



MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA

KEPUTUSAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR HK.01.07/MENKES/963/2026

TENTANG

PEDOMAN PENGAWASAN IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK
ELEKTRONIK DI MEDIA SOSIAL BERBASIS DIGITAL, SITUS WEB, DAN
APLIKASI ELEKTRONIK KOMERSIAL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka melindungi kesehatan masyarakat, mengurangi daya tarik dan mencegah perokok pemula, dan pengendalian dampak konsumsi produk tembakau dan rokok elektronik bagi kesehatan, perlu dilakukan pengawasan iklan produk tembakau dan rokok elektronik di media sosial berbasis digital, situs web, dan aplikasi elektronik komersial sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a serta untuk melaksanakan ketentuan Pasal 446 dan Pasal 447 Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, perlu menetapkan Keputusan Menteri Kesehatan tentang Pedoman Pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran

Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905);

2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 105, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6887);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 135, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6952);
5. Peraturan Presiden Nomor 161 Tahun 2024 tentang Kementerian Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 357);
6. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 21 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kesehatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1048) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 17 Tahun 2025 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 21 Tahun 2024 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kesehatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 1128);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI KESEHATAN TENTANG PEDOMAN PENGAWASAN IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK DI MEDIA SOSIAL BERBASIS DIGITAL, SITUS WEB, DAN APLIKASI ELEKTRONIK KOMERSIAL.

KESATU : Menetapkan pedoman pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial yang selanjutnya disebut Pedoman Pengawasan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.

KEDUA : Pedoman Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU digunakan sebagai acuan bagi:

- a. Kementerian Kesehatan, pemangku kepentingan terkait termasuk kementerian/lembaga dan pemerintah daerah, serta masyarakat dalam melakukan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial; dan
- b. Kementerian Kesehatan dalam memberikan rekomendasi kepada Kementerian Komunikasi dan Digital menindaklanjuti hasil pengawasan termasuk pelaporan/pengaduan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.

KETIGA : Dalam rangka optimalisasi, efektivitas, dan konsolidasi terhadap penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial, perlu membentuk satuan tugas pengawasan yang terdiri atas unsur unit utama di lingkungan Kementerian Kesehatan dan masyarakat yang pengorganisasiannya ditetapkan oleh Direktur Jenderal yang mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penanggulangan penyakit.

- KEEMPAT : Pendanaan dalam pelaksanaan Keputusan Menteri ini dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- KELIMA : Keputusan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 14 September 2026

MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BUDI G. SADIKIN

Salinan sesuai dengan aslinya
Plt. Kepala Biro Hukum
Sekretariat Jenderal Kementerian Kesehatan,



Indah Febrianti, S.H., M.H.
NIP 197802122003122003

LAMPIRAN
KEPUTUSAN MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR HK.01.07/MENKES/963/2026
TENTANG
PEDOMAN PENGAWASAN IKLAN PRODUK
TEBKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK DI
MEDIA SOSIAL BERBASIS DIGITAL,
SITUS WEB, DAN APLIKASI ELEKTRONIK
KOMERSIAL

PEDOMAN PENGAWASAN IKLAN PRODUK TEBKAU DAN ROKOK
ELEKTRONIK DI MEDIA SOSIAL BERBASIS DIGITAL, SITUS WEB, DAN
APLIKASI ELEKTRONIK KOMERSIAL

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Konsumsi rokok di Indonesia masih menjadi masalah kesehatan yang mengkhawatirkan. Prevalensi perokok pada kelompok usia 25-44 tahun memiliki angka tertinggi hingga 73,3% (*Global Adult Tobacco Survey/GATS*, 2021). Anak dan remaja juga ikut terjerat perilaku konsumsi rokok, persentase perokok anak di Indonesia naik dari 7,2% tahun 2013 menjadi 7,4% di tahun 2023 berdasarkan data Survei Kesehatan Indonesia (SKI). Walaupun Pemerintah mencapai target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2019-2024 untuk menurunkan persentase perokok anak menjadi 8,7%, tetapi angka perokok saat ini masih jauh jika dibandingkan target RPJMN 2014–2019 sebesar 5,4% (Riset Kesehatan Dasar, 2018). Ditambah lagi, penggunaan rokok elektronik meningkat signifikan dalam dekade terakhir yaitu 0,3% atau 480.000 pengguna pada 2011 menjadi 3% atau 6,6 juta pengguna pada 2021 (GATS, 2021). Salah satu kesulitan mengendalikan angka perokok adalah maraknya iklan, promosi, dan *sponsorship* rokok. Kegiatan tersebut berpotensi meningkatkan inisiasi perokok baru, peningkatan konsumsi rokok, menurunkan keberhasilan upaya berhenti merokok.

Pada awal tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 79.5% atau 221,6 juta penduduk (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2024). Tingginya pengguna internet tersebut dapat menjadi akses keterpaparan iklan, promosi dan *sponsorship* rokok melalui media *online* seperti media sosial, situs web, dan aplikasi elektronik komersial karena dalam waktu 10 tahun terakhir terjadi peningkatan signifikan. Paparan iklan, promosi, dan *sponsorship* rokok pada dewasa melalui media *online* meningkat dari 1,9% (2011) menjadi 21,4% (2021) (GATS, 2021), sedangkan anak dan remaja sebanyak 36,2% (GATS, 2019). Menurut laporan Vital Strategies (2022), penggunaan pelantar (*platform*) sosial media, termasuk instagram (67%), facebook (23%), dan twitter/x (7%) menjadi cara yang populer untuk mempromosikan produk tembakau dan rokok elektronik. Bahkan, *endorsement* rokok elektronik oleh *influencer* di instagram menjadi hal yang cukup umum. Dari 100 *influencer* yang terlibat, 40% diantaranya memiliki lebih dari 10.000 pengikut (Akademisi Komunikasi Indonesia untuk Pengendalian Tembakau, 2022).

Indonesia tercatat masih menduduki peringkat yang cukup rendah dalam indeks pelarangan iklan, promosi, dan *sponsorship* rokok jika dibandingkan dengan negara-negara di wilayah ASEAN (*Southeast Asia Tobacco Control Alliance*, 2022). Indonesia memerlukan upaya pengendalian iklan, promosi, dan *sponsorship* produk tembakau dan rokok elektronik dengan segera, salah satunya melalui penyusunan kebijakan pengawasan iklan produk tembakau dan rokok elektronik di media sosial berbasis digital, situs web, dan aplikasi elektronik komersial serta pembentukan satuan tugas yang mewujudkan implementasi pengendalian tersebut.

B. TUJUAN

1. Tujuan Umum

Melindungi masyarakat dari paparan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan sehat serta bebas dari informasi yang menyesatkan dan merugikan kesehatan masyarakat.

2. Tujuan Khusus

- a. Memberikan acuan bagi Menteri Kesehatan, pemangku kepentingan terkait termasuk kementerian/lembaga dan

pemerintah daerah, serta masyarakat untuk melakukan pengawasan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.

- b. Memberikan acuan bagi Kementerian Kesehatan dalam memberikan rekomendasi pemutusan akses informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik atas pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial kepada Kementerian Informasi dan Digital.
- c. Memberikan acuan terkait konten Iklan bagi Kementerian Komunikasi dan Digital untuk melakukan pemutusan akses informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik atas pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
- d. Memberikan acuan bagi setiap orang baik orang perseorangan termasuk korporasi dalam menyelenggarakan Iklan yang berkaitan dengan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial agar tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

C. RUANG LINGKUP

1. Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
2. Peran Kementerian Kesehatan, pemangku kepentingan terkait, dan masyarakat.
3. Satuan tugas pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik.
4. Pelaporan/pengaduan dan tindak lanjut atas pelaporan/pengaduan.
5. Pembinaan dan pengawasan.
6. Pendanaan.

D. SASARAN

1. Kementerian Kesehatan.
2. Pemangku kepentingan terkait termasuk kementerian/lembaga dan

pemerintah daerah.

3. Masyarakat baik yang berperan aktif melakukan pengawasan maupun yang menyelenggarakan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik seperti penyelenggara sistem elektronik.

KEMENTERIAN KESEHATAN

BAB II

PENGAWASAN IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK DI MEDIA SOSIAL BERBASIS DIGITAL, SITUS WEB, DAN APLIKASI ELEKTRONIK KOMERSIAL

Masyarakat Indonesia harus terlindungi dari Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik, khususnya yang menargetkan anak-anak dan remaja termasuk yang melalui Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial. Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan telah mengatur ketentuan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik diantaranya di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial. Hal tersebut sebagai langkah strategis untuk menekan aksesibilitas dan daya tarik Produk Tembakau dan Rokok Elektronik kepada masyarakat, terutama kelompok rentan seperti anak, remaja, dan perempuan hamil.

A. DEFINISI DAN ISTILAH

Dalam Keputusan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Produk Tembakau adalah setiap produk yang seluruhnya atau sebagian terbuat dari daun tembakau sebagai bahan bakunya yang diolah untuk digunakan dengan cara dibakar, dipanaskan, diupkan, dihisap, dihirup, dikunyah, atau dengan cara konsumsi apapun.
2. Rokok Elektronik adalah hasil tembakau berbentuk cair, padat, atau bentuk lainnya yang berasal dari pengolahan daun tembakau yang dibuat dengan cara ekstraksi atau cara lain sesuai dengan perkembangan teknologi dan selera konsumen tanpa mengindahkan bahan pengganti atau bahan pembantu dalam pembuatannya yang disediakan untuk konsumen akhir dalam kemasan penjualan eceran, atau produk yang mengandung nikotin dan/atau bahan lain berbentuk cair, padat, atau bentuk lainnya, dan/atau hasil olahannya termasuk pembuatan sintetis yang jenis dan sifatnya sama atau serupa, yang dikonsumsi dengan cara dipanaskan menggunakan alat pemanas elektronik kemudian dihisap.
3. Iklan adalah kegiatan berupa pesan komunikasi untuk menginformasikan, memperkenalkan, dan mempromosikan mengenai suatu produk dengan atau tanpa imbalan kepada khalayak

sasarannya baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk visual, audio, atau audio visual diantaranya berupa gambar, tulisan, suara, warna, slogan, semboyan, atau bentuk lain yang disampaikan melalui berbagai cara untuk pemasaran dengan menampilkan identitas merek (*brand image*) dan/atau logo untuk tujuan mempengaruhi perilaku khalayak.

4. Media Sosial Berbasis Digital adalah sistem elektronik berupa pelantar (*platform*) *online* atau aplikasi yang menggunakan teknologi internet untuk memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi satu sama lain secara *online* tanpa dibatasi ruang dan waktu.
5. Situs Web adalah sistem elektronik yang digunakan untuk mengolah, menyimpan, dan menyebarkan informasi elektronik, yang memerlukan *Uniform Resource Locator* (URL) untuk mengaksesnya.
6. Aplikasi Elektronik Komersial adalah sistem elektronik berupa perangkat lunak atau program yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menyampaikan iklan, dan transaksi jual beli barang/jasa secara elektronik, mencakup aplikasi yang memungkinkan perdagangan melalui internet.

B. IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK

1. Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial dapat berupa teks, gambar, audio, dan/atau video termasuk yang didalamnya terdapat interaksi seperti komentar, percakapan, atau bentuk interaksi lainnya.
2. Beberapa contoh Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik antara lain:
 - a. Iklan utama suatu Produk Tembakau dan/atau Rokok Elektronik yang menampilkan pesan persuasif untuk memperkenalkan, membangun kesadaran, atau meningkatkan penjualan barang/jasa dengan menonjolkan manfaat utama, menargetkan *audiens* spesifik melalui media yang tepat, menggunakan visual menarik, dan sering kali diakhiri dengan ajakan bertindak.
 - b. Penyisipan Produk Tembakau dan/atau Rokok Elektronik di dalam sebuah acara (seperti forum diskusi dan *streaming*) atau program acara hiburan atau informasi (seperti: komedi, *variety*

show, podcast, kuis, musik, berita, talk show, dokumenter, magazine show, dan feature), serta kegiatan lainnya.

- c. Penyisipan *brand image* produk tembakau dan/atau rokok elektronik melalui penempatan, penayangan, atau penyebarluasan unsur yang mengidentifikasi, merepresentasikan, atau membangun asosiasi terhadap Produk Tembakau dan/atau Rokok Elektronik, termasuk namun tidak terbatas pada nama merek, logo, warna khas, tulisan, jenis huruf, slogan, semboyan, grafis, desain kemasan, karakter, simbol, atau elemen lain yang membentuk citra dan identitas merek, di dalam suatu acara atau program, termasuk namun tidak terbatas pada forum diskusi, *streaming*, komedi, *variety show*, *podcast*, kuis, musik, berita, *talk show*, dokumenter, *magazine show*, *feature*, serta kegiatan lainnya.
 - d. *User Generated Content* yakni setiap konten yang dibuat, diunggah, atau disebarluaskan oleh pengguna media sosial berbasis digital yang secara langsung maupun tidak langsung bertujuan memperkenalkan, mempromosikan, meningkatkan daya tarik, citra, pengenalan merek, atau konsumsi Produk Tembakau dan/atau Rokok Elektronik.
 - e. Ulasan terhadap suatu Produk Tembakau dan/atau Rokok Elektronik termasuk yang memuat mengenai tutorial penggunaan, yang dilakukan oleh pengguna media sosial termasuk pemengaruh, selebriti media sosial (*selebgram*), atau pihak lain yang dimaksudkan untuk menjangkau pengikutnya (*audiens*) atau sasaran lainnya seperti melalui sebuah konten atau mekanisme lainnya.
 - f. Testimoni yang menampilkan penilaian pelanggan terhadap suatu Produk Tembakau dan Rokok Elektronik setelah menggunakannya.
 - g. Kegiatan lain yang memperagakan, menggunakan, dan/atau menampilkan wujud atau bentuk produk tembakau dan rokok elektronik, atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek Produk Tembakau dan Rokok Elektronik.
3. Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital

Setiap orang baik orang perseorangan termasuk korporasi yang memproduksi, mengimpor, dan/atau mengedarkan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik dilarang mengiklankan di Media Sosial Berbasis Digital.

4. Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik pada Situs Web dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial

Pengendalian Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik dilakukan sebagai berikut:

- a. Iklan mencantumkan peringatan kesehatan;
- b. Iklan mencantumkan tulisan "dilarang menjual dan memberi kepada orang di bawah usia 21 tahun dan perempuan hamil";
- c. Iklan tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa mengonsumsi Produk Tembakau dan Rokok Elektronik memberikan manfaat bagi kesehatan;
- d. Iklan tidak menggunakan kata atau kalimat yang menyesatkan dan/atau berupa ajakan untuk mengonsumsi Produk Tembakau dan Rokok Elektronik;
- e. Iklan tidak memperagakan, menggunakan, dan/atau menampilkan wujud atau bentuk Produk Tembakau dan Rokok Elektronik, atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek Produk Tembakau dan Rokok Elektronik;
- f. Iklan tidak menampilkan anak, remaja, dan/atau wanita hamil dalam bentuk gambar dan/atau tulisan;
- g. Iklan tidak ditujukan terhadap anak, remaja, dan/atau wanita hamil;
- h. Iklan tidak menggunakan kartun atau animasi sebagai bentuk tokoh iklan;
- i. Iklan tidak bertentangan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat; dan
- j. Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik pada Situs Web dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial menerapkan verifikasi umur untuk membatasi akses hanya kepada orang berusia 21 (dua puluh satu) tahun ke atas yang dapat mengakses Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penambahan fitur verifikasi umur yang digunakan untuk mengakses Situs Web dan/atau Aplikasi

Elektronik Komersial misalnya dapat dilakukan melalui mekanisme:

- 1) pengguna menginput data diri berupa nama lengkap, tanggal lahir, dan nomor induk kependudukan;
- 2) pengunggahan swafoto dan identitas diri; atau
- 3) mekanisme lain yang ditetapkan oleh pengelola situs web, dan aplikasi elektronik komersial,

untuk selanjutnya dilakukan pemeriksaan kesesuaian dengan tetap memperhatikan keamanan data dan perlindungan data pribadi, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain ketentuan pengendalian Iklan tersebut di atas, Situs Web dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial dapat menampilkan daftar produk (*listing product*) Produk Tembakau dan Rokok Elektronik yang memuat informasi berupa kategori produk, merek, fitur dan spesifikasi produk, gambar produk, dan/atau harga, sepanjang tidak memuat deskripsi dan/atau gambar yang bersifat menarik perhatian atau dirancang untuk mengiklankan dan/atau mempromosikan produk.

C. PERAN KEMENTERIAN KESEHATAN, PEMANGKU KEPENTINGAN TERKAIT, DAN MASYARAKAT

Kementerian Kesehatan, pemangku kepentingan terkait termasuk kementerian/lembaga, dan pemerintah daerah, serta masyarakat berperan dalam pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial perlu dilakukan sebagai upaya untuk melakukan pengawasan yang tepat, fokus, terpadu, dan sinergis sebagai bagian dari implementasi pengendalian produk tembakau dan rokok elektronik.

1. Kementerian Kesehatan

- a. Melakukan edukasi dan sosialisasi dan/atau berkoordinasi dengan pemangku kepentingan terkait untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada pihak terkait termasuk penyedia pelantar (*platform*) digital berkenaan dengan kebijakan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.

- b. Melakukan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - c. Menyediakan dan/atau mengoordinasikan sistem informasi yang dapat dimanfaatkan dalam pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik termasuk untuk kanal pengaduan atau pelaporan bagi pemangku kepentingan terkait dan masyarakat dalam hal menemukan dugaan pelanggaran ketentuan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - d. Melakukan rekapitulasi, verifikasi, dan pengkajian melalui satuan tugas pengawasan terhadap temuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - e. Menerbitkan rekomendasi untuk dilakukan penindakan atas temuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial kepada Kementerian Komunikasi dan Digital.
 - f. Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial termasuk monitoring dan evaluasi pelaksanaan penindakan.
2. Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah
- a. Melakukan edukasi dan sosialisasi dan/atau berkoordinasi dengan pemangku kepentingan terkait untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada pihak terkait termasuk penyedia pelantar (*platform*) digital berkenaan dengan kebijakan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - b. Melakukan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - c. Melaporkan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.

- d. Melakukan penindakan atas temuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial sesuai dengan kewenangan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - e. Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
3. Masyarakat
- a. Turut serta melakukan pengawasan serta edukasi dan sosialisasi terkait dengan kebijakan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.
 - b. Melaporkan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial.

D. SATUAN TUGAS PENGAWASAN IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK

- 1. Pembentukan satuan tugas pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di lingkungan Kementerian Kesehatan dimaksudkan untuk optimalisasi pengawasan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial, guna melindungi masyarakat dari dampak negatif konsumsi Produk Tembakau dan Rokok Elektronik. Adapun tujuan pembentukan satuan tugas untuk membantu Menteri Kesehatan dalam melakukan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial serta efektivitas pengawasan dan penyelarasan koordinasi dengan pemangku kepentingan terkait dan masyarakat.
- 2. Satuan tugas pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial dibentuk dengan melibatkan berbagai unsur unit utama di lingkungan Kementerian Kesehatan dan masyarakat yang

memiliki komitmen dalam pengawasan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik.

3. Satuan tugas memiliki tugas melakukan pengawasan, monitoring, verifikasi, dan analisis, serta menyusun rekomendasi tindak lanjut dan pelaporan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial untuk memastikan kepatuhan dan kesesuaian terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Satuan tugas dalam melaksanakan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial melakukan koordinasi internal maupun eksternal melalui pertemuan berkala atau sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan.
5. Kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dalam berperan serta melakukan pengawasan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial dapat membentuk tim atau satuan tugas pengawasan sesuai dengan kebutuhan.

E. PELAPORAN/PENGADUAN PELANGGARAN IKLAN PRODUK TEMBAKAU DAN ROKOK ELEKTRONIK DAN TINDAK LANJUT ATAS PELAPORAN/PENGADUAN

1. Penemuan dugaan pelanggaran iklan dapat dilakukan melalui:
 - a. pengawasan termasuk patroli *cyber* oleh Kementerian Kesehatan, kementerian/lembaga, dan pemerintah daerah, serta masyarakat terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial; dan
 - b. pelaporan/pengaduan oleh kementerian/lembaga dan pemerintah daerah, serta masyarakat melalui portal atau kanal yang disediakan oleh Kementerian Kesehatan atau Kementerian Komunikasi dan Digital.
2. Pendokumentasian penemuan dugaan pelanggaran
Penemuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik, baik yang diperoleh melalui kegiatan pengawasan atau melalui pelaporan/pengaduan, harus didokumentasikan melalui sistem informasi atau formulir pelaporan yang disediakan.

Pendokumentasian dilakukan untuk memastikan tersedianya informasi dan bukti yang memadai guna mendukung proses verifikasi, pengkajian, dan tindak lanjut atas dugaan pelanggaran. Data yang didokumentasikan paling sedikit memuat:

- a. informasi terkait dugaan pelanggaran, meliputi :
 - 1) jenis media atau pelantar (*platform*) digital yang digunakan;
 - 2) tanggal posting atau penayangan konten yang diduga melanggar;
 - 3) nama merek utama yang diiklankan;
 - 4) jenis produk yang diiklankan;
 - 5) nama akun atau identitas pihak yang mengunggah atau menayangkan konten;
 - 6) judul, caption, deskripsi, atau bentuk keterangan lain yang menyertai konten;
 - 7) *Uniform Resource Locator* (URL) dan/atau tautan Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial yang menunjukkan dugaan pelanggaran Iklan; dan
 - 8) waktu atau bagian tertentu dari konten yang menunjukkan dugaan pelanggaran (menit pelanggaran), khusus untuk konten audio visual; dan
 - b. bukti pendukung berupa bukti visual (tangkapan layar), rekaman, cuplikan video, atau dokumen elektronik lainnya yang relevan, tangkapan layar (*screenshot*) harus menunjukkan secara jelas konten yang diduga melanggar, mudah dibaca atau diakses, serta memuat informasi yang memadai sesuai dengan ketentuan dalam portal atau kanal sistem informasi pelaporan/pengaduan untuk mendukung proses verifikasi dan pengkajian lebih lanjut, atau sesuai dengan ketentuan yang terdapat di dalam portal atau kanal sistem informasi pelaporan/pengaduan tersebut.
3. Penyampaian pelaporan/pengaduan atas penemuan dugaan pelanggaran Iklan
- a. Pelaporan/pengaduan atas penemuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial dapat disampaikan melalui portal atau kanal sistem informasi yang disediakan oleh:

- 1) Kementerian Kesehatan
Pelaporan pengaduan dilakukan melalui sistem pelaporan yang diselenggarakan oleh Direktur Jenderal yang mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penanggulangan penyakit dengan menggunakan kanal pelaporan dan format formulir pengaduan yang tersedia.
 - 2) Kementerian Komunikasi dan Digital melalui portal resmi [Aduan Konten](#).
- b. Penyampaian pelaporan/pengaduan disertai dengan identitas pelapor (dapat menggunakan nama anonim) disertai dengan alamat email atau sesuai dengan ketentuan yang terdapat di dalam portal atau kanal sistem informasi pelaporan/pengaduan tersebut.
4. Tindak lanjut pelaporan/pengaduan atas penemuan dugaan pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial:
- a. Kementerian Kesehatan melakukan verifikasi dan pengkajian serta penyusunan rekomendasi pengenaan sanksi terhadap pelanggaran Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial. Selanjutnya dalam hal hasil verifikasi dan pengkajian dinilai memenuhi unsur pelanggaran ketentuan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial, Kementerian Kesehatan memberikan rekomendasi untuk dilakukan penindakan disertai dengan data dukung kepada Kementerian Komunikasi dan Digital.
 - b. Rekomendasi penindakan oleh Kementerian Kesehatan melalui pimpinan unit kerja yang memiliki tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, pemantauan, analisis, evaluasi, dan pelaporan di bidang pencegahan, pengendalian, dan penanganan penyakit tidak menular disampaikan kepada Kementerian Komunikasi dan Digital melalui tautan <https://instansi.aduankonten.id/>, untuk selanjutnya ditindaklanjuti Kementerian Komunikasi dan Digital

sesuai dengan mekanisme dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- c. Kementerian Kesehatan dan Kementerian Komunikasi dan Digital melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap penindakan yang telah dilakukan. Selanjutnya, dalam hal terjadi pelanggaran berulang sampai dengan 3 (tiga) kali pada akun yang sama, Kementerian Kesehatan dapat mengajukan penghapusan akun kepada Kementerian Komunikasi dan Digital.

F. PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Menteri Kesehatan dan Menteri Komunikasi dan Digital melaksanakan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing dan dapat saling berkoordinasi serta melibatkan pemangku kepentingan lain terkait dan masyarakat. Pembinaan dan pengawasan tersebut ditujukan untuk:

- a. memastikan penyelenggaraan pengawasan terhadap Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial agar berjalan efektif dan efisien serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- b. memastikan kepatuhan masyarakat dan/atau pihak terkait dalam penyelenggaraan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pembinaan dan pengawasan dilakukan melalui:

- a. advokasi dan sosialisasi;
- b. peningkatan jejaring kerja atau kemitraan;
- c. bimbingan teknis;
- d. pemantauan;
- e. evaluasi; dan/atau
- f. kegiatan pembinaan dan pengawasan lainnya.

G. PENDANAAN

Sumber pendanaan penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial bersumber pada:

- a. Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN); dan/atau
- b. sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam hal pemerintah daerah turut serta melakukan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan/atau Aplikasi Elektronik Komersial dilakukan oleh pemerintah daerah, pendanaan penyelenggaraan pengawasan dapat bersumber pada:

- a. Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD); dan/atau
- b. sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB III PENUTUP

Pedoman ini diharapkan dapat menjadi acuan yang jelas dan praktis bagi Kementerian Kesehatan, pemangku kepentingan terkait termasuk kementerian/lembaga terkait dan pemerintah daerah serta masyarakat dalam penyelenggaraan pengawasan Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik di Media Sosial Berbasis Digital, Situs Web, dan Aplikasi Elektronik Komersial. Selanjutnya dengan adanya pedoman ini, diharapkan dapat terselenggara Iklan Produk Tembakau dan Rokok Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta diharapkan dapat melindungi kesehatan masyarakat, mengurangi daya tarik dan mencegah bagi perokok pemula, dan mengendalikan dampak konsumsi produk tembakau dan rokok elektronik bagi kesehatan.

MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BUDI G. SADIKIN

Salinan sesuai dengan aslinya

Plt. Kepala Biro Hukum

Sekretariat Jenderal Kementerian Kesehatan,



Indah Febrianti, S.H., M.H.
NIP 197802122003122003