah, tempat bertukar cerita, serta selalu mendukung, memberi cinta dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
19. Rekan seperjuangan Almamater Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya khususnya Ipeh, Salma, Feby, Alhadist, Athuf, Rivai, Farhan, Lendy, terima kasih atas segala bantuan yang luar biasa terhadap proses perjalanan skripsi penulis;
20. Sahabat terbaik sejak penulis beranjak dewasa, khususnya Afrisma, Nasya, Peoh, terima kasih selalu memberikan semangat, hiburan, pandangan serta saran terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;

21. Terakhir kepada Muhammad Rafli, terima kasih atas dukungan, semangat, kasih sayang, cinta dan harapan yang diberikan. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dari proses pendewasaan penulis.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
1. Manfaat Teoritis.....	12
2. Manfaat Praktis.....	12
<b>E. Ruang Lingkup.....</b>	<b>12</b>
<b>F. Kerangka Teori.....</b>	<b>13</b>
1. Teori Tanggung Jawab Hukum .....	13
2. Teori Perlindungan Hukum.....	14
<b>G. Metode Penelitian .....</b>	<b>15</b>
1. Jenis penelitian .....	15
2. Pendekatan Penelitian.....	16
3. Bahan Penelitian Hukum.....	17
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum .....	18
5. Analisis Bahan Hukum.....	18

6. Metode Penarikan Kesimpulan.....	19
<b>BAB II PERIKLANAN DAN PERLINDUNGAN ANAK.....</b>	<b>20</b>
<b>A. Konsep Periklanan .....</b>	<b>20</b>
1. Pengertian Iklan.....	20
2. Jenis-jenis Iklan.....	23
3. Fungsi Iklan .....	26
4. Tujuan Iklan.....	28
5. Syarat-syarat Iklan .....	29
<b>B. Pelaku Usaha Produksi Rokok dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .....</b>	<b>31</b>
1. Pengertian Produk Rokok.....	31
2. Hak Pelaku Usaha sebagai Produksi Rokok .....	33
3. Kewajiban Pelaku Usaha sebagai Produksi Rokok.....	36
4. Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha sebagai Produksi Rokok .....	38
5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha sebagai Produksi Rokok.....	43
<b>C. Perlindungan Anak.....</b>	<b>46</b>
1. Anak sebagai Konsumen.....	46
2. Pengertian Perlindungan Anak .....	49
3. Perlindungan Anak menurut Undang-undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan .....	54
4. Tujuan Perlindungan Anak.....	57
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
<b>A. Pengaturan Iklan Rokok dalam Media Elektronik di Indonesia.....</b>	<b>59</b>
1. Pengaturan Iklan Produk Rokok menurut Undang-undang Positif Indonesia .....	59
2. Syarat yang harus dipenuhi Pihak Produksi Rokok dalam membuat Iklan pada Media Elektronik.....	64
<b>B. Perlindungan Hukum terhadap Perokok Anak yang terpapar Iklan Produk Rokok pada Media Elektronik.....</b>	<b>69</b>

1. Perlindungan Hukum Preventif terhadap Anak yang terpapar Iklan Produk Rokok menurut Hukum Positif Indonesia .....	69
2. Perlindungan Hukum Represif terhadap Anak yang terpapar Iklan Produk Rokok dalam Media elektronik .....	76
<b>C. Tanggung Jawab Pihak yang Memproduksi Rokok terkait Iklan Produk di Media Elektronik .....</b>	<b>81</b>
1. Tanggung Jawab Pihak Produksi Rokok dalam Mengiklankan Rokok di media Elektronik berdasarkan Undang-undang Positif Indonesia.....	81
2. Upaya-upaya yang dapat diselesaikan Pihak Produksi Rokok terhadap Anak yang terpapar Iklan Rokok dalam Media Elektronik .....	87
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>91</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## ABSTRAK

Anak merupakan bagian dari generasi muda yang memiliki hak untuk tumbuh dan berkembang secara optimal baik secara fisik maupun mental. Namun maraknya iklan produk rokok dalam media elektronik menjadi tantangan serius terhadap perlindungan anak, mengingat iklan tersebut mempengaruhi persepsi dan perilaku anak terhadap konsumsi rokok, sehingga dapat memicu tingginya prevalensi anak. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini ialah untuk menjelaskan dan menganalisis peraturan perundang-undangan mengenai iklan di dalam media elektronik Indonesia, perlindungan hukum terhadap anak yang terpapar iklan produk rokok serta tanggung jawab pihak yang memproduksi rokok terkait dengan iklan produk rokok dalam media elektronik. Jenis penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini adalah penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan, konseptual, serta analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembatasan jam tayang iklan rokok serta perlindungan hukum terhadap anak yang terpapar iklan rokok dalam media elektronik belum berjalan sebagaimana mestinya, tanggung jawab pihak produksi rokok dapat dimintakan tanggung jawab secara ganti rugi kerusakan, seperti yang diatur dalam Undang-undang Perlindungan Anak, Undang-undang Penyiaran, Undang-undang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah, implementasi dan pengawasannya masih tergolong lemah. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi dan pengawasan serta edukasi publik guna menciptakan lingkungan media yang aman bagi anak dari paparan negatif iklan rokok di media elektronik.

**Kata Kunci:** *Anak; Iklan Produk Rokok; Media Elektronik; Perlindungan Hukum.*

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Hj. Annalisa Yahanan, S.H., M. Hum.  
NIP. 196210251987032002

Pembimbing Pembantu,



Helena Primadianti S. S.H., M.H.  
NIP. 198609142009022004

Mengetahui,  
Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum.  
NIP. 197002071996032002

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Anak merupakan generasi penerus bangsa yang mempunyai tanggung jawab yang besar demi tercapainya cita-cita bangsa. Anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang serta berhak atas mendapatkan perlindungan. Setiap anak juga diberikan kemampuan untuk menunjang sarana kehidupannya.<sup>1</sup> Salah satunya ialah memperoleh barang dan jasa, anak bisa disebut juga sebagai pengguna hasil produksi manusia dan dapat dikatakan konsumen, dimana menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Keberadaan konsumen senantiasa saling berhubungan dengan pelaku usaha.

Hadirnya pelaku usaha diharapkan dapat memberikan perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen. Sejak berlakunya Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, belakangan ini belum banyak itikad baik pelaku usaha terhadap konsumen khususnya anak-anak.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Wardah Nuroniayah, *Hukum Perlindungan Anak di Indonesia*, Lombok, PT Yayasan Hamjah Diha, 2022, hlm.1.

<sup>2</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2009, hlm.6.

Anak merupakan aset penting bagi keberlangsungan suatu bangsa dan berhak mendapatkan perlindungan dari segala bentuk eksploitasi, termasuk paparan terhadap konten yang berpotensi merusak kesehatan dan moralitas, seperti iklan produk rokok. Di Indonesia, meskipun rokok merupakan produk legal, namun konsumsinya sangat berdampak buruk terhadap kesehatan, terutama bagi anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan. Media elektronik, seperti televisi, internet, dan media sosial, menjadi sarana strategis yang sering dimanfaatkan oleh industri rokok untuk memasarkan produknya dengan cara yang menarik dan persuasif. Hal ini menimbulkan kekhawatiran karena anak-anak termasuk kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh iklan.

Upaya yang dapat diatasi terhadap pelanggaran dari pelaku usaha maka diciptakan produk hukum yang berisi kebijakan guna mempertahankan kepentingan serta memperkuat pemahaman konsumen serta dapat memberikan perlindungan terhadap anak. Selama memasarkan hasil produksi yang diperniagakan, pelaku usaha diperbolehkan mempergunakan penyiaran iklan sebagai wahana informasi agar produk ciptaannya dapat dilihat oleh konsumen. Di dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menerangkan bahwa siaran iklan mengeluarkan siaran yang menyediakan informasi terkait ketersediaan barang dan jasa maupun pedoman yang dapat diakses oleh masyarakat.

Di dalam sebuah iklan dalam media elektronik diutamakan batasan, khususnya bagi iklan yang memperkenalkan produk berbahaya supaya tidak mampu diakses oleh

anak.<sup>3</sup> Contohnya iklan produk rokok. Iklan rokok telah diatur di dalam beberapa regulasi seperti, Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran Pasal 46 Ayat (3) poin b siaran iklan niaga dilarang melakukan promosi terhadap zat atau bahan adiktif seperti rokok, terdapat juga di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 (PP No 19 Tahun 2003) tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan Pada Pasal 16 Ayat (2) yaitu iklan dapat dilakukan di media elektronik, media cetak, atau media luar ruang, selanjutnya ayat (3) menjelaskan bahwa iklan rokok di dalam media elektronik hanya dapat dilakukan pada pukul 21.30 sampai dengan 05.00 waktu setempat, lalu di Pasal 22 menyatakan bahwa tempat umum, sarana Kesehatan, tempat kerja dan tempat yang spesifik sebagai tempat proses belajar mengajar, arena kegiatan anak, tempat ibadah dan angkutan umum dinyatakan sebagai kawasan tanpa rokok. Iklan atau promosi rokok yang tidak sesuai dengan syarat ketentuan yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan mengakibatkan anak-anak menjadi korban dari iklan tersebut.

Semakin hari semakin banyak pelaku usaha gencar mempromosikan usahanya, bukan hanya media elektronik saja namun juga termasuk di sekitar anak-anak dan tempat yang menjadi area dimana anak sering berada, seperti angkutan umum, sekolah, taman bermain, serta papan reklame yang bertebaran di jalan raya yang dapat dilihat oleh anak-anak, sehingga dari adanya iklan tersebut anak-anak sangat mudah sekali

---

<sup>3</sup> Tiara Nabila dan Muthia Sakti, *Perlindungan Konsumen atas Iklan Produk Rokok sebagai Upaya menurunkan prevalensi perokok anak*, Jurnal Interpretasi hukum, Vol.4 No.2, 2023, <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juinhum/article/download/7269/4855>, hlm 368.

dipengaruhi untuk mengkonsumsi produk tersebut. seringkali pelaku usaha serta pemerintah mengabaikan kewajibannya, oleh sebab itu anak-anak yang telah mengkonsumsi rokok dari iklan yang telah dibuat oleh pelaku usaha jarang sekali diperhatikan serta dilindungi oleh pemerintah serta pelaku usaha. Padahal di dalam Pasal 45 b ayat (1) Undang-undang Perlindungan Anak menyatakan bahwa Pemerintah, Pemerintah Daerah, Masyarakat, dan Orang Tua wajib melindungi Anak dari perbuatan yang mengganggu kesehatan dan tumbuh kembang Anak.

Di Indonesia iklan rokok dipandang sebagai sebuah iklan yang dalam penayangan diperlukan pengendalian dikarenakan rokok merupakan produk berbahaya yang dapat berdampak buruk bagi Kesehatan.<sup>4</sup> Peraturan perundang-undangan di Indonesia terkait iklan rokok mengandung beberapa ketentuan yang ditujukan untuk mengatur dan mengawasi penayangan iklan rokok agar sesuai dengan prinsip-prinsip kesehatan dan melindungi masyarakat khususnya anak-anak dari paparan iklan produk berbahaya. Bahaya rokok untuk anak-anak dapat menyebabkan gangguan pertumbuhan dan fungsi paru sejak dini, merusak kulit wajah hingga leher, serta dapat meningkatkan risiko terjadinya kanker darah (Leukemia), seperti kasus yang terjadi di Tahun 2019 seorang anak di Wonogiri, Jawa Tengah, memiliki kebiasaan merokok sejak berusia tiga tahun, akibat dari kebiasaan yang dilakukannya, anak tersebut seringkali mengalami penurunan kualitas kesehatan seperti demam tinggi yang tak kunjung menurun, sehingga ia dilarikan ke rumah sakit, kemudian hasil pemeriksaan darah, ia mengalami

---

<sup>4</sup> Tiara Nabila dan Muthia Sakti, *Op.cit.*, hlm 369.

infeksi paru-paru akibat kebiasaan merokok. Oleh sebab itu ia harus minum obat dua kali sehari dan harus kontrol setiap sebulan sekali.<sup>5</sup>

Saat ini jumlah keseluruhan/tingkat penyebaran kasus penyakit (Prevalensi) terhadap perokok pada anak selalu meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini disebabkan banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku merokok, salah satunya diakibatkan oleh iklan yang menyesatkan dalam media elektronik.<sup>6</sup> Indonesia disebut sebagai satu-satunya negara di dunia dengan baby smoker atau perokok anak. Menurut badan kesehatan dunia (WHO) 2020, prevalensi merokok pada remaja usia 10- 18 tahun meningkat dari 7,2% dari tahun 2013 menjadi 9,1% pada 2018, dan berdasarkan data terbaru dari Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 menjadi 18,4%. Data dari *Global Youth Tobacco Survey* (GYTS) (2019) menunjukkan bahwa 40,6% pelajar di Indonesia (usia 13-15 tahun). Sebanyak 65,2% pelajar melihat iklan rokok di tempat penjualan, 60,9% pelajar melihat iklan rokok di luar ruang, 56,8% pelajar melihat iklan rokok di televisi dan sebanyak 36,2% pelajar melihat iklan rokok di internet. Yang paling menyedihkan ada sebanyak 60,6% pelajar tidak dicegah Ketika membeli rokok dan ada 71% pelajar membeli rokok Batangan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Pradipta Pandu Mustika dan Narun Katingka *Iklan dan Promosi Rokok masih terus membayangi Anak*, Kompas Id, <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/07/01/tematik-rokok-iklan-dan-promosi-rokok-masih-terus-membayangi-anak>, diupload tanggal 3 Juli 2023, diakses tanggal 6 September 2024 pukul 10.00 WIB.

<sup>6</sup> Wahyu Gito Putro, Nahla Jovial Nisa, dkk. *Hubungan Keterpaparan Iklan Rokok dengan Preferensi Rokok yang disukai Anak*, Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada, Vol. 13 No. 1, 2022, <https://ejournal.stikku.ac.id/index.php/stikku/article/view/408>, hlm 80.

<sup>7</sup> Budi Kurniawan, Mayang Sari Ayu, *Analisis Pengetahuan dengan Perilaku Merokok pada Remaja*, Jurnal Ilmu Kesehatan, Vol 8, No. 2, 2023 <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/kesmas/article/download/14536/6702>, hlm 101.

Data dari Vital Strategies menyebutkan bahwa Instagram merupakan platform digital yang paling banyak digunakan untuk beriklan (67%). Survei paparan iklan, promosi dan kegiatan bersponsor rokok pada remaja di Indonesia oleh Vital Strategies tahun 2021 menemukan bahwa remaja di Indonesia sering melihat dan mendengar iklan rokok secara offline maupun online. Sehingga paparan iklan dan promosi rokok secara singkat dapat meningkatkan dan mempengaruhi inisiasi remaja untuk merokok. *Tobacco Enforcement and Reporting Movement (TERM) 2022* menemukan bahwa rokok konvensional menjadi jenis produk rokok yang paling banyak diiklankan di internet 82%, kemudian disusul oleh rokok elektrik 17%.

*Deputy Representative UNICEF Indonesia Mrunal Shetye* mendorong Pemerintah Indonesia dan seluruh pemangku kepentingan untuk melindungi anak-anak dari taktik industri tembakau. Perlindungan ini termasuk dengan menutup celah yang memungkinkan pemasaran produk tembakau kepada anak di bawah umur dan meningkatkan pendanaan untuk pengendalian tembakau inisiatif.<sup>8</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan terhadap pembelian produk

---

<sup>8</sup> Kementerian Kesehatan Republik Indonesia *Perokok Aktif di Indonesia Tembus 70 Juta Orang Mayoritas Anak Muda*, <https://d3v.kemkes.go.id/id/%20perokok-aktif-di-indonesia-tembus-70-juta-orang-mayoritas-anak-muda>, diupload tanggal 29 Mei 2024, diakses tanggal 6 September 2024 pukul 10.00 WIB.

rokok secara tegas menyatakan setiap orang dilarang menyuruh anak di bawah usia 18 tahun untuk menjual, membeli, atau mengonsumsi Produk Tembakau.<sup>9</sup>

Pasal 18 PP Nomor 19 Tahun 2003 Ayat (1) dan (2) juga menyatakan bahwa setiap iklan pada media elektronik, media cetak dan media luar ruang harus mencantumkan peringatan bahaya merokok bagi kesehatan pencantuman peringatan sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) harus ditulis dengan huruf yang jelas, sehingga mudah dibaca dan dalam ukuran yang proporsional disesuaikan dengan ukuran iklan tersebut. Pasal 27 menyebutkan “tidak memperagakan, menggunakan, dan/atau menampilkan wujud atau bentuk rokok atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek produk tembakau. Kemudian tidak mencantumkan nama produk yang bersangkutan adalah rokok, tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok memberikan manfaat bagi kesehatan tidak merangsang atau menyarankan orang untuk merokok.”<sup>10</sup>

Pembatasan jam tayang iklan rokok menurut Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dan PP No 19 Tahun 2003 dimana peraturan tersebut menjelaskan bahwa program siaran iklan rokok hanya boleh disiarkan pada pukul 21.30 sampai dengan pukul 05.00 waktu setempat supaya tidak ditonton oleh anak-anak namun peraturan ini di pandang belum berjalan dengan maksimal karena jam penayangan iklan rokok ini terkadang masih bertepatan dengan jam bangun anak-anak

---

<sup>9</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 109 tahun 2012 tentang *Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan*.

<sup>10</sup> Al Qudri, Iskandar A Gani, *Tanggung Jawab Pemerintah terhadap Iklan Rokok yang merugikan Konsumen dalam sistem Hukum Positif*, jurnal ilmu hukum, Vol. 4, No. 4 2020, <https://jurnal.usk.ac.id/MIH/article/view/7203>, hlm 19.

yang masih di bawah umur, dimana secara tidak langsung iklan rokok dapat menuntun anak-anak di bawah umur untuk masuk ke dalam perilaku merokok yang mana hal ini dapat merusak moral kehidupan anak bangsa.

Ketidakpedulian perusahaan rokok terhadap efek negatif yang dapat ditimbulkan oleh perilaku merokok pada kesehatan pelanggan menyebabkan pelanggaran empati.<sup>11</sup> Iklan rokok yang beredar selama ini ditayangkan di televisi Indonesia telah menyebarkan keyakinan yang salah tentang penampilan fisik seorang perokok aktif. Pada bagian bawah iklan tertulis peringatan bahwa rokok berbahaya dan dapat membunuh, tetapi dalam beberapa iklan, peringatan itu ditulis dalam rangkaian huruf yang kecil dan muncul dengan cepat, membuat penonton sulit melihatnya.<sup>12</sup>

Ditinjau dari UUPK pada Pasal 20 pelaku usaha periklanan dapat bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Berbeda dengan negara-negara lain yang lebih peduli dalam melindungi warganya dari racun rokok yang mematikan. Di Asia semua negara sudah meratifikasi *Fram work Convention on Tobacco Control (FCTC)*, pada saat ini Indonesia adalah satu-satunya negara di Asia Tenggara yang tidak memiliki aturan yang melarang iklan, promosi, dan sponsor produk tembakau secara menyeluruh. Negara-negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand tidak ada yang mengizinkan iklan rokok di

---

<sup>11</sup> Sura klaudia, *Analisis Pelanggaran Etika Bisnis terhadap Penayangan Iklan Rokok di Pertelevision Indonesia, Jurnal Riset Akutansi dan Keuangan*, Vol. 3 No.2 ,2021, <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/AKURASI/article/view/486>, hlm 118.

<sup>12</sup> Sura klaudia, *Op.cit*, hlm 119.

ruang terbuka, tidak ada yang mengizinkan anak-anak untuk mengkonsumsi rokok. Seharusnya pemerintah dapat mengamankan Undang-undang Perlindungan Anak Nomor 35 Tahun 2014 Pasal 76J dimana Setiap Orang dilarang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan Anak dalam penyalahgunaan, serta produksi dan distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya.”

Urgensi Penetapan Regulasi mengenai Kawasan Tanpa Rokok (KTR) baik pada Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota untuk mencegah terjadinya tren presentase merokok pada penduduk umur 18 tahun sebesar 10,7% (2019), 14,59% (2024) yang akan mengancam generasi penerus bangsa Indonesia dan Pada 2030-2040. Indonesia diprediksi akan mengalami masa bonus demografi, yakni jumlah penduduk usia produktif (berusia 15-64 tahun) lebih besar dibandingkan penduduk usia tidak produktif (berusia di bawah 15 tahun dan di atas 64 tahun).<sup>13</sup>

Berdasarkan paparan di atas terdapat pula beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yakni penelitian yang berjudul Perlindungan Konsumen atas Iklan Rokok sebagai upaya menurunkan Prevalensi Perokok Anak di Tahun 2023 yang membahas perlindungan konsumen terhadap iklan rokok ditinjau dari UUPK, Undang-undang Penyiaran, Undang-undang Kesehatan, dan PP No. 109/2012. Perbedaannya dalam penelitian ini tidak hanya menggunakan UUPK, UU Penyiaran, UU Kesehatan, dan PP No. 109/2012 sebagai acuan tetapi juga menggunakan serta

---

<sup>13</sup> Dianita Sugiyo dan Resti Yulianti Sutrisno, *Partisipasi Masyarakat dalam Melindungi Pelajar Sekolah dari Iklan, Promosi, dan Sponsor Tembakau*, *Journal Community Engagement in Health*, Vol. 4 No. 1, 2021, <https://jceh.org/index.php/JCEH/article/view/98/110>, hlm 100.

menganalisis pula Undang-undang Perlindungan Anak, PP No 19 Tahun 2003 serta menambahkan data dari Kementrian Kesehatan.<sup>14</sup> Kedua, Penelitian yang berjudul pengaruh iklan merokok terhadap tingkat konsumsi rokok pada anak di bawah 18 tahun di Indonesia. Perbedaannya dalam penelitian ini menggabungkan data primer dan data sekunder, untuk menunjang hasil penelitian dan menganalisis mengenai upaya dalam menekan prevalensi perokok anak di Indonesia yang tidak dimasukkan dalam penelitian terdahulu. Sebelumnya penelitian terdahulu hanya menggunakan data sekunder saja.<sup>15</sup> Ketiga penelitian yang berjudul pengaruh iklan rokok terhadap perilaku merokok remaja dengan menggunakan metode Kuantitatif. Perbedaannya dalam penelitian ini tidak menggunakan metode kuantitatif melainkan menggunakan metode kualitatif dengan menjelaskan suatu komponen hukum yang kemudian ditata secara sistematis dan juga komprehensif.<sup>16</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pentingnya perlindungan hukum yang lebih tegas dan implementatif guna menjamin hak anak untuk tumbuh dalam lingkungan yang sehat dan bebas dari pengaruh negatif media. Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji sejauh mana efektivitas perlindungan hukum dan tanggung jawab hukum yang ada dan apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat perlindungan tersebut. Maka dari itu

---

<sup>14</sup> Tiara Nabila dan Muthia Sakti, *Op.cit.*, hlm. 371.

<sup>15</sup> Nurcahyaning, *Pengaruh Iklan merokok terhadap Tingkat Konsumsi Rokok pada Anak di bawah 18 Tahun*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 3 No. 1, 2023, <https://journal.unej.ac.id/KONAMI/article/download/873/450/3382>, hlm. 119.

<sup>16</sup> Fildza Fadhila, Zainal Fatah, *Pengaruh Iklan Rokok terhadap Perilaku merokok Remaja*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 5 No. 2, 2022, <https://journal.unej.ac.id/KONAMI/article/download/873/450/3382>, hlm 306.

penulis tertarik untuk membahasnya secara ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum terhadap Anak atas Iklan Produk Rokok dalam Media Elektronik”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat masalah sebagai berikut

1. Bagaimana Pengaturan Iklan Produk Rokok dalam Media Elektronik Indonesia?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum terhadap Perokok Anak yang terpapar Produk Rokok dalam Media Elektronik?
3. Bagaimana Tanggung Jawab Pihak yang Memproduksi Rokok terkait dengan Iklan dalam Media Elektronik?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan yang sesuai dengan permasalahan yang ada, yaitu:

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis pengaturan iklan rokok dalam media elektronik Indonesia.
2. Untuk menjelaskan dan menganalisis perlindungan hukum terhadap perokok anak yang terpapar dari adanya iklan promosi dari produk rokok.
3. Untuk menjelaskan dan menganalisis tanggung jawab pihak produksi rokok terkait iklan didalam media elektronik.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan Ilmu Hukum khususnya Hukum Perlindungan Konsumen, Perlindungan Anak, Hukum Kesehatan, Undang-undang Penyiaran.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi orang tua terhadap anaknya agar lebih bijak dan lebih mengetahui serta memahami terhadap setiap barang yang dibeli, serta meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif dari adanya iklan rokok dalam media elektronik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Pelaku Usaha agar dapat lebih bijak lagi dalam mempromosikan produknya.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif terkait pengendalian prevalensi perokok anak dengan fokus pada peningkatan sosialisasi bahaya tentang rokok, dengan sosialisasi tersebut maka diharapkan masyarakat khususnya anak-anak bisa memahami, menerima serta mendukung pelaksanaannya.

#### **E. Ruang Lingkup**

Untuk memperjelas dan membatasi permasalahan yang akan diteliti dalam skripsi ini maka penelitian ini dibatasi hanya dalam ruang lingkup mengenai perlindungan hukum terhadap anak atas iklan produk rokok dalam media elektronik menurut

Undang-undang No 8 tahun 1999, Undang-undang 32 tahun 2002 dan Undang-undang No 17 tahun 2023.

## **F. Kerangka Teori**

### 1. Teori Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah suatu kondisi yang wajib atau harus menanggung segala sesuatunya. Dalam hal ini, tanggung jawab didefinisikan sebagai kesadaran seseorang bahwa mereka akan bertanggung jawab atas segala akibat dari tindakan mereka. "Seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu hukuman dalam hal perbuatan yang bertentangan", menurut konsep tanggung jawab hukum Hans Kelsen. seperti pelaku usaha yang mengiklankan produk rokok terhadap anak.<sup>17</sup> Dilihat secara garis besar, hukum perlindungan konsumen di Indonesia mempunyai 4 point utama yang mengatur dalam hal pertanggung jawaban yakni:<sup>18</sup>

#### *a. Contractual liability*

Merupakan hubungan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen, Dimana merupakan tanggung jawab pelaku usaha secara perdata yang atas perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha barang ataupun jasa, atas kerugian

---

<sup>17</sup> Hans Kelsen, *Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*, Bandung, PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 81.

<sup>18</sup> Ridwan H.R., *Hukum Administrasi Negara*, Bandung, PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm.335-337.

yang dialami konsumen karena telah menggunakan barang dan jasa yang diciptakan dan diberikan oleh pelaku usaha..

*b. Product liability*

Pada hal tidak adanya hubungan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha di landaskan pada tanggung jawab produk, Dimana tanggung jawab perdata secara langsung (strictliability) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen

*c. Professional liability*

Tanggung jawab pelaku usaha yang dilandaskan pada tanggung jawab professional yang menggunakan tanggung jawab secara langsung, dari pihak pelaku usaha kepada konsumen yang telah dirugikan.

*d. Criminal liability*

Sedangkan *criminal liability* Tanggung jawab secara pidana dari pelaku usaha atas terganggunya keselamatan dan keamanan masyarakat.

## 2. Teori Perlindungan Hukum

Banyak pendapat ahli yang menjabarkan perlindungan hukum, salah satunya ialah Philips M. Hadjon, menurut perspektifnya perlindungan hukum merupakan sebuah perlindungan yang pemerintah lakukan secara preventif dan represif untuk rakyatnya. Yang dimaksud preventif yakni Tindakan yang bermaksud untuk menyanggah suatu penyelewengan hukum atau kejahatan sebelum peristiwa itu terjadi, pencegahannya dapat dilaksanakan dengan cara

penyuluhan kegiatan, bimbingan serta arahan, untuk mewujudkan masyarakat yang sadar dan taat hukum.<sup>19</sup> Sedangkan yang dimaksud represif ialah Tindakan yang dilakukan setelah terjadi pelanggaran hukum atau kejahatan sebagai bentuk sanksi atau hukuman. Teori perlindungan hukum tersebut ditujukan kepada anak untuk menurunkan tingkat penyebaran perokok anak.

### **G. Metode Penelitian**

Soerjono Soekanto memberikan penjelasan mengenai penelitian, yaitu penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk melakukan suatu pengembangan, penguatan, dan pembinaan akan suatu ilmu pengetahuan. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini ialah sebagai berikut:

#### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian normatif. Menurut Muhaimin penelitian hukum normatif adalah serangkaian penelitian untuk menganalisis tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum, dan kepustakaan lainnya. Penelitian hukum normatif biasanya merupakan studi dokumen dengan menggunakan sumber bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan, teori hukum dan pendapat para ahli hukum.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Ishaq, *Dasar-dasar ilmu hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2016, hlm 65.

<sup>20</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, 2020, hlm.45.

## 2. Pendekatan Penelitian

Menurut gagasan Sukandarrumidi ia mendefinisikan bahwa pendekatan penelitian merupakan cara utama yang diperlukan peneliti untuk mencapai tujuan dan memastikan terhadap jawaban atas masalah yang diajukan. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan meliputi:

### a) Pendekatan perundang-undangan

Pendekatan perundang-undangan dikelola dengan mengupas semua Undang-undang dan regulasi yang berkesinambungan dengan isu hukum yang diperkarakan. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dalam rangka penelitian hukum untuk kepentingan praktis maupun penelitian hukum untuk kepentingan akademis.<sup>21</sup>

### b) Pendekatan Konseptual

Pendekatan konseptual dimulai dari sudut pandang dan doktrin yang berkembang dalam studi ilmu hukum. Dengan mengkaji perspektif serta doktrin tersebut di angan-angankan peneliti akan memperoleh gagasan yang mengeluarkan pengertian hukum, konsep hukum, dan asas-asas hukum yang signifikan dengan permasalahan yang akan dihadapi. Pemahaman akan

---

<sup>21</sup> Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum Legal Research*, Jakarta, PT Sinar Grafika Offset, 2014, hlm 110.

perspektif tersebut merupakan pedoman bagi penulis dalam menciptakan suatu pertimbangan hukum dalam menyelesaikan masalah yang akan dihadapi.<sup>22</sup>

### 3. Bahan Penelitian Hukum

Sumber dan bahan hukum yang akan digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

#### a. Bahan hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan gabungan dari produk-produk hukum yang memiliki kepastian hukum yang mengikat. Bahan hukum primer dalam penelitian ini mencakup:

1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata
2. Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan
4. Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
5. Undang-undang No 35 Tahun 2014 Perlindungan Anak
6. Undang-undang No 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan
7. Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan.
8. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan pelaksanaan Undang-undang No 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan.

---

<sup>22</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, PT Kencana, 2019, hlm. 95.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua informasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen dan berkas resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, serta komentar-komentar atas putusan pengadilan.<sup>23</sup>

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang akan direalisasikan dalam penelitian ini adalah metode peneliti kepustakaan yang dimana menggabungkan berbagai literasi, jurnal, peraturan perundang-undangan, artikel dan pendapat para ahli yang signifikan dengan permasalahan di dalam penelitian ini.

5. Analisis Bahan Hukum

Teknik analisis produk hukum dalam penelitian ini diterapkan dengan analisis kualitatif, yaitu menempatkan perhatiannya pada pilar-pilar umum yang melandasi perwujudan satuan-satuan indikasi yang ada dalam kehidupan manusia, atau bentuk-bentuk yang diamati gejala-gejala sosial budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kaidah-kaidah yang berlaku.<sup>24</sup> Cara penelitian kualitatif bekerja untuk menentukan bagaimana suatu hukum diaplikasikan terhadap suatu realitas serta menyelusuri penelitian terdahulu terkait putusan pengadilan yang dipermasalahkan.

---

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, PT Rineka Cipta, 2014, hlm.20.

## 6. Metode Penarikan Kesimpulan

Pada penelitian ini penulis mengimplementasikan penarikan kesimpulan berdasarkan cara deduktif, yang dimaksud deduktif yakni suatu cara berfikir yang bertolak dari kebenaran yang bersifat umum ke pernyataan yang bersifat khusus dengan memakai nalar tertentu. Cara berfikir deduktif ini membolehkan peneliti menarik kesimpulan besumber pada teori yang sudah ada tentang segala yang harus diamati.<sup>25</sup> Penarikan kesimpulan ini dipenuhi dengan memperhatikan tujuan penelitian yang telah diberlakukan. Penulis merealisasikan kesimpulan dan saran berpedoman dengan hasil penelitian.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Elfrianto dan Gusman Lesmana, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Medan, Umsu Press, 2022, hlm.3.

<sup>26</sup> na Ekasari, *Metode Penelitian*, Malang, AE Publishing, 2023, hlm.8.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Wardah Nuroniyah, 2022, *Hukum Perlindungan Anak di Indonesia*, PT Yayasan Hamjah Diha, Lombok.
- Yusuf Shofie, 2009, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-instrumen Hukumnya*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ishaq, 2016, *Dasar-dasar ilmu hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Hans Kelsen, 2006, *Teori Umum tentang Hukum dan Negara*, PT RajaGrafindo Persada, Bandung.
- H.R Ridwan, 2006, *Hukum Administrasi Negara*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram.
- Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, 2014, *Penelitian Hukum Legal Research*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Peter Mahmud Marzuki, 2019, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta.
- Burhan Ashshofa, 2014, *Metode Penelitian Hukum*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Elfrianto dan Gusman Lesmana, 2022, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Umsu Press, Medan.
- Ratna Ekasari, 2023, *Metode Penelitian*, AE Publishing, Malang.
- Teer, Haar 1984, *Azas-azas Hukum Adat*, Armico, Bandung.
- Soerjono, Soekanto, 1990, *Sosiologi Keluarga tentang Ikhwal Keluarga Remaja dan Anak*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Darwin, Prinst, 1997, *Hukum Anak di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Sinar Grafika, Jakarta.
- Liliweri, Alo, 2017, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, PT Citra Aditya, Bandung.

- Yusuf Shofie, 2009, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-instrumen Hukumnya*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Zulham, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Mariam Darus Badruzaman, 2015, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung.
- Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Erman Rajagukguk, Nurmandjito. H. E Saefullah, Tini Hadad, dkk, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.
- Siahaan N. H. T, 2007, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Pantai Rei, Jakarta.
- Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia Widiasrana, Jakarta.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Sinar Grafika, Jakarta.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Sinar Grafika, Jakarta.

### **Jurnal**

- Tiara Nabila dan Muthia Sakti, 2023, “Perlindungan Konsumen Atas Iklan Produk Rokok sebagai upaya menurunkan prevalensi perokok anak”, *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 4, No. 2.
- Wahyu Gito, Nahla Jovial Nisa dkk., 2022, “Hubungan Keterpaparan Ikla Rokok dengan Preferensi Rokok yang disukai Anak”, *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada*, Vol. 13, No. 1.
- Iskandar Al Qudri, Iskandar A Gani, 2020, “Tanggung Jawab Pemerintah terhadap Iklan Rokok yang merugikan Konsumen dalam sistem Hukum Positif”, *Jurnal ilmu Hukum*, Vol 4 No 4.
- Klaudia Sura, 2021, “Analisis Etika Bisnis terhadap Penayangan Iklan rokok di Pertelevisian Indonesia”. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3 No 2.

- Dianita Sugiyo dan Resti Yulianti Sutrisno., 2021, “Partisipasi Masyarakat dalam Melindungi Pelajar Sekolah dari Iklan, Promosi, dan Sponsor Tembakau, *Journal Community Engagement in Health*, Vol. 4 No 1.
- Budi Kurniawan, Mayang Sari Ayu., 2023, “Analisis Pengetahuan dengan Perilaku Merokok pada Remaja, *Jurnal Ilmu Kesehatan*, Vol. 8 No 2.
- Nurchayaning, 2023, “Pengaruh Iklan Merokok terhadap Tingkat Konsumsi Rokok pada Anak di bawah 18 Tahun, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.3 No. 1.
- Fildza Fadhila, Zainal Fatah, “Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Perilaku Merokok Remaja”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5 No. 2.
- N.P Boturan, Simatupang, 2024, “Kajian Hukum terhadap Perlindungan Anak dibawah Umur”, *Jurnal Yurisprudensi*, Vol 4, No 1.
- Reza Fakhlevi, 2022, “Kejahatan Anak dibawah Umur dari segi Aspek Sosiologi Hukum”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6, No 1.
- Zulfikar, Teuku, Fathinuddin Muhammad, 2023, “Hak dan Kewajiban Orang Tua terhadap Anak berdasarkan Pasal 45 Undang-undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 2.
- Fitriani, Rini 2021, “Peranan Penyelenggara Perlindungan Anak dalam melindungi dan memenuhi Hak-hak Anak”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6, No 1.
- Diana, Sunarti 2022, “Pembinaan Pelaku Usaha Kreatif dan Pengrajin Kecamatan Ciputat Timur, Tangerang Selatan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 3, No 4.
- Zulvia, Maka 2021, “Bentuk Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Pesaing terhadap Posisi Dominan dalam Penerapan Rule of Reason”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 2.
- Amanda Ayu, Rizki 2021, “Faktor-faktor yang mempengaruhi Anti Monopoli dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat; Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha dan Pelaku Usaha (Literature Review Etika)”, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol 3, No 5.
- A. Ayub, Utomo 2020, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Produk Cacat berdasarkan Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 7, No 6.

- Habibah, Ulfa, 2024, “Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Kab. Kuningan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 3, No 1.
- Sandra, Dewi 2020, “Penyuluhan Hukum Kewajiban Pelaku Usaha Makanan dan Minuman di Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 1.
- Syafrida, 2020, “Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha melakukan Perbuatan yang dilarang dalam Kegiatan Usaha Berdasarkan Pasal 8, Juncto 19 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tetntang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 2.
- Kurniasari, Tri Widya, 2022, “Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha UMKM terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital Marketplace melalui Penetapan Harga dan Penguatan Pasar”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 10, No 2.
- Ikhsani, Dio Viragus, Amir Diana, 2022, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen atas Iklan yang Menyesatkan ditinjau dari Undang-undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 1.
- Tuela, Marcelo Leonardo, 2021, “Upaya Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Barang yang Diperdagangkan”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 3.
- Ocatvia, Puteri Asyifa, 2021, “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 3, No 1.
- Rahmadanti, Intan, 2022, “Perlindungan Hukum terhadap Notaris berdasarkan Prinsip Based on Fault of Liability (Tanggung Jawab berdasarkan kesalahan)”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 2.
- Umboh, Armando, 2020, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Pemenuhan Hak Konsumen menurut Hukum Positif Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6, No 6.
- Lukitaningsih, Ambar, 2023, “Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal Ekonomi*, Vol 13, No 2.
- Panda, Christo Mario, 2022, “Tinjauan Hukum terhadap Iklan yang Menyesatkan berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Hukum Internasional”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 7, No 2.

- Saraswati, Karin, 2020, “Efektivitas Iklan Kamliabeauty X Tasyafarasya Lipswatch pada Instagram Beauty Influencer Tasya Farasaya”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 8, No 2.
- Rahmat, Dadang, 2020, “Dinamika Iklan Pengobatan Alternatif di Televisi”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 3, No 2.
- Hidayani, Sri, 2021, “Aspek Hukum Perdata dalam Penyiaran dan Penayangan Iklan di Televisi di TVRI Sumut”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 3, No 1.
- Fakhlevi Reza, 2021, “Analisis Bahasa Persuasi dalam Iklan Layanan Masyarakat tentang Covid-19”, *Jurnal Skripta*, Vol 7, No 2.
- Pujiyanto, 2022, “Strategi Pemasaran Produk melalui Media Periklanan”, *Jurnal Sastra dan Seni*, Vol 5, No 1.
- Muhammad Al Arief, Hafisyah, 2020, “Perlindungan Konsumen terhadap Penjualan Rokok kepada Anak dibawah Umur di Kota Banda Aceh”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 2, No 1.
- Anhari Achadi, 2022, “Regulasi Pengendalian masalah rokok di Indonesia”, *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, Vol 2, No 4.
- Listy Handayani, 2023, “Gambaran Kebiasaan Merokok pada Usia Dewasa di Indonesia”, *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, Vol 3, No 4.
- Christofel Yosafat Maparipe, Mien Soputan, 2024, “Analisi Yuridis terhadap Penegakan Hukum Larangan Penjualan Rokok kepada Anak dibawah Umur di Kota Manado”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 13, No 4.
- Abil Fida Ismail, Widhi Cahyo Nugroho, 2024, “Peraturan Perundang-undangan di indonesia terkait Perlindungan Konsumen terhadap Iklan Produk Rokok”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 2, No4.
- Aisyah Nur Cita Zakiyyah, Abdul Muhid, 2023, “Efektivitas Layanan Konseling Kelompok dengan Teknik Self-Management untuk mengurangi Perilaku Merokok Siswa”, *Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol 3, No 1.
- Muhammad Irfan Ilmi, 2021, “Perlindungan Hukum bagi Masyarakat bukan Perokok dari Dampak Asap Rokok”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 7, No 1.

## **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5606).

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252).

Undang-undang 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).

Peraturan Pemerintah 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).

## **Internet**

Pradipta Pandu Mustika, dan Narun Katingka, “Iklan dan Promosi Rokok Masih Terus Membayangi Anak”, Kompas Id, <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/07/01/tematik-rokok-iklan-dan-promosi-rokok-masih-terus-membayangi-anak>, diakses 6 September 2024.

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, “Perokok Aktif di Indonesia Tembus 70 Juta Orang Mayoritas Anak Muda”, <https://d3v.kemkes.go.id/id/%20perokok-aktif-di-indonesia-tembus-70-juta-orang-mayoritas-anak-muda>, diakses 6 September 2024.

Bola.com, “menurut Para Ahli Fungsi dan Tujuannya”, Bola.com, <https://www.bola.com/ragam/read/4670003/pengertian-iklan-menurut-para-ahli-ketahui-fungsi-dan-tujuannya?page=4>, diakses 29 Januari 2025.

Liputan 6, “Pengertian Iklan secara umum dan menurut Para Ahli”, Liputan6.com, <https://www.liputan6.com/hot/read/5284624/pengertian-iklan-secara-umum-dan-menurut-ahli-ketahui-tujuannya?page=7>, diakses 29 Januari 2025.

Badan Pusat Statistik, “Lembaga Nonprofit sebagai Pelengkap Perekonomian”, Bps.Id, <https://jambi.bps.go.id/id/news/2022/08/14/252/lembaga-non-profit-sebagai-pelengkap-perekonomian.html>, diakses 30 Januari 2025.

Liputan 6, “Tujuan Iklan, Pengertian, Jenis dan Fungsinya”, Liputan6.com, <https://www.liputan6.com/hot/read/5288208/tujuan-iklan-pengertian-jenis-dan-fungsinya-yang-perlu-diketahui?page=6>, diakses 30 Januari 2025.

Hukum Online, “Teori-teori Perlindungan Hukum menurut Para Ahli”, Hukum Online.com, [https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/?page=all?utm\\_source=&utm\\_medium=internal\\_link\\_klinik&utm\\_campaign=Teori\\_Perlindungan\\_Hukum\\_Menurut\\_Para\\_Ahli](https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/?page=all?utm_source=&utm_medium=internal_link_klinik&utm_campaign=Teori_Perlindungan_Hukum_Menurut_Para_Ahli), diakses 20 Februari 2025.

Badan Pemeriksa Obat dan Makanan, “BPOM bentuk SDM Unggul Awasi Mutu dan Iklan Obat serta Produk Tembakau”, BPOM.id, <https://www.pom.go.id/berita/bpom-bentuk-sdm-unggul-awasi-mutu-dan-iklan-obat-serta-produk-tembakau>, diakses 20 Februari 2025.

Hukum Online, “Teori-teori Perlindungan Hukum menurut Para Ahli”, Hukum Online.com, [https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/?page=all?utm\\_source=&utm\\_medium=internal\\_link\\_klinik&utm\\_campaign=Teori\\_Perlindungan\\_Hukum\\_Menurut\\_Para\\_Ahli](https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/?page=all?utm_source=&utm_medium=internal_link_klinik&utm_campaign=Teori_Perlindungan_Hukum_Menurut_Para_Ahli), diakses 20 Februari 2025.