PENGAWASAN IKLAN
OBAT TRADISIONAL & SUPLEMEN KESEHATAN

Drs. M. Suhendri, Apt, M.Farm

Direktorat Pengawasan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan

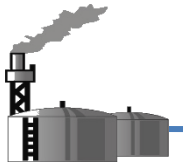
Jakarta, April 2020

OUTLINE

- REGULASI PENGAWASAN IKLAN
- MEKANISME PENGAWASAN IKLAN OT DAN SK
- MEDIA BERIKLAN YANG DIAWASI
- RANCANGAN PERKA DARING

FULL SPECTRUM CONTROL

BADAN POM



INDUSTRI

PRODUK

IKLAN

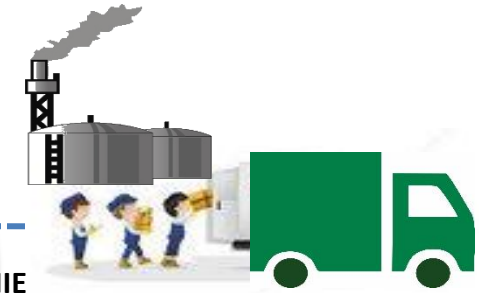
SARANA PRODUKSI

PRE-MARKET CONTROL

REGISTRASI PRODUK & IKLAN

SERTIFIKAT CPOB/ CPOTB

PRODUK DENGAN NIE
Ex.: POM TR. 123 456 789



DISTRIBUSI

PENGAWASAN OT DAN SK

POST-MARKET CONTROL

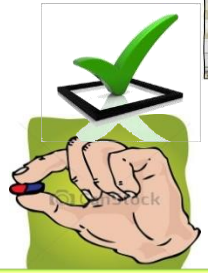
INSPEKSI SARANA PRODUKSI

SAMPLING & PENGUJIAN PRODUK

INSPEKSI SARANA DISTRIBUSI

PENGAWASAN IKLAN, LABEL, & FARMAKOVIGILANS

PEMBERIAN SANKSI/REKOMENDASI SANKSI ADMINISTRATIF, PENINDAKAN, DAN PENYIDIKAN



KONUMEN

PRODUK OT DAN SK AMAN DAN BERMUTU

SOSIALISASI, KOMUNIKASI, INFORMASI DAN EDUKASI

REGULASI PENGAWASAN IKLAN OT & SK

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- **Pasal 10 butir (b) :** **DILARANG** mempromosikan atau membuat **pernyataan yang tidak benar mengenai kegunaan suatu barang dan/atau jasa**.

Undang – Undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

- **Pasal 5 butir (i) : "Penyiaran** diarahkan untuk memberikan **informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab"**

REGULASI PENGAWASAN IKLAN OT & SK

Undang – Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

- **Pasal 28 ayat (1) : Pasal 28 ayat (1)** : Hal-hal yang **DILARANG** : setiap orang yang **dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita** bohong dan **menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik**"
- **Pasal 45 ayat (2)** : Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan **pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah)**

Keputusan Menteri Kesehatan No.386/Menkes/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetik, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga dan Makanan Minuman

- **Diktum 4 :** "pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan dalam keputusan ini dikarenakan sanksi administratif dan atau sanksi hukum lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku"
- **Lampiran II Pedoman Periklanan Obat Tradisional butir 2 : "iklan obat tradisional dapat dimuat di media periklanan setelah rancangan iklan tersebut mendapat persetujuan"**

MEKANISME PENGAWASAN IKLAN OT & SK

PRE MARKET

Ada Persetujuan Iklan Sebelum Beredar

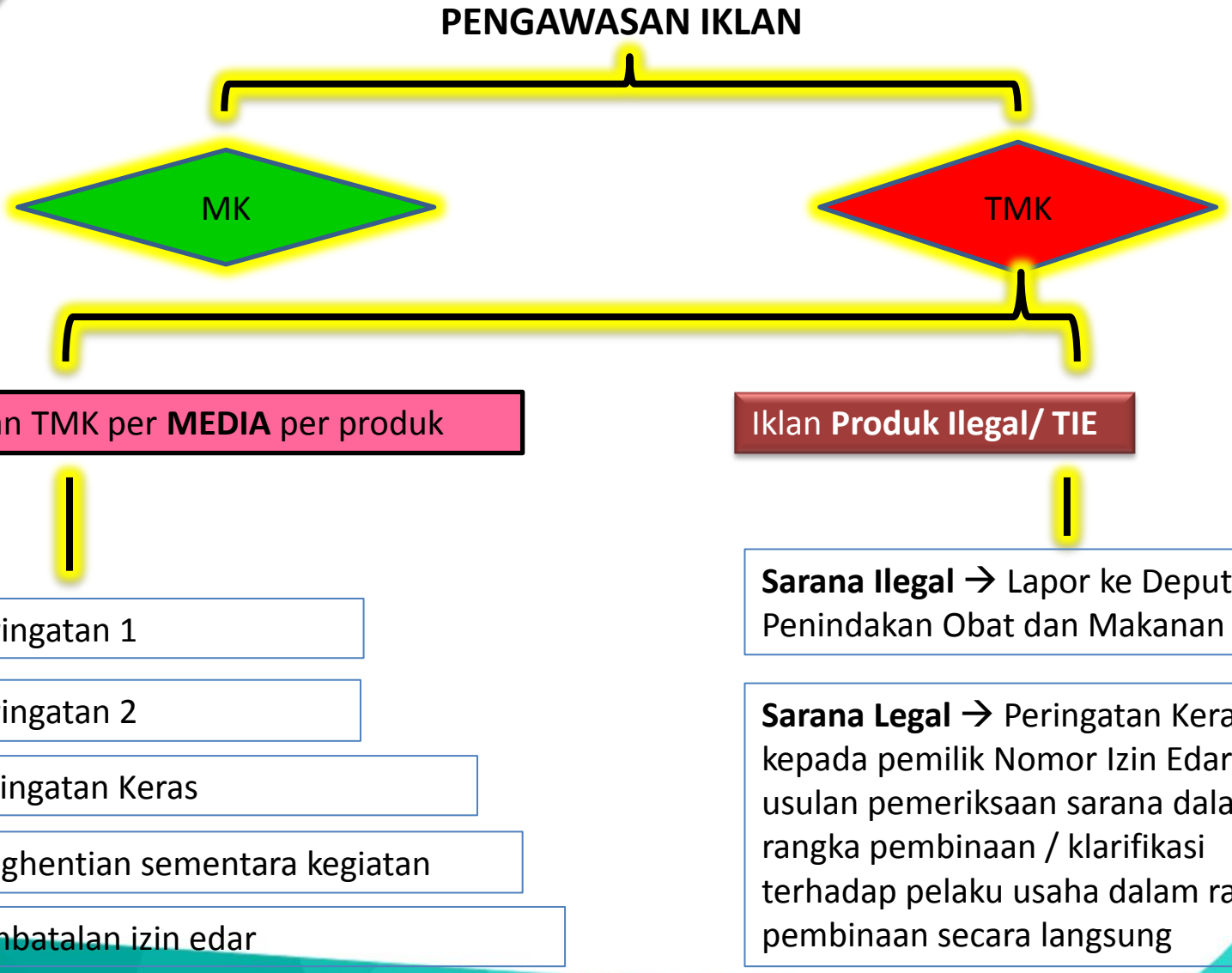
POST MARKET

- Pemantauan promosi/iklan
- Evaluasi Iklan OT dan SK
- Tindak Lanjut ke Perusahaan
- Monitoring

MEKANISME PENGAWASAN IKLAN OT & SK

Pengawasan iklan
oleh Balai Besar/ Balai/ Loka POM

MEKANISME TINDAK LANJUT HASIL PENGAWASAN IKLAN OT & SK



Sumber: Pedoman Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik dan Suplemen Kesehatan

MEDIA BERIKLAN YANG DIAWASI

Media Cetak :

Surat kabar, majalah, tabloid, koran, buletin

Barang Cetakan :

Brosur, Selebaran, Stiker, Buklet, Katalog, Pamflet, Kalender, *dummy*

Media Penyiaran (Nasional dan Lokal) :

Televisi dan Radio

Media Internet :

Website, blogspot , *e-commerce,*

sosial media

Media Luar Ruang :

Poster, billboard, papan nama, spanduk, reklame, banner, hanging mobile

Segala bentuk media beriklan / promosi produk

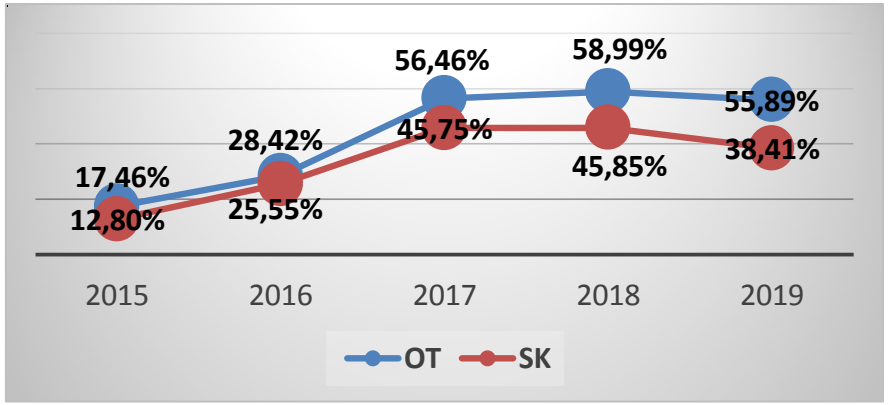
Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan

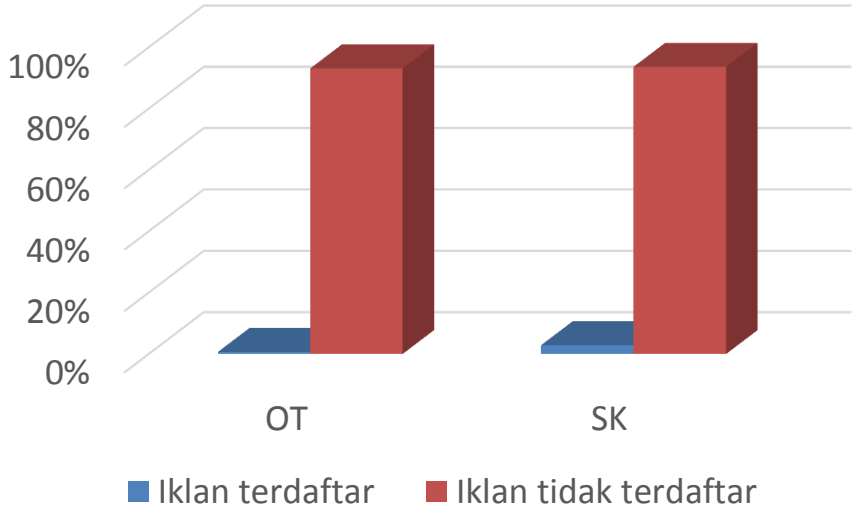
HARUS didaftarkan oleh

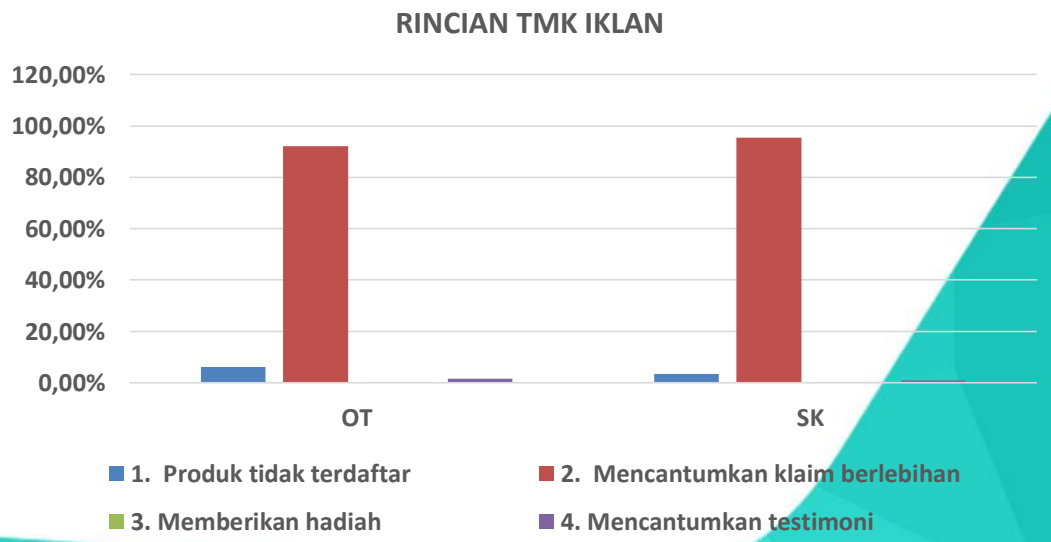
Pemilik Nomor Izin Edar

HASIL PENGAWASAN IKLAN OT & SK

Profil Iklan OT dan SK yang TMK 2018 - 2019







CONTOH IKLAN MK (Brosur)

BADAN POM

GOLONGAN SEHAT PRIA

GOLONGAN GALIAN SINGSET

CONTOH IKLAN TMK (Cetak)

GOLONGAN SEHAT PRIA

- Iklan menampilkan gambar yang memberi kesan tidak sopan
- Mencantumkan klaim berlebihan :
  - ✓ mengatasi impotensi, lemah syahwat, mani encer dan ejakulasi dini
  - ✓ suamiku lebih mantap
- Memberikan garansi tanpa data dukung : minum 1 kapsul tahan 2 jam

RANCANGAN PERKA DARING

Pelaku Usaha dapat mengedarkan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan/atau Kosmetika secara daring.

Pelaku Usaha dalam melakukan peredaran Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan/atau Kosmetika secara daring dapat melalui: Sistem Elektronik yang dimiliki sendiri; dan/atau Sistem Elektronik yang disediakan oleh PSE.

Penyerahan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan/atau Kosmetika yang diedarkan secara daring dapat dilaksanakan secara langsung atau dikirim kepada pembeli atau konsumen

Hasil Pengawasan Iklan OT SK Terkait Iklan Yang Memanfaatkan Isu Covid-19

1. Berdasarkan hasil pengawasan promosi / iklan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan, banyak terdapat iklan yang memanfaatkan kekuatiran masyarakat terkait Covid-19. Data tindak lanjut Badan POM terhadap promosi / iklan terkait Covid-19 sebagai berikut :

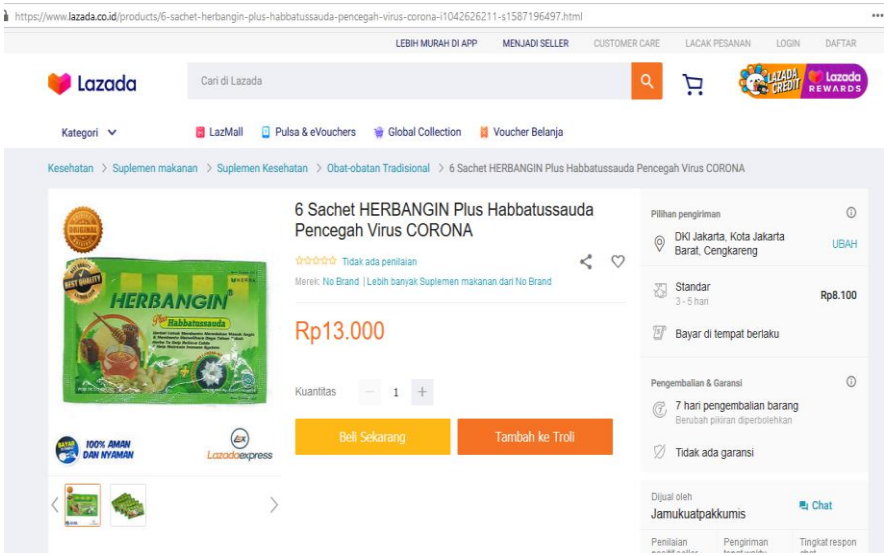
Hasil Pengawasan	Proses takedown melalui Idea
5	5

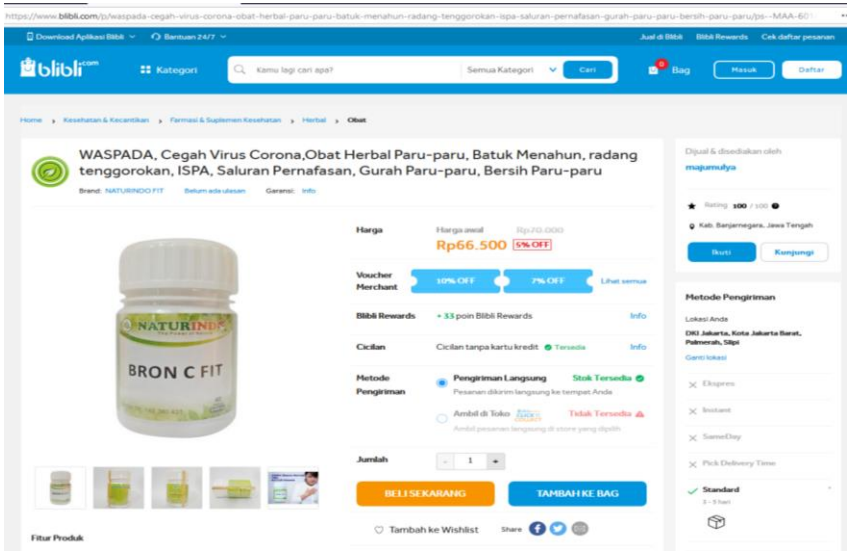
2. Badan POM diminta oleh Kemkominfo untuk mengevaluasi 726 url dari media sosial dan e-commerce yang mengiklankan produk terkait corona

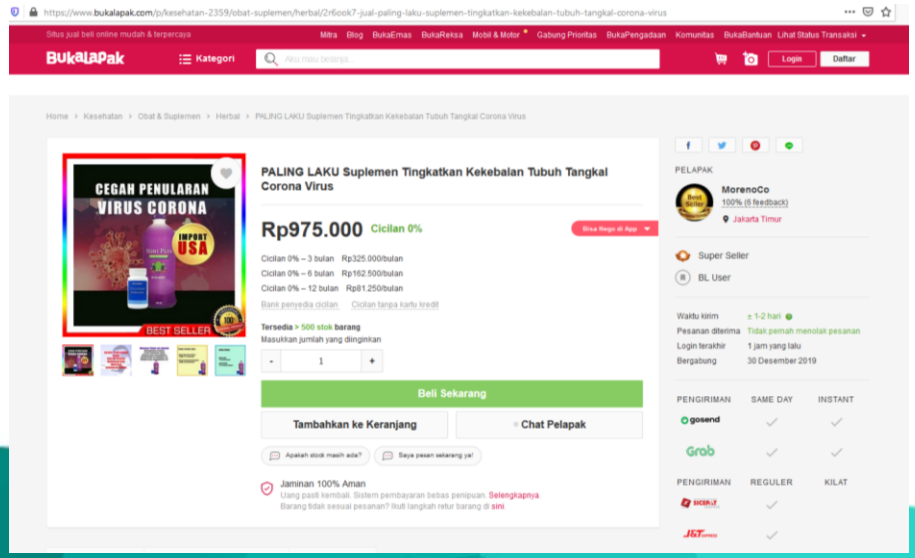
TINDAK LANJUT

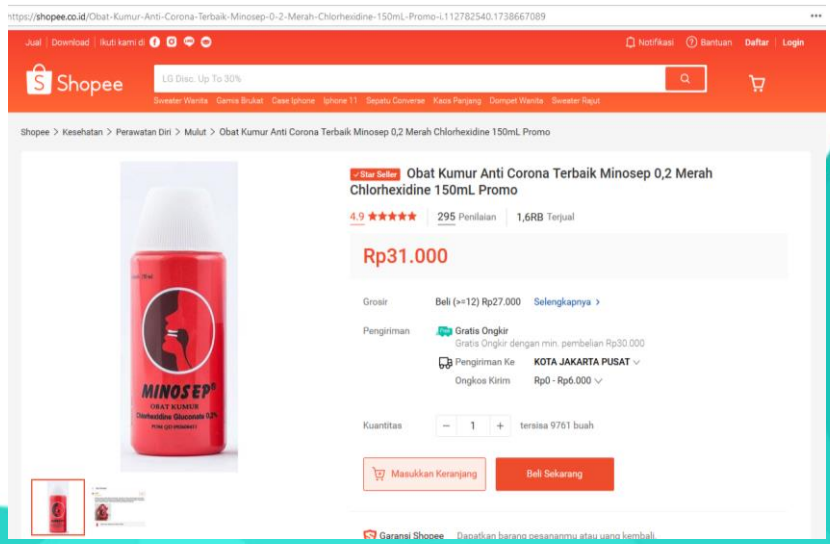
- Rekomendasi takedown iklan yang memanfaatkan kekuatiran masyarakat terkait Covid-19 melalui Idea dan Kemkominfo
- Telah dibuat surat peringatan kepada 32 pelaku usaha yang mengiklankan produk dengan klaim berlebihan dan memanfaatkan isu covid-19

Contoh Pelanggaran iklan yang telah ditindaklanjuti

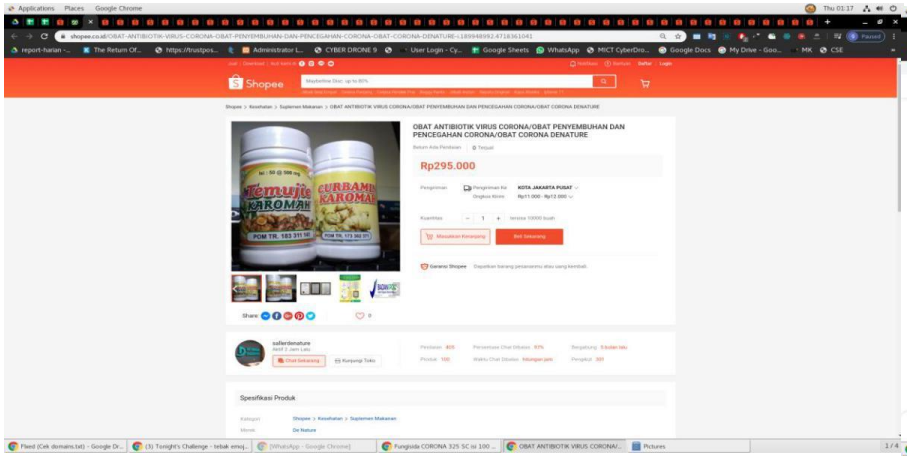


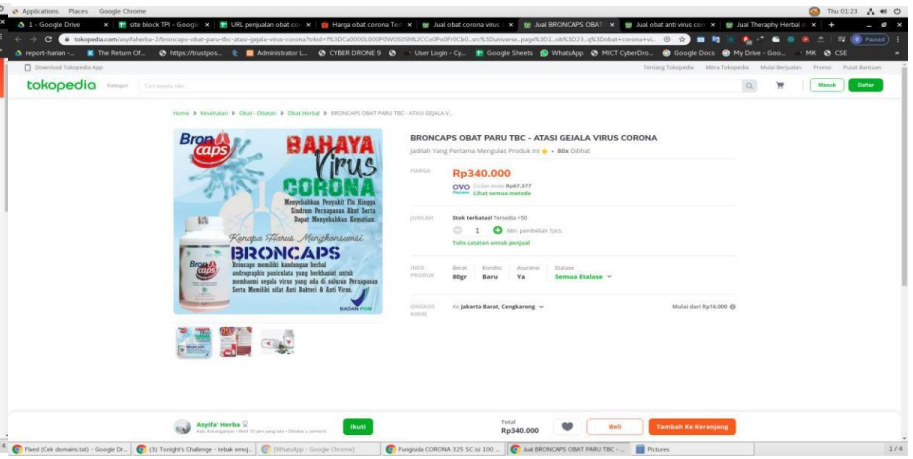


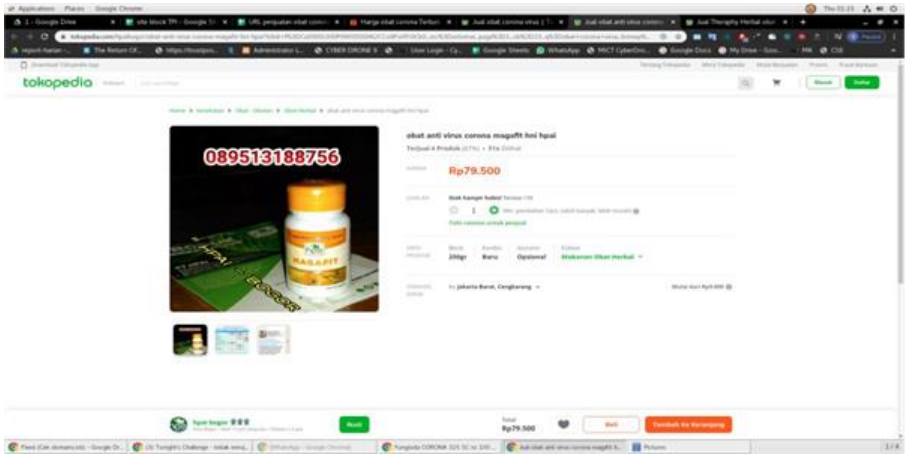


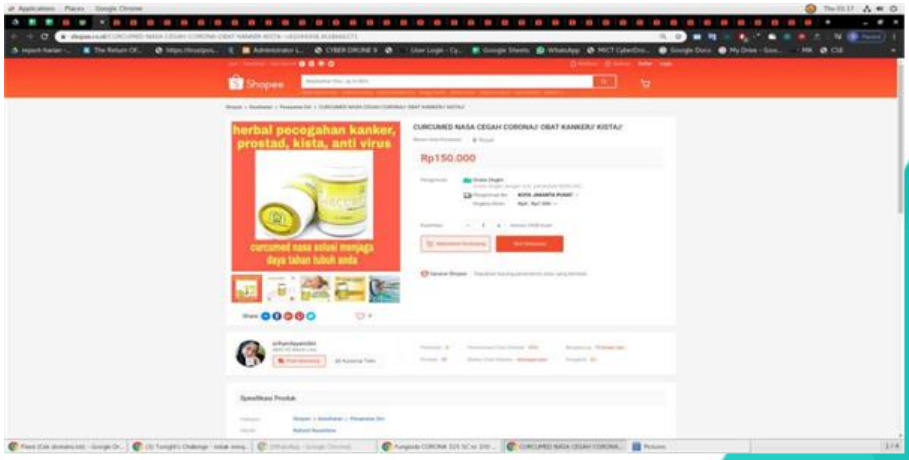


Contoh Pelanggaran iklan yang telah ditindaklanjuti









TERIMA KASIH

Email : pengawasan.otsk@gmail.com
jawara_bpom