

Peringati Hari Anak Nasional 2020, CISDI Tampilkan Teatrikal Sidang Anak untuk Ungkap Trik Industri Rokok Targetkan Anak-Anak

- *Peringati Hari Anak Nasional 2020, CISDI berkolaborasi bersama Komunitas Cerita Cinta Anak Indonesia (CCAI) dan Keluarga Pendongeng mengungkap trik industri rokok dalam memasarkan produk tembakau yang menargetkan anak dan remaja dalam penyelenggaraan Teatrikal Sidang Anak*
- *Angka perokok pemula usia 10-18 tahun yang meningkat hingga 9,1% menandakan kegagalan pemerintah dalam memenuhi target penurunan angka perokok hingga 5,4% pada RPJMN 2015-2019*
- *Sejalan dengan tema Hari Anak Nasional 2020, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA), Penasihat Senior Dirjen WHO bidang Gender dan Pemuda, serta Ketua Forum Anak Nasional mengingatkan kembali bahwa anak harus dilindungi dari dampak bahaya rokok demi terwujudnya generasi muda Indonesia yang berkualitas.*

Jakarta, 23 Juli 2020 – *Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives* (CISDI) bekerja sama dengan Komunitas Cerita Cinta Anak Indonesia (CCAI) dan Keluarga Pendongeng menyelenggarakan teatrikal sidang anak dan *talkshow* bertajuk *Teatrikal Persidangan Anak Indonesia: Ketok Palu terhadap Dugaan Kejahatan Industri Rokok yang Menargetkan Anak-anak* pada Kamis, 23 Juli 2020. Kegiatan ini merupakan bentuk peringatan Hari Anak Nasional 2020 yang dirayakan pada hari yang sama. Sejalan dengan tema perayaan Hari Anak Nasional “Anak Terlindungi, Indonesia Maju”, CISDI tergerak untuk kembali mengingatkan masyarakat perihal strategi industri rokok yang kerap menargetkan anak-anak sebagai pangsa pasar terbesar industri rokok saat ini. Teatrikal sidang anak disiarkan melalui Youtube, dan aplikasi pertemuan daring Zoom.

Sejak tahun 1950, industri rokok menetapkan anak dan remaja usia 10-13 tahun sebagai target konsumen utama (Campaign for Tobacco Free Kids, 2020). Hal itu dilakukan melalui penayangan iklan, promosi, dan *sponsorship* industri rokok dalam berbagai kegiatan yang dekat dengan anak dan remaja seperti konser musik, pertandingan olahraga, dan pemberian beasiswa pendidikan. *Global Youth Tobacco Survey* 2019 mencatat 56% pelajar mendapati orang merokok di dalam bangunan sekolah dan di luar kompleks sekolah. Yayasan Lentera Anak, dalam Laporan Pengawasan Iklan Rokok (2017) melaporkan bahwa 85% sekolah dari mulai TK hingga SMA dikepung oleh iklan rokok. Meskipun pemerintah sudah menerapkan

beberapa regulasi yang membatasi paparan rokok kepada anak dan remaja, seperti Peraturan Pemerintah No. 109/2012, Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 64/2015 dan Peraturan Menteri PPPA No. 2/2009 terkait pelarangan iklan rokok khususnya di lingkungan sekolah dan fasilitas umum, pengawasan dan penegakkan hukum belum berjalan optimal.

Lebih parah, industri rokok mulai menangkap gelagat kaum muda yang aktif berselancar di internet dan media sosial dengan memasang iklan rokok pada keduanya. Sekitar 36% responden usia pelajar menonton iklan rokok di internet dan media sosial (*Global Youth Tobacco Survey*, 2019). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat dari 5.900 sampel, 91% remaja usia 15-19 tahun dan 66% anak usia 10-14 tahun adalah pengguna internet (2019). Namun, belum ada kebijakan yang mengatur pemasangan iklan rokok di internet.

Hasilnya, berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan (Riskesdas), angka perokok pemula usia 10-18 tahun terus meningkat, dari 7,2% (2014) menjadi 8,7% (2016), dan 9,1% (2018). Angka ini jelas menunjukkan kegagalan pemerintah menargetkan penurunan angka perokok hingga 5,4% berdasarkan RPJMN 2015-2019. Hal ini diperparah dengan harga rokok yang masih sangat terjangkau bagi anak-anak meskipun pemerintah telah menaikkan tarif cukai tembakau sebesar 23% pada Januari 2020.

Manik Marganamahendra, Aktivis Pengendalian Tembakau, menyampaikan bahwa paparan rokok kepada anak-anak Indonesia semakin besar. Pemasangan iklan industri rokok pada internet dan media sosial turut meningkatkan potensi meningkatnya perokok pemula. “Anak-anak Indonesia saat ini mulai menyadari bahwa mereka adalah target industri rokok yang strategis. Beberapa di antara mereka mulai bersuara dan menuntut perlindungan dari pembuat kebijakan, utamanya Presiden RI, dari gempuran industri rokok. Ketika kita masih menganggap remeh anak-anak, mereka malah mengajarkan kita makna integritas. Hal ini menunjukkan visi yang besar dari anak-anak Indonesia untuk membangun masa depan cerah tanpa campur tangan industri rokok.”

Tristania Faisa Adam, Ketua Forum Anak Nasional, menyadari posisi anak-anak Indonesia sebagai target industri rokok. Oleh karenanya, mereka terus menyuarakan kebijakan yang berpihak pada perlindungan anak. “Hari ini Forum Anak Nasional menyampaikan Suara Anak Nasional kepada Presiden dan Ibu Menteri PPPA. Poin ke-tujuh Suara Anak Nasional meminta Presiden dan Ibu Menteri PPPA untuk memantau dan memperketat peraturan terkait iklan, promosi, dan sponsor rokok di seluruh wilayah Indonesia. Survei dari Forum Anak Nasional mendapati ada beberapa warung yang sengaja menempatkan rokok di samping makanan anak. Hari ini kita masih melihat upaya promosi produk-produk rokok berbalut iklan dan kegiatan yang disponsori oleh industri rokok. Paparan dari media-media yang mempromosikan rokok secara tidak langsung mendorong anak menjadi konsumen rokok. Hal itu belum ditambah

dengan mudahnya anak-anak membeli rokok di sekitar sekolah. Cukup dengan Rp. 1.000 mereka bisa mendapatkan satu batang rokok. Menurut saya, tujuan industri rokok menjadikan anak sebagai target sudah terealisasi. Jika pemerintah menginginkan Generasi Emas tahun 2045, pemerintah harus serius dan tegas dalam pembuatan kebijakan dan penegakan hukum. Saya ingin persidangan yang ditampilkan dalam Teatrikal Sidang hari ini menjadi kenyataan,” ujar Tristania.

Drs. Hendra Jamal's, M.Si, Asisten Deputi Pemenuhan Hak Anak atas Kesehatan dan Kesejahteraan, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI, mendorong komitmen pembuat kebijakan tertinggi untuk menekan kegiatan industri rokok kepada anak-anak. “Kebijakan ini sejalan dengan kebijakan Kota Layak Anak yang menetapkan indikator Kawasan Tanpa Rokok (KTR) dan kota bebas iklan, promosi dan *sponsorship* rokok sebagai prasyarat Kota Layak Anak. Kementerian PPPA juga ingin mendorong revisi aturan pemerintah PP No. 109/2012 untuk memperketat larangan menjual rokok tembakau kepada anak; larangan menjual produk rokok dalam bentuk batangan; penguatan Kawasan Tanpa Rokok (KTR); serta tidak melibatkan anak dalam iklan, promosi, dan sponsor industri rokok. Yang terpenting, pemimpin tertinggi juga perlu meratifikasi WHO *Framework Convention of Tobacco Control* (WHO FCTC) serta memastikan cukai rokok perlu ditingkatkan secara signifikan agar harga rokok tidak lagi terjangkau oleh anak-anak.”

Diah Saminarsih, Senior Advisor on Gender and Youth for WHO Director General & Founder of CISDI menekankan pentingnya persamaan persepsi yang menempatkan perlindungan terhadap anak sebagai agenda global maupun nasional. “WHO mengakui hak anak sebagai dasar pembuatan kebijakan dengan mengedepankan prinsip non-diskriminasi, mempertimbangkan kepentingan anak, memenuhi hak hidup dan perkembangan anak, serta menghormati sudut pandang anak. Situasi ini menuntut seluruh warga dunia untuk mengambil peran yang lebih besar tidak hanya dalam perlindungan anak tetapi juga pengendalian tembakau. Saya sangat mengapresiasi langkah Pemerintah Indonesia yang telah menaikkan tarif cukai hasil tembakau sebesar 23% dan batasan harga jual eceran (HJE) sebesar 35% sejak satu Januari 2020. Tetapi kenaikan ini belum memenuhi rekomendasi WHO untuk menerapkan cukai minimal 70% dari harga jual. Oleh karenanya, saya mengajak seluruh lapisan masyarakat, utamanya para pembuat kebijakan, untuk mengedepankan prinsip-prinsip perlindungan anak khususnya untuk menekan intervensi industri rokok,” tutup Diah.

Teatrikal sidang ini terlaksana atas kolaborasi CISDI dengan komunitas Cerita Cinta Anak Indonesia (CCAI) dan Keluarga Pendongeng. Didirikan oleh Sonny Kusbiyono, atau yang akrab dipanggil Kakek Uban, Komunitas Cerita Cinta Anak Indonesia (CCAI) adalah komunitas sosial yang memiliki kepedulian terhadap anak-anak, khususnya anak-anak marjinal, berkebutuhan khusus, dan difabel. Sonny sendiri adalah seorang sutradara seni.

Bersama istri dan anak-anaknya yang dikenal dengan sebutan Keluarga Pendongeng, ia menunjukkan kecintaan pada dunia seni dan menyampaikan pesan-pesan sosial melalui pertunjukkan seni.

- SELESAI -

Tentang CISDI

Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI) adalah organisasi masyarakat sipil yang mendukung terwujudnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) melalui pembangunan kesehatan dan pelibatan kaum muda dalam pembangunan kesehatan. CISDI melakukan kajian isu prioritas berdasarkan pengalaman mengelola program penguatan pelayanan kesehatan primer di daerah sub-urban dan DTPK, riset dan analisa kebijakan kesehatan, kampanye perubahan sosial, serta keterlibatan dalam diplomasi kesehatan di tingkat nasional dan global. Program penguatan pelayanan kesehatan primer yang CISDI ampu, Pencerah Nusantara, diadopsi oleh Kementerian Kesehatan sebagai program nasional Nusantara Sehat, pada tahun 2015 yang diharapkan mampu memperkuat pelayanan kesehatan primer di lebih dari 5.000 daerah DTPK. CISDI juga aktif mengadvokasi kebijakan dalam isu-isu prioritas lainnya seperti pengendalian tembakau, peningkatan status gizi masyarakat, dan pelibatan kaum muda dalam pembangunan kesehatan.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan hubungi:

Sdr. Amru Sebayang

Content & Media Officer

Email: communication@cisdi.org

www.cisdi.org