

**Pengaturan Penggunaan *Brand Image* Industri rokok Dalam Pelaksanaan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Di
Indonesia Berdasarkan Peraturan Kesehatan Dan Pelindungan Anak**

INTISARI

Oleh :

Soewardiman Al Afghani¹ dan Veri Antoni²

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peraturan, mengkaji urgensi dan penegakan peraturan yang berkaitan tentang penggunaan *brand image* dari Industri rokok dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) di Indonesia berdasarkan peraturan kesehatan dan perlindungan Anak.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, kajian peraturan dari peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur terkait dengan penggunaan *brand image* dari Industri rokok dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) di Indonesia berdasarkan peraturan kesehatan dan perlindungan anak. Data yang diperoleh kemudian akan dianalisis secara kualitatif, dan disajikan secara deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa peraturan penggunaan *brand image* Industri rokok dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia tidak dapat diakomodir oleh Undang-undang terkait tentang Perseroan Terbatas, untuk mengakomodir kekurangan tersebut diperlukannya peraturan yang berkait dengan kesehatan dan juga perlindungan anak. Oleh karenanya menjadi wajib bagi Industri rokok untuk mentaati peraturan penggunaan *brand image* Industri rokok dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia berdasarkan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan kesehatan dan perlindungan anak. Menindaklanjuti urgensi dan penegakan dari penggunaan *brand image* Industri rokok dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* berdasarkan peraturan kesehatan dan perlindungan anak maka ketaatan Industri rokok dalam menggunakan *brand image* Industri rokok menjadi aspek terpenting dalam hal melindungi kesehatan masyarakat dan juga perlindungan terhadap anak-anak.

Kata Kunci: *Brand Image*, Industri Rokok, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*corporate social responsibility*)

¹ Mahasiswa Program Pascasarjana Magister Hukum Bisnis dan Kenegaraan Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

*Regulation Of The Cigarette Industry's Brand Image In The Implementation Of
Corporate Social Responsibility Based On Indonesian Health And Child
Protection Regulations*

ABSTRACT

Oleh :

Soewardiman Al Afghani¹ and Veri Antoni²

The purpose of this study is to assess the regulation, as well as the urgency and enforcement of legislation relating to the use of the tobacco industry's brand image in the application of corporate social responsibility in Indonesia, as well as the Health and Child Protection regulations.

This study is a normative legal analysis of the rules and regulations in Indonesia that govern the use of the tobacco industry's brand image in the implementation of corporate social responsibility in Indonesia based on Health and Children's regulations. The information gathered will be examined qualitatively and presented in a descriptive manner.

The results of this study conclude that the regulation of the use of the cigarette industry's brand image in the implementation of corporate social responsibility in Indonesia cannot be accommodated by the relevant Law on Limited Liability Companies, to accommodate these deficiencies, regulations relating to health and child protection are needed. Therefore, it is mandatory for the cigarette industry to comply with the regulation on the use of the cigarette industry's brand image in implementing corporate social responsibility in Indonesia based on provisions relating to health and child protection. following up on the urgency and enforcement of the use of the cigarette industry's brand image in implementing corporate social responsibility based on health and child protection regulations, the tobacco industry's obedience in using the cigarette industry's brand image becomes the most important aspect in terms of protecting public health and also protecting children.

Keywords: Brand Image, Cigarette Industry, Corporate Social Responsibility

¹ Student of the Postgraduate Masters Program in Business and State Law Faculty of Law Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

² Lecturer of the Faculty of Law, Gadjah Mada University, Yogyakarta