



REGISTRASI IKLAN
OBAT TRADISIONAL, OBAT KUASI DAN SUPLEMEN KESEHATAN

Dra. Dwiana Andayani, Apt.

Direktur Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik

Webinar Series Iklan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan
"TAGLINE, Strategi Promosi yang Kreatif, Representatif, dan Efektif"

Jakarta, 26 September 2022

OUTLINE

1. Pendahuluan
2. Regulasi Iklan Obat Tradisional, Obat Kuasi & Suplemen Kesehatan
3. Sistem Registrasi Iklan Obat Tradisional, Obat Kuasi & Suplemen Kesehatan
4. Tagline
5. Pelayanan Registrasi
6. Penutup





1

Pendahuluan

KOMODITI PRODUK OBAT DAN MAKANAN

Obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, dan zat adiktif

Obat tradisional, obat kuasi dan suplemen kesehatan

Kosmetik

Pangan olahan

Obat Tradisional

- Bahan atau ramuan bahan:
  - **bahan tumbuhan**
  - **bahan hewan**
  - **bahan mineral**
  - **sediaan sarian (galenik)**
  - **campuran bahan tersebut**
- Secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan
- **Penggunaan untuk obat dalam dan obat luar**

Jamu → bukti dukung berasal dari **bukti empiris.**

No. Reg: POM TR xxx xxx xxx

OHT → keamanan dan khasiatnya dibuktikan secara ilmiah dengan **uji praklinik** dan bahan bakunya **telah distandarisasi**.

No. Reg: POM HT xxx xxx xxx

Fitofarmaka →keamanan dan khasiatnya dibuktikan secara ilmiah dengan **uji praklinik dan uji klinik**, bahan baku dan produk jadinya **telah distandarisasi.**

No. Reg: POM FF xxx xxx xxx

Obat Kuasi

- **Mengandung bahan aktif dengan efek farmakologi untuk mengatasi keluhan ringan**
- Bersifat non sistemik atau lokal
- **Penggunaan untuk obat luar**
- No. Reg: POM QD xxx xxx xxx

Suplemen Kesehatan

- Produk untuk:
  - **melengkapi kebutuhan zat gizi**
  - **memelihara, meningkatkan dan/atau memperbaiki fungsi kesehatan**
  - **mempunyai nilai gizi dan/atau efek fisiologis**
- Mengandung satu atau lebih bahan berupa vitamin, mineral, asam amino dan/atau bahan lain bukan tumbuhan yang dapat dikombinasi dengan tumbuhan
- **Penggunaan untuk obat dalam**
- No. Reg: POM SD xxx xxx xxx

PENGAWASAN PRE-MARKET & POST-MARKET OBAT DAN MAKANAN



Pengawasan Pre-Market

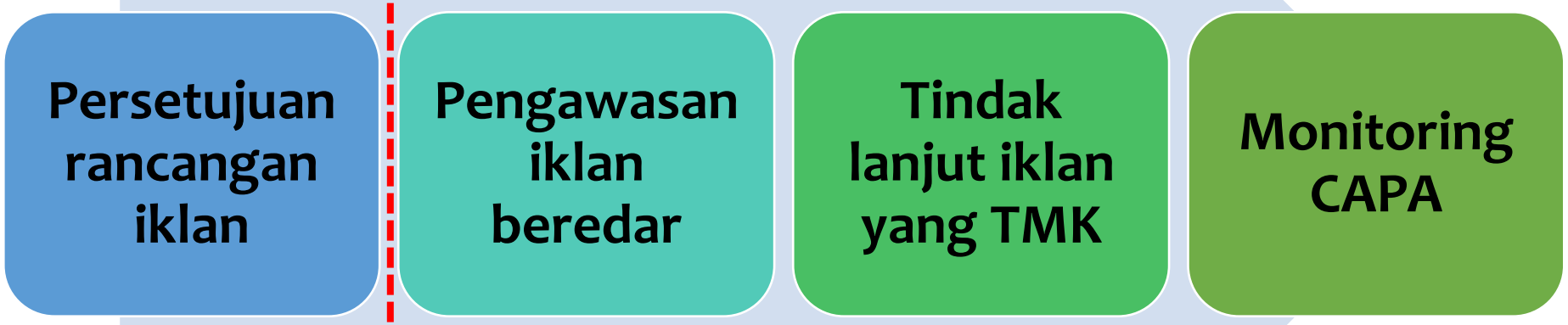
- Cara pembuatan yang baik
- Registrasi Produk
- **Registrasi Iklan**

Pengawasan Post-Market



- Inspeksi Sarana Produksi dan Distribusi
- Persetujuan Ekspor-Impor (SKE & SKI)
- Sampling dan Pengujian
- **Pengawasan Label, Promosi, dan Iklan**
- Monitoring Efek Samping

SISTEM PENGAWASAN IKLAN OBAT DAN MAKANAN



PRE MARKET

- ✓ Obat
- ✓ Obat Tradisional
- ✓ Obat Kuasi
- ✓ Suplemen Kesehatan

POST MARKET

- ✓ Obat
- ✓ Obat Tradisional
- ✓ Obat Kuasi
- ✓ Suplemen Kesehatan
- ✓ Kosmetik
- ✓ Pangan

Badan POM sebagai regulator mempunyai tugas untuk **melindungi masyarakat dari risiko penggunaan obat tradisional, suplemen kesehatan dan obat kuasi yang tidak aman, tidak tepat dan tidak rasional akibat pengaruh promosi periklanan.**

TUJUAN BERIKLAN



Mengembangkan atau mengubah citra sebuah produk sehingga **dikenal masyarakat luas**



Meningkatkan penjualan produk dengan menampilkan iklan yang **mempunyai daya tarik konsumen**



Meningkatkan ***brand awareness*** sebuah produk sehingga masyarakat **mudah mengidentifikasi produknya**



Menarik calon konsumen menjadi **"konsumen yang loyal"** dalam jangka waktu tertentu





Perubahan Pola Perdagangan Komoditi Bidang Obat dan Makanan



Jual-beli konvensional di tempat



Penjualan langsung/ MLM (*Multi Level Marketing*)



Jual-Beli *online*

Tren saat ini sesuai dengan gaya hidup generasi millenial

- Sangat tergantung dari bentuk **promosi** produk
- Penggunaan **tagline** pada iklan produk untuk meningkatkan daya saing



Revolusi Industri 4.0



Industri menggunakan teknologi informasi dalam memudahkan pekerjaan

PERKEMBANGAN MEDIA IKLAN

Media Iklan

Media Visual

- Surat kabar
- Majalah
- Brosur
- Buletin
- Kalender
- Poster
- Pamflet
- Stiker
- Display stand
- Wobbler
- Neon box
- Billboard

Media Audio

- *Radio*
- *Rekaman audio pada media daring termasuk medsos*
- Rekaman audio lainnya

Media Audiovisual

- Televisi
- Megatron
- Videotron
- Rekaman video pada media daring termasuk media sosial



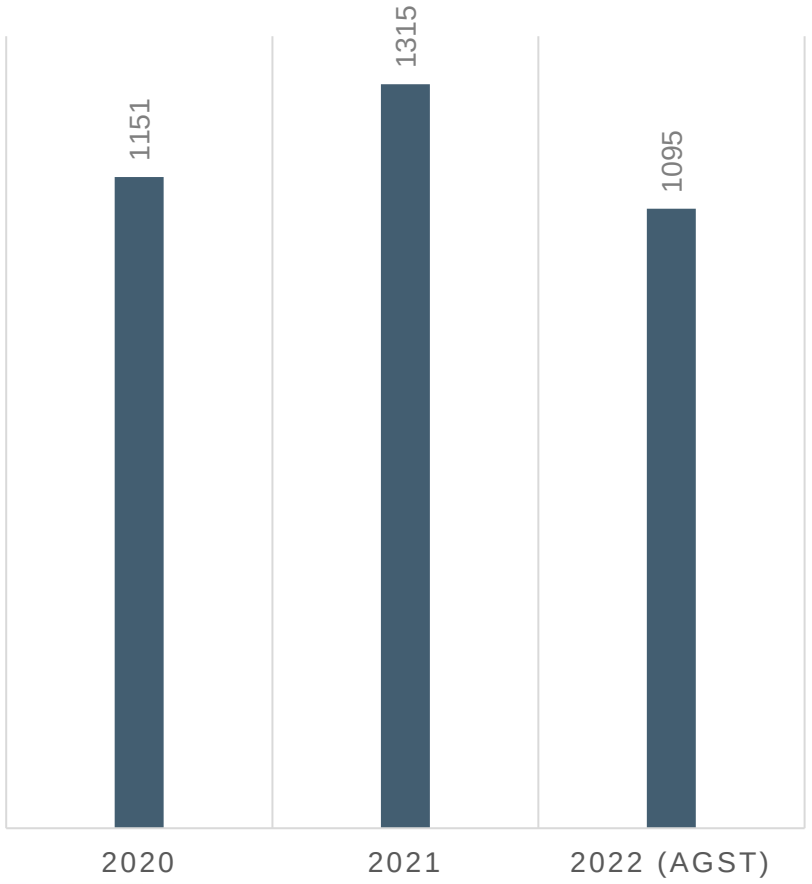


(Draft PerBPOM tentang Pengawasan Periklanan OT, OK dan SK)

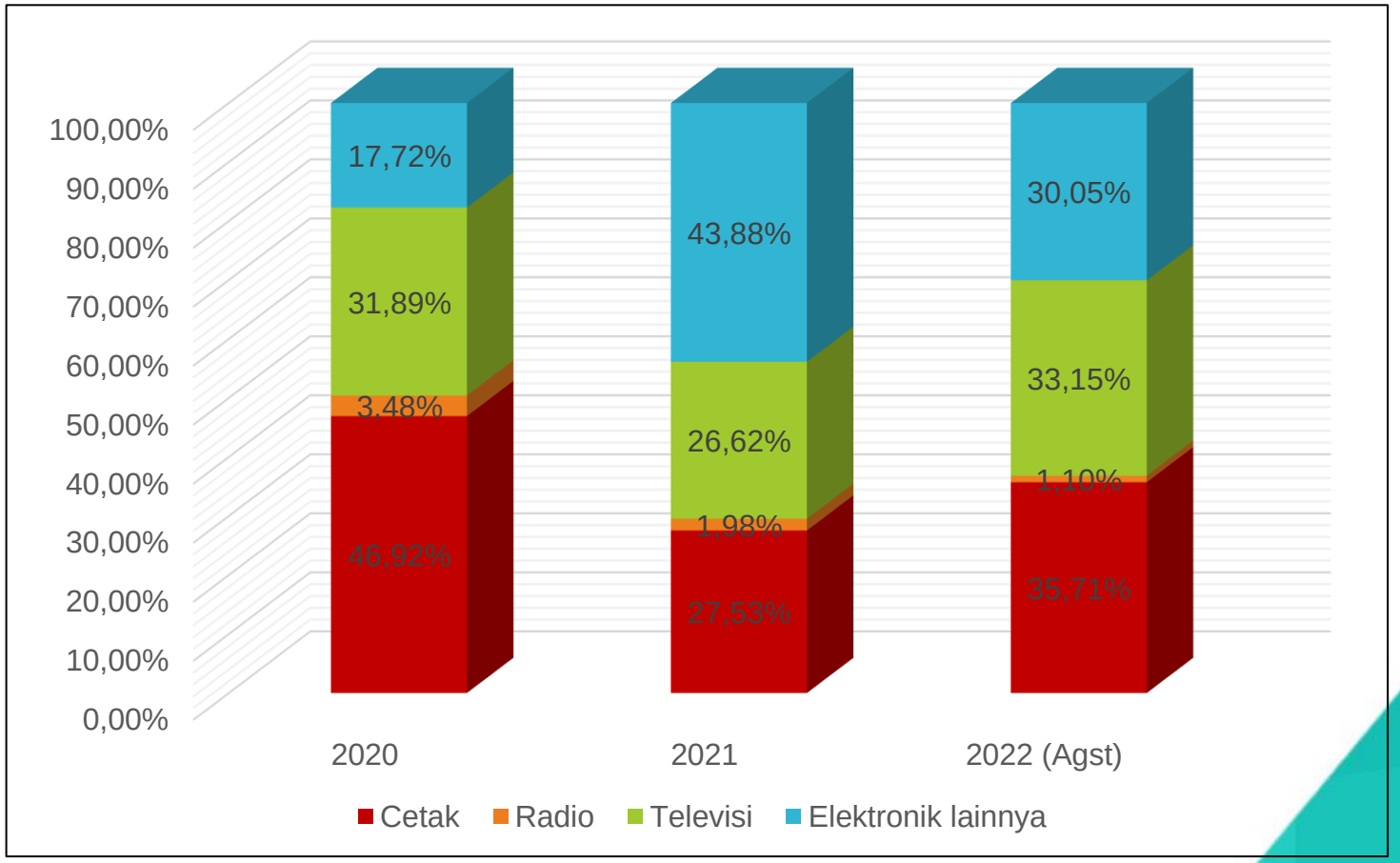
Hasil Pengawasan Pre Market Iklan OT, OK dan SK TAHUN 2020-2022*

*Data Tahun 2022 sd Agustus 2022

JUMLAH REGISTRASI IKLAN OTOKSK TAHUN 2020 – 2022



PERSENTASE REGISTRASI IKLAN OTOKSK BERDASARKAN JENIS MEDIA



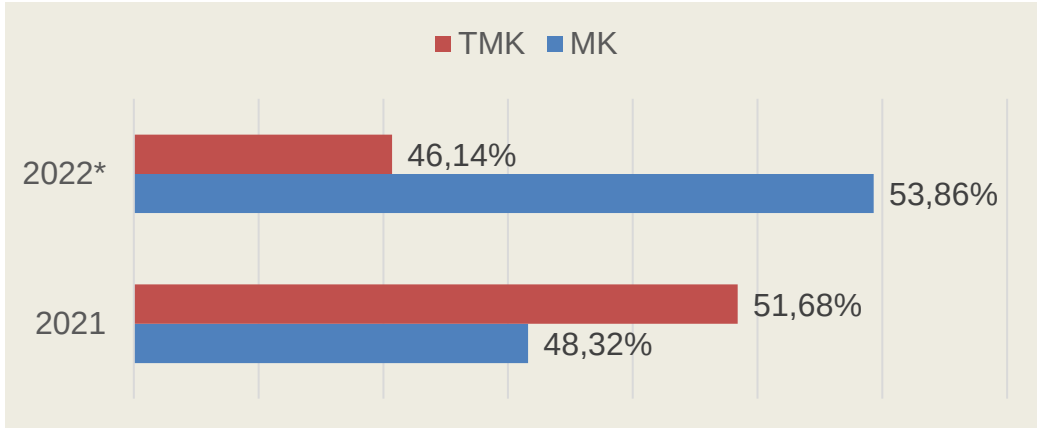
Terjadi peningkatan jumlah iklan yang didaftarkan dengan media elektronik lainnya dari tahun 2020 ke tahun 2021.

Media eletronik lainnya ini diantaranya meliputi iklan pada **media sosial, media digital, e-commerce dan website**

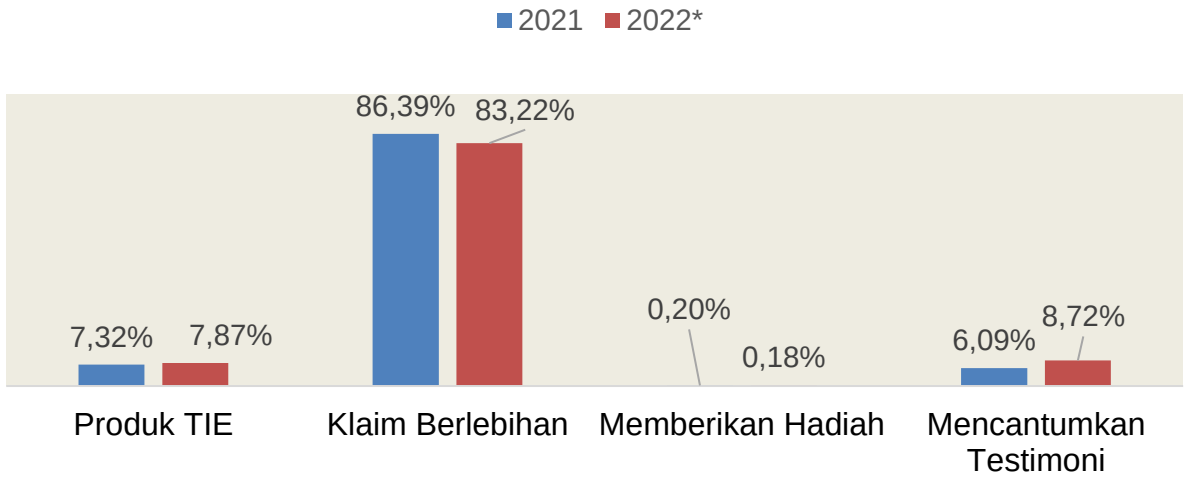
Hasil Pengawasan Post Market Iklan OT dan SK TAHUN 2021-2022*

*Data Tahun 2022 sd 10 September 2022

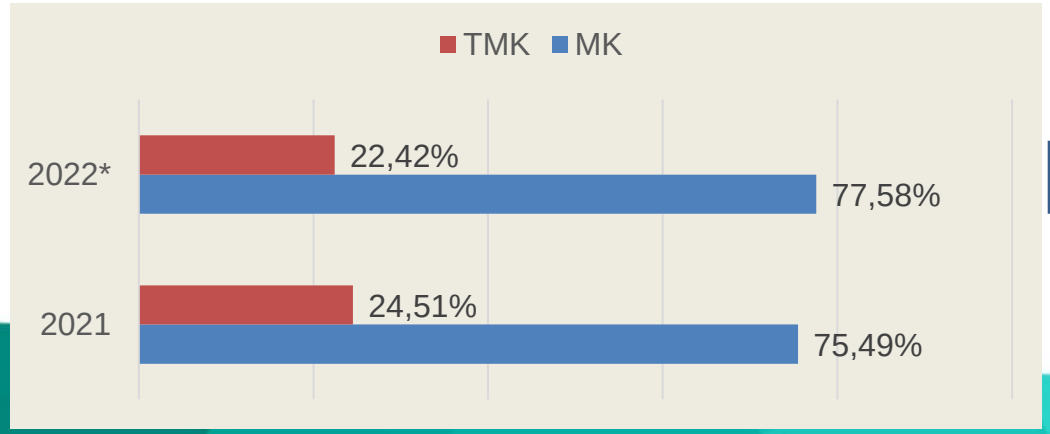
Persentase hasil pengawasan Iklan OT



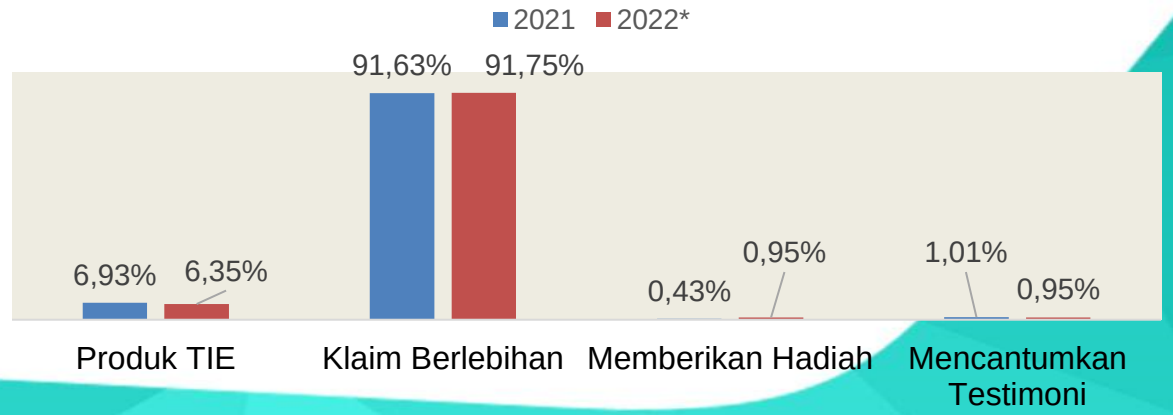
Rincian TMK Iklan Obat Tradisional



Persentase hasil pengawasan Iklan SK



Rincian TMK Iklan Suplemen Kesehatan



PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA DIGITAL



Peluang

- Pelaku usaha semakin mudah menjangkau konsumen
- Konsumen semakin gampang mendapatkan produk
- Brand produk dapat berkembang dan tumbuh dengan cepat
- Keuntungan lebih tinggi dan ongkos promosi dapat ditekan

Tantangan

- Masyarakat semakin mudah terpengaruh informasi produk yang tidak benar
- Peredaran produk ilegal semakin sulit dikendalikan
- Masyarakat perlu semakin cerdas dalam menggunakan produk





2

Regulasi Iklan OT, OK, dan SK

REGULASI TERKAIT IKLAN OT, OBAT KUASI & SK

BADAN POM

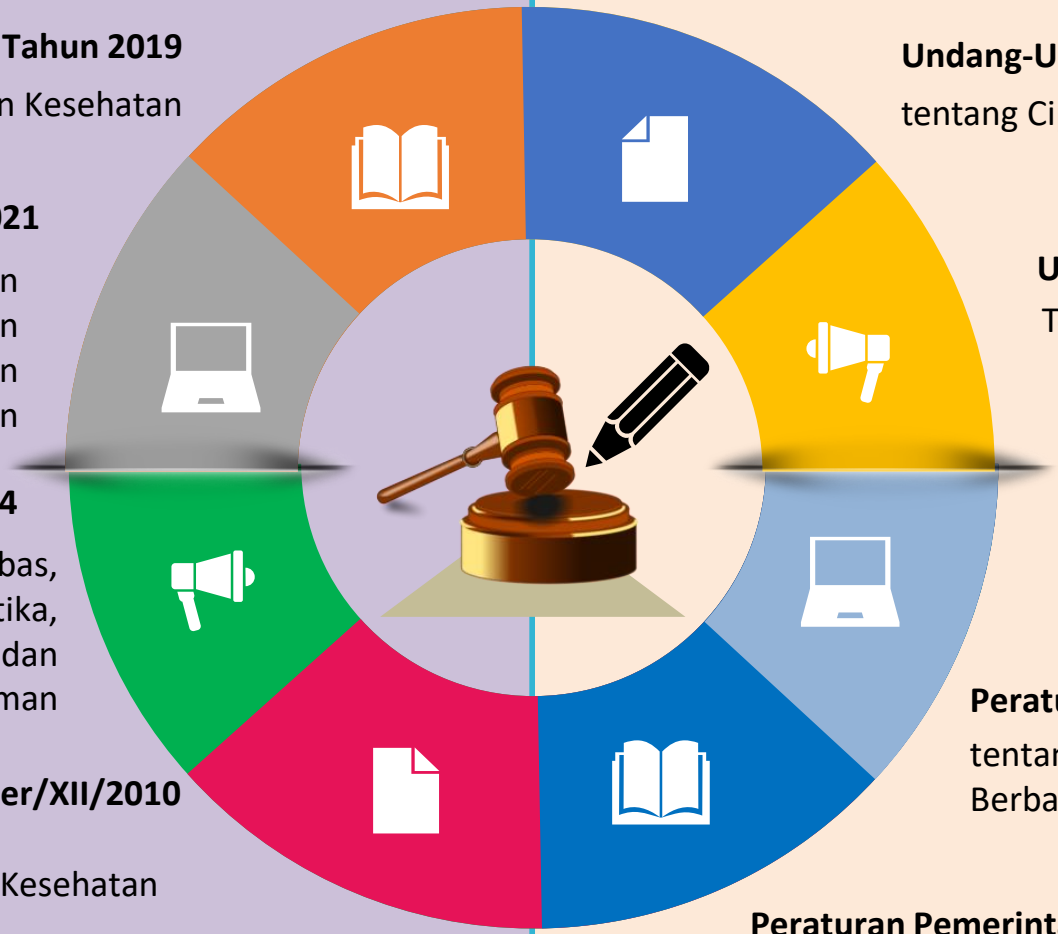


9 **Peraturan BPOM Nomor 16 Tahun 2019**
tentang Pengawasan Suplemen Kesehatan

8 **Peraturan BPOM Nomor 10 Tahun 2021**
tentang Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Obat dan Makanan

7 **Kepmenkes RI No. 386 Tahun 1994**
tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan Minuman

6 **Permenkes RI Nomor 1787/Menkes/Per/XII/2010 Tahun 2010**
tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan



Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 **1**
tentang Cipta Kerja



Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 **2**
Tentang Kesehatan

Undang Undang No. 8 Tahun 1999 **3**
tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 **4**
tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko

Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2017 **5**
tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Badan Pengawas Obat dan Makanan

Acuan lain yang digunakan dalam evaluasi iklan OT & SK:
1. Etika Pariwara Indonesia Tahun 2020
2. Pedoman Periklanan OT dan SK Tahun 2014

https://jdih.pom.go.id/

Ketentuan Promosi di UU Perlindungan Konsumen

Definisi

Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan



Pasal 10:

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan **dilarang** menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang **tidak benar atau menyesatkan** mengenai:

- harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.





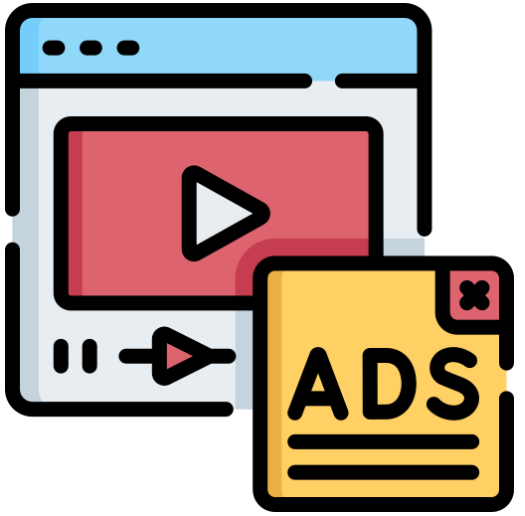
Pasal 13 ayat 2:

Pelaku usaha **dilarang** menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara **menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain**.

DEFINISI IKLAN

Iklan adalah suatu **bentuk komunikasi tentang produk** dan/ atau merek kepada khalayak sasarannya, agar mereka memberikan tanggapan yang sesuai dengan **tujuan** pengiklan.

(Etika Pariwara Indonesia Amandemen 2020)





Iklan OT, OK dan SK adalah setiap **keterangan** atau **pernyataan** mengenai OT, OK dan SK dalam bentuk **gambar, tulisan, audiovisual atau bentuk lain** yang disampaikan melalui berbagai cara **untuk pemasaran dan/atau perdagangan** OT, OK dan SK

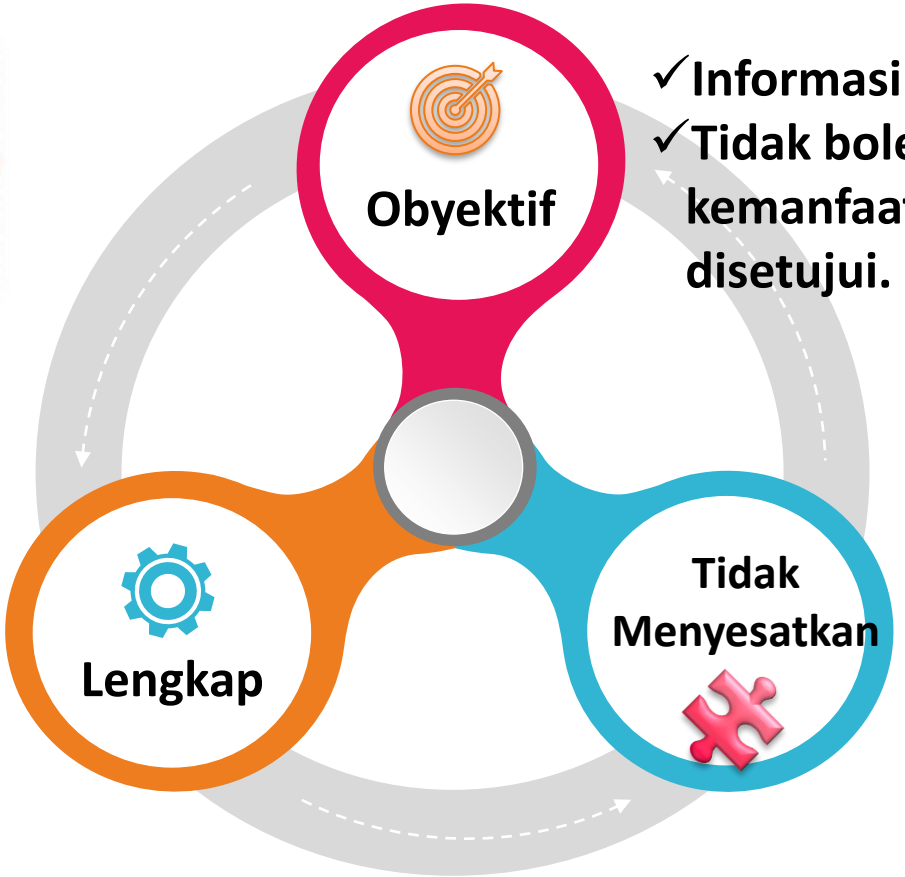
(Pedoman Periklanan OT & SK 2014 dan Draft PerBPOM tentang Pengawasan Periklanan OT, OK dan SK)

IKLAN dapat mempengaruhi persepsi, sikap, opini, bahkan keputusan seseorang.

KRITERIA IKLAN OT, SK DAN OBAT KUASI

Informasi produk dalam iklan harus **obyektif, lengkap dan tidak menyesatkan** untuk **melindungi masyarakat dari penggunaan produk yang berlebihan dan tidak benar.**





- ✓Informasi sesuai dengan kenyataan
- ✓Tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfaatan dan keamanan yang telah disetujui.

- ✓Mencantumkan khasiat dan kegunaan
- ✓Memberikan informasi tentang hal-hal yang harus diperhatikan, misalnya adanya kontraindikasi, efek samping

- ✓Informasi jujur, akurat, bertanggung jawab
- ✓Tidak memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan
- ✓Tidak menimbulkan persepsi khusus di masyarakat yang mengakibatkan penggunaan yang berlebihan dan tidak benar

(Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 386 Tahun 1994)



3

Sistem Registrasi Iklan OT, OK, dan SK

Registrasi Iklan Obat Tradisional, Obat Kuasi dan Suplemen Kesehatan secara online melalui aplikasi SIREKA

https://sireka.pom.go.id



FITUR PADA APLIKASI SIREKA



PROSEDUR REGISTRASI IKLAN OT, OK DAN SK

REGISTRASI ONLINE MELALUI SISTEM SIREKA → https://sireka.pom.go.id

REGISTRASI IKLAN

START



REGISTRASI AKUN

OUTPUT:
- **USER ID**
- **PASSWORD**

1

EVALUASI AWAL



Evaluasi dilakukan terhadap konsep dan informasi pada rancangan iklan agar sesuai dengan kriteria iklan yaitu objektif, lengkap dan tidak menyesatkan.



RAPAT IKLAN

2

HASIL DAPAT BERUPA :
- **PERSETUJUAN**
- **PENOLAKAN**
- **TAMBAHAN DATA/ REVISI**

3

KEPUTUSAN REGISTRASI IKLAN



SURAT KEPUTUSAN



Catatan :
- Timeline reg iklan mayor: 30 HK
- Timeline reg iklan minor: 5 HK

Persyaratan :

- Perusahaan sudah terdaftar dan aktif di http://asrot.pom.go.id
- Menginput data penanggung jawab akun dan data perusahaan
- NPWP

PERSYARATAN DOKUMEN REGISTRASI IKLAN OT, OK & SK

Produk obat tradisional, obat kuasi dan suplemen kesehatan telah memiliki izin edar → **Produk tidak dalam proses variasi (dengan perubahan pada penandaan) dan daftar ulang**

Surat permohonan pengajuan iklan
- Ditujukan ke Direktur Registrasi OT, SK dan Kos
- Menggunakan bahasa indonesia yang baik dan benar

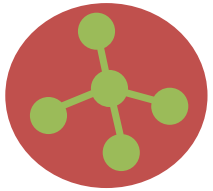
Surat keputusan persetujuan dan penandaan terakhir yang disetujui dari produk yang didaftarkan
- Bila ada variasi, maka persetujuan variasi terakhir

Rancangan iklan format jpg./jpeg. maksimal 10 MB dengan tulisan (ukuran huruf setara Times New Roman 12) dan/atau gambar yang jelas dan mudah dibaca
- ✓ Media visual/cetak: rancangan berupa gambar dan tulisan
- ✓ Media audiovisual/TV: rancangan berupa storyboard berwarna (satu halaman terdiri dari 6 – 8 frame)
- ✓ Media audio/radio: rancangan berupa script

Data dukung

Seperti:
- ➢ Pencantuman logo tertentu
- ➢ Tagline
- ➢ Klaim prestasi penjualan
- ➢ dan yang lainnya

INFORMASI PADA RANCANGAN IKLAN OT, OK & SK



KOMPOSISI PRODUK



NAMA PRODUK



NOMOR IZIN EDAR



KEGUNAAN PRODUK





SPOT BACA PERINGATAN PERHATIAN (jika ada)



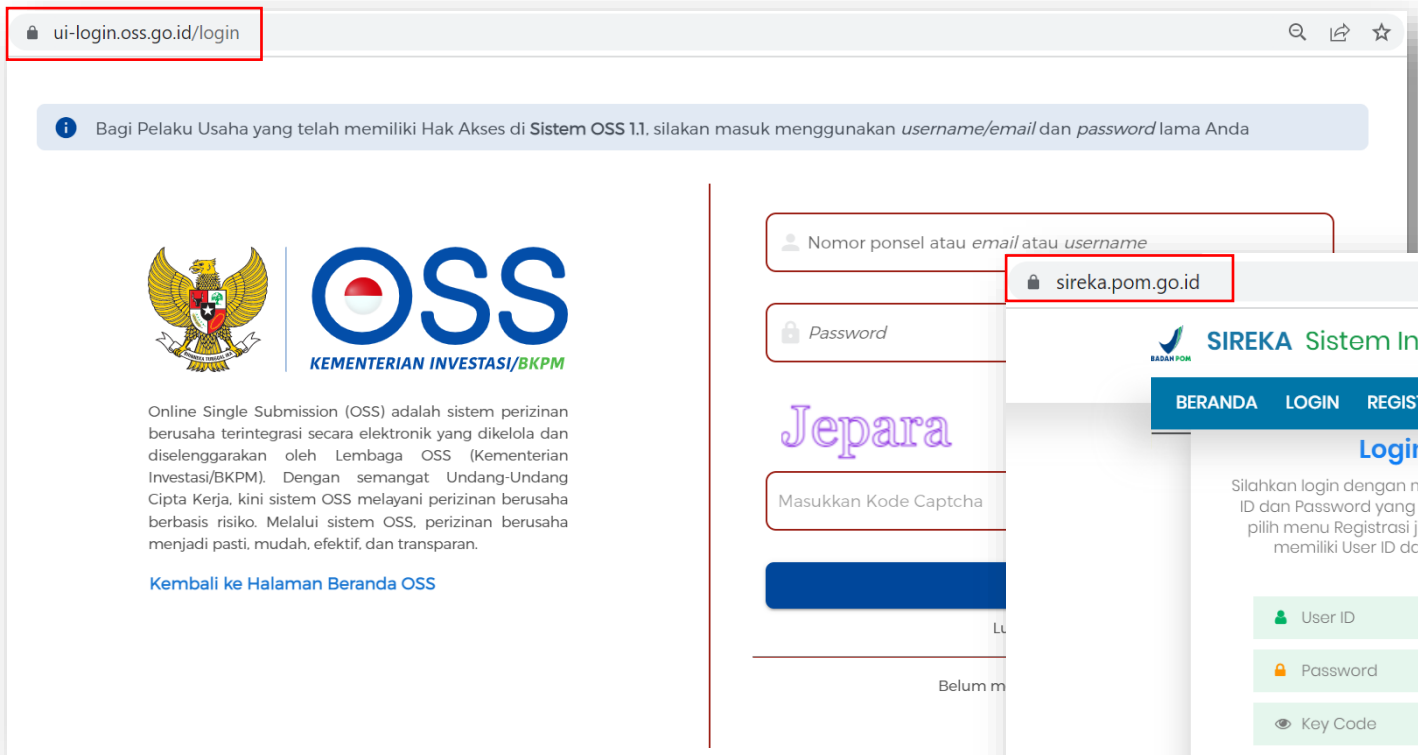
SPOT BACA ATURAN PAKAI



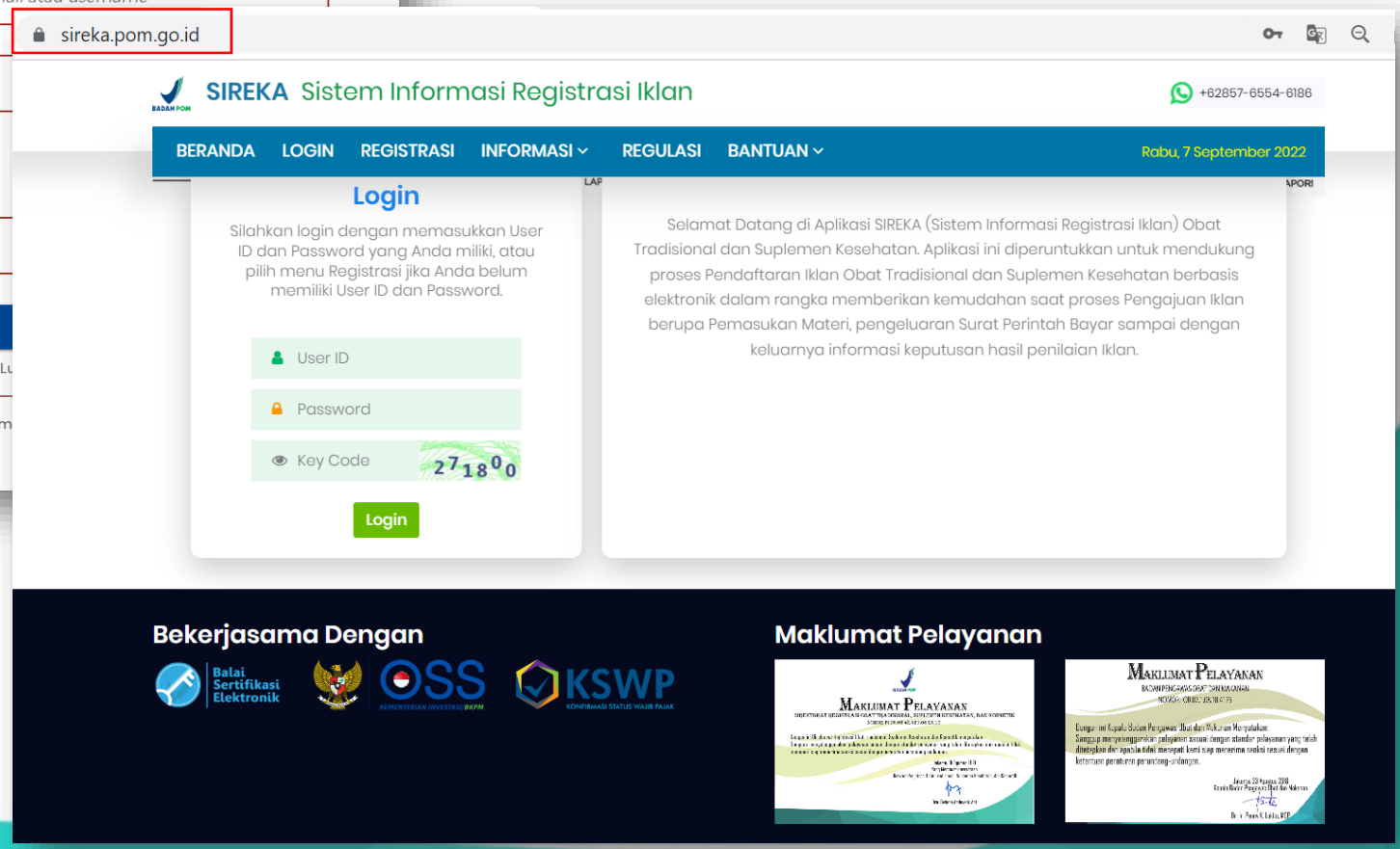
NAMA PRODUSEN

(Pedoman Periklanan OT & SK tahun 2014)

Sejak tanggal 1 April 2022 pengajuan registrasi iklan OT, OK dan SK telah melalui sistem OSS



1. Pembuatan ID Izin Pada Website OSS Di https://oss.go.id/



2. Kemudian melanjutkan proses Registrasi Iklan Pada Website SIREKA https://sireka.pom.go.id/



4

Tagline

DEFINISI

Tagline/slogan adalah **perkataan atau kalimat pendek yang menarik** atau **mencolok** dan **mudah diingat** untuk memberitahukan sesuatu

(KBBI)





FUNGSI

- Brand produk mudah diingat
- Gambaran visi dan misi perusahaan melalui produk
- Sebagai pembanding dengan kompetitor
- Memperkuat identitas produk

Ketentuan Tagline Iklan

DO

Sesuai dengan informasi pada kemasan yang telah disetujui

Tagline dapat berasal **dari sumber lain terkait penjualan, data survei, tahun registrasi** produk, atau tahun berdiri perusahaan

Berupa **ajakan untuk mengikuti pola hidup sehat**

DON'T

Tagline **tidak sesuai dengan klaim kegunaan** produk

Berupa **testimoni**

Saran dari tenaga kesehatan

Tagline menggunakan klaim **tanpa efek samping, efek instan, aman**

Contoh-Contoh Tagline pada Iklan yang Sudah Disetujui

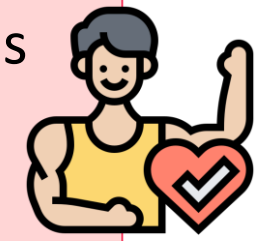
Tagline berdasarkan prestasi penjualan

- Vitamin C penjualan No. 1 di Indonesia tahun 2020
- Produk kategori madu penjualan No.1 di Indonesia tahun 2021



Tagline yang mengacu pada kegunaan produk

- Wes.. Ewes.. Ewes.. Bablas Angine
- Stay Healthy, Stay Well
- Kehangatan untuk keluarga
- Masuk Angin Ambyar..!!



Tagline berdasarkan tahun ijin edar atau tahun berdiri perusahaan

- 50 tahun dipercaya
- 30 tahun Bersama Bunda Indonesia





5

Pelayanan Registrasi



Upaya Direktorat Registrasi OTSKKos dalam mendorong pelaku usaha meningkatkan kepatuhan dalam mempublikasikan produknya melalui pendampingan



Melakukan kegiatan ***coaching clinic dan webinar series terkait*** **iklan kepada pelaku usaha**





Melakukan kegiatan ***coaching clinic*** **registrasi iklan kepada petugas daerah** agar dapat memberikan pembinaan dan informasi kepada pelaku usaha di daerah terutama UMKM





Melakukan kegiatan **pelayanan prima dan desk konsultasi** registrasi iklan terhadap pelaku usaha yang akan dan sedang melakukan registrasi iklan







Menerbitkan **buku dan *e-book*** Registrasi Iklan OT dan SK serta Buku Saku Sireka Registrasi Online Iklan OT dan SK yang berisi daftar pertanyaan dan jawaban seputar iklan OT dan SK



LAYANAN KONSULTASI REGISTRASI PRODUK DAN IKLAN OTOKSK

KONSULTASI REGISTRASI PRODUK OT, OK & SK

CUSTOMER SERVICE
SENIN - JUMAT

VIA WHATSAPP
Senin - Jumat, 08.30-16.00 WIB
0811 2333 669

KONSULTASI DUTY MANAGER
SENIN - KAMIS

LAYANAN TATAP MUKA	LAYANAN ONLINE
Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB Gedung Athena Lt. 2, BPOM RI Dilakukan dengan perjanjian di https://bit.ly/KonsulRegOTSKOK. Terdapat penjadwalan jam datang.	**VIA CHAT ASROT** Senin & Rabu, 08.30-16.00 WIB Menu "Chat ASROT" di sistem ASROT **VIA ZOOM** Senin, 09.00-16.00 WIB Perjanjian via e-mail ditlai_otsmkos@yahoo.co.id

KONSULTASI IT SISTEM ASROT & SIREKA
SENIN - KAMIS

LAYANAN TATAP MUKA	LAYANAN ONLINE
Senin & Rabu, 08.30-16.00 WIB Gedung Athena Lt. 2, BPOM RI Dilakukan dengan perjanjian di https://bit.ly/konsul_it_otsk_offline. Terdapat penjadwalan jam datang.	**VIA WHATSAPP** Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB 0811 9690 6095 **VIA E-MAIL** Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB it_regotskkos@pom.go.id

KONSULTASI REGISTRASI IKLAN OT, OK & SK

KONSULTASI DUTY MANAGER
SENIN - JUMAT

LAYANAN TATAP MUKA	LAYANAN ONLINE
Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB Gedung Athena Lt. 2, BPOM RI Dilakukan dengan perjanjian di https://bit.ly/KonsulIKLAN. Terdapat penjadwalan jam datang.	**VIA WHATSAPP** Senin - Jumat, 08.30-16.00 WIB 0857 6554 6186 **VIA CHAT SIREKA** Senin & Rabu, 08.30-16.00 WIB Menu "Konsultasi Online"di SIREKA. **VIA E-MAIL** Senin - Jumat, 08.30-16.00 WIB iklan_otsk@yahoo.com **VIA ZOOM** Senin, 09.00-16.00 WIB Perjanjian via e-mail iklan_otsk@yahoo.com

KONSULTASI IT SISTEM ASROT & SIREKA
SENIN - KAMIS

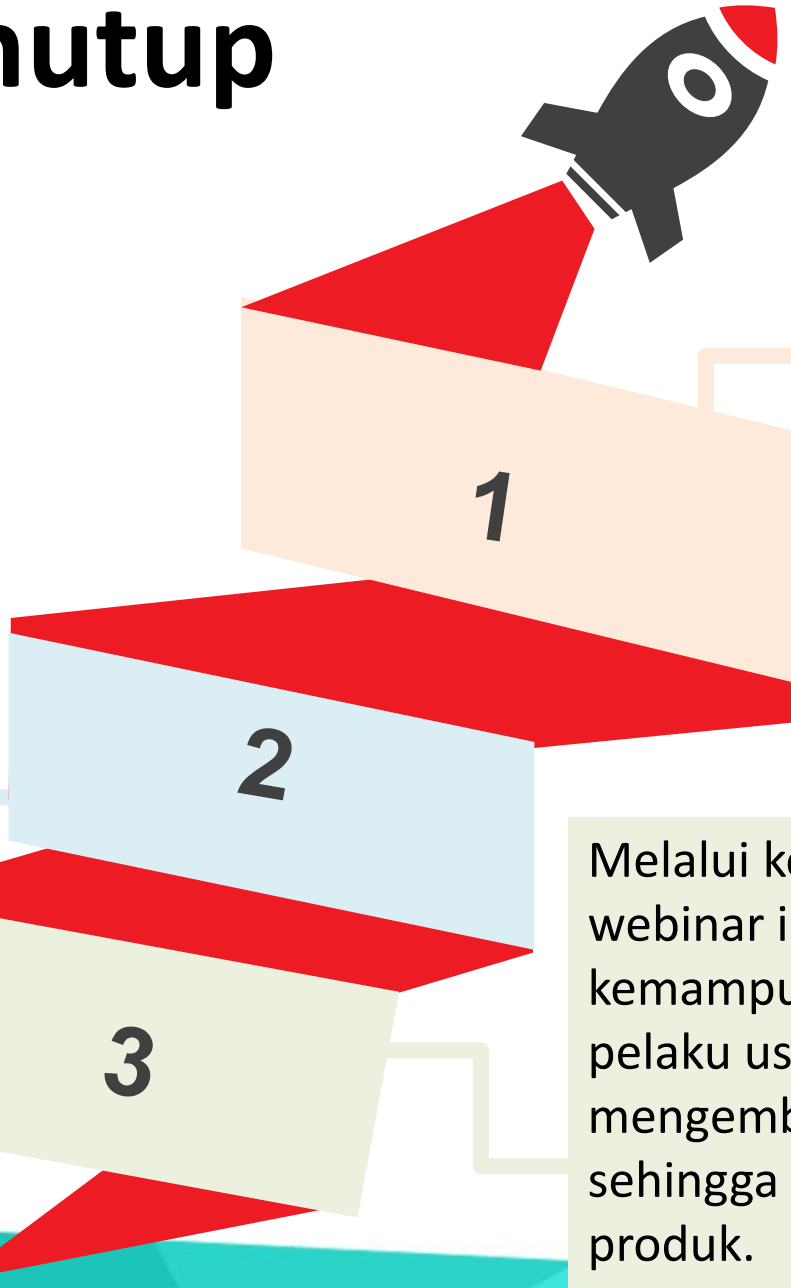
LAYANAN TATAP MUKA	LAYANAN ONLINE
Senin & Rabu, 08.30-16.00 WIB Gedung Athena Lt. 2, BPOM RI Dilakukan dengan perjanjian di https://bit.ly/konsul_it_otsk_offline. Terdapat penjadwalan jam datang.	**VIA WHATSAPP** Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB 0811 9690 6095 **VIA E-MAIL** Selasa & Kamis, 08.30-16.00 WIB it_regotskkos@pom.go.id


WIE RECHTS IST DIE AFD?
1984
GAZING BALL
SERIOUS BEATING
ENRAGED MINORITY
DO. 27.07.17 - 20:00 UHR
FREIBURG - WHITE RABBIT
Los Fastidios
16.09.17
verFREMDung
SONNTAG 30. Juli 2017

6

Penutup

Penutup



Pemerintah mendorong pelaku usaha mempromosikan produk dengan tetap memperhatikan aspek transparansi, jujur, benar dan bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan.

Direktorat Registrasi OT, SK, dan Kos bersama dengan pelaku usaha, praktisi, akademisi, asosiasi, dan lintas sektor terkait melakukan koordinasi yang lebih intensif dalam upaya penguatan pengawasan iklan obat tradisional, obat kuasi dan suplemen kesehatan

Melalui kegiatan pendampingan, salah satunya webinar ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan, khususnya pelaku usaha mengenai strategi mengembangkan konten komunikasi pada iklan sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.

TERIMA KASIH

1500533
HALO BPOM

SATU TINDAKAN UNTUK MASA DEPAN, BACA LABEL SEBELUM MEMBELI

penilaian_ot@pom.go.id
penilaian_sm_kuasi@pom.go.id
Iklan_otsk@yahoo.com

https://asrot.pom.go.id/asrot
https://sireka.pom.go.id

@registrasiotskk.bpom

Direktorat Registrasi OTSKK BPOM

DIREKTORAT REGISTRASI OBAT TRADISIONAL, SUPLEMEN KESEHATAN, DAN KOSMETIK
SOLUTIF - INFORMATIF
SIGAP!
TANGGAP - PEDULI