REGULASI IKLAN
OBAT TRADISIONAL & SUPLEMEN KESEHATAN

Jakarta, 23 April 2020

Direktorat Registrasi Obat Tradisional
Suplemen Kesehatan dan Kosmetik

OUTLINE

1

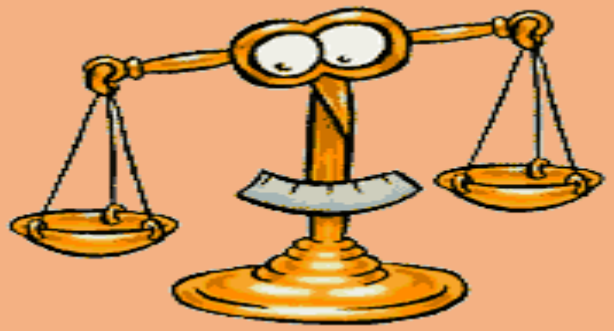
Dasar Hukum

2

Regulasi Terkait

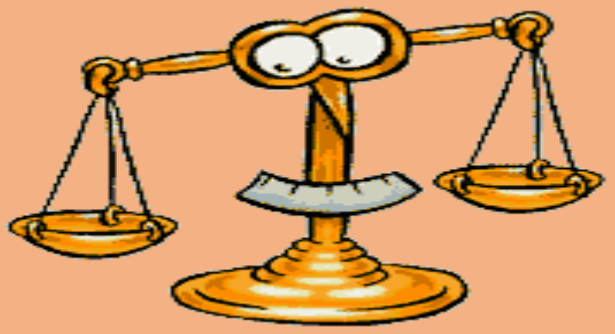
1 Dasar Hukum

DASAR HUKUM



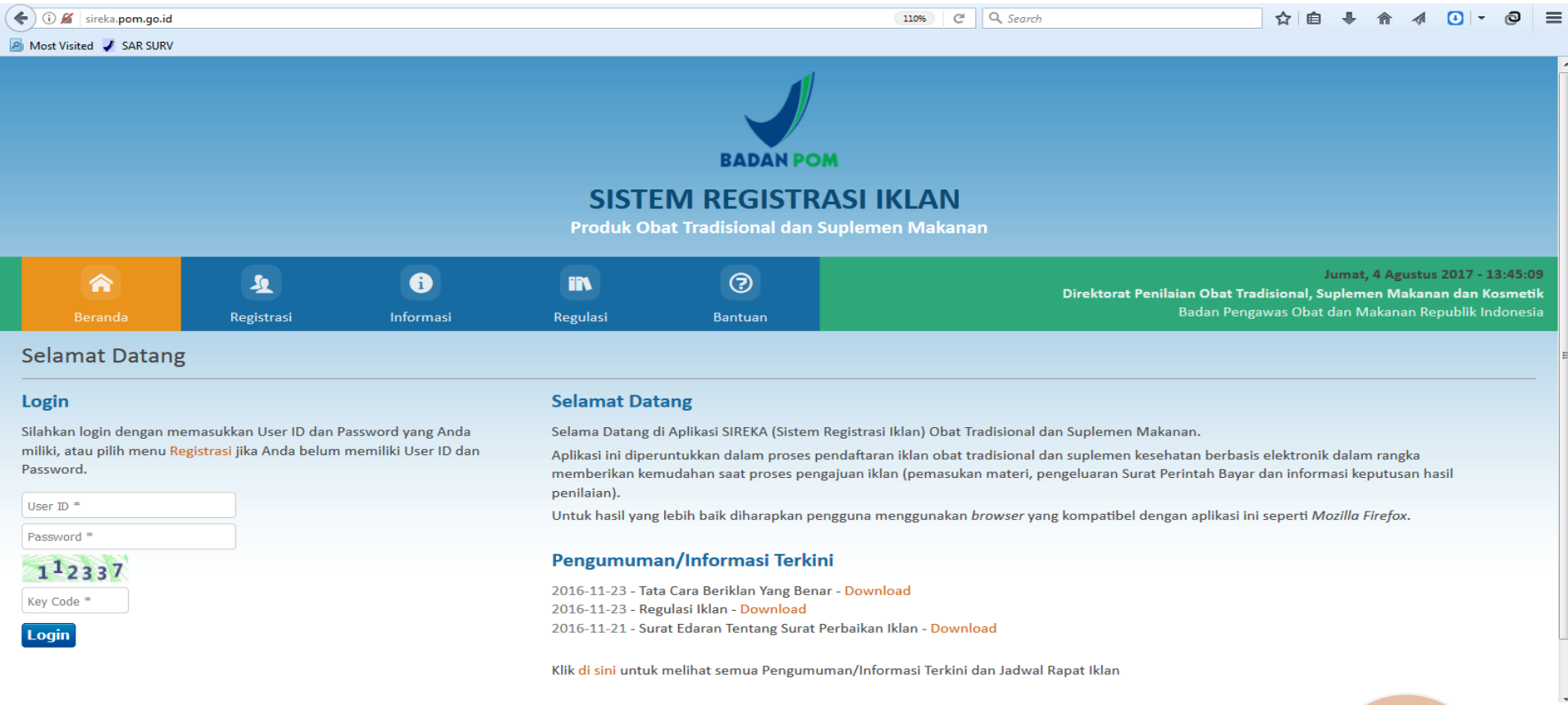
- UU No. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan
- UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran
- UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Keputusan Menteri Kesehatan No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994 tahun 1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan Minuman.

DASAR HUKUM



- Peraturan Menteri Kesehatan No. 1787/MENKES/PER/XII/2010 tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan
- Etika Pariwara Indonesia Tahun 2014
- Pedoman Periklanan Obat Tradisional & Suplemen Kesehatan BPOM Tahun 2014
- Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) Tahun 2012

2 Regulasi Terkait Iklan



Mekanisme Pendaftaran Iklan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan secara Elektronik/ Online

https://sireka.pom.go.id

KRITERIA INFORMASI

UU No 23 tahun 1992 tentang Kesehatan pasal 41 ayat (2)

OBJEKTIF → sesuai dengan kenyataan, tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfaatan yang telah disetujui.

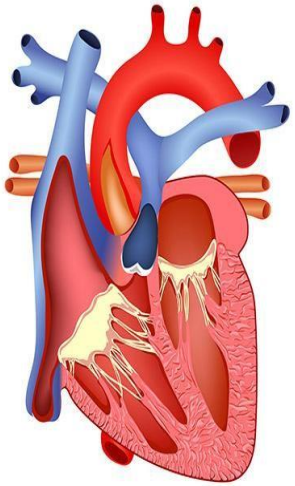
LENGKAP → khasiat dan kegunaan, informasi tentang hal-hal yang harus diperhatikan, misalnya adanya kontraindikasi, efek samping

TIDAK MENYESATKAN → Jujur, akurat, bertanggung jawab , tidak memanfaatkan kekuatiran, tidak menimbulkan persepsi khusus di masyarakat yang mengakibatkan penggunaan yang berlebihandan tidak benar.

KepMenKes Nomor 386/Men.Kes/SK/IV/1994 tahun 1994

LARANGAN IKLAN KLAIM MENGOBATI /MENCEGAH

- Kanker
- TBC
- Penyakit Kelamin
- Impotensi
- Thypus
- Kholera
- Lever
- Diabetes
- Poliomelitis



- Penyakit Lain yg Ditetapkan KEMENKES

KETENTUAN IKLAN (EPI 2014)

- Menghormati HAKI
- Menggunakan Bahasa yang mudah dipahami
- Manfaat disampaikan dengan jujur, benar, dan bertanggung jawab
- Menghormati dan melestarikan nilai budaya Indonesia
- Perbandingan langsung hanya terhadap aspek teknis produk dengan kriteria yang tepat sama
- Mencantumkan Baca Aturan Pakai

LARANGAN DALAM IKLAN

BADAN POM RI

1. Iklan tidak boleh memberi kesan umur panjang, awet muda, kecantikan, mencegah penuaan
(Kepmenkes No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994)

Contoh:

- Menjaga kulit tetap kencang, bebas dari kerutan dan flek
- aku juga minum XYZ, karena wajah harus tetap cerah
- Unsur pelindung
- Ekstra perlindungan kulitku

2. Iklan tidak boleh memberikan informasi bahwa penggunaan produk dapat menimbulkan energi, kebugaran, vitalitas, fit, prima, pertumbuhan, kecerdasan/prestasi, stress, kemampuan seks/ keharmonisan rumah tangga.
(Kepmenkes No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994)

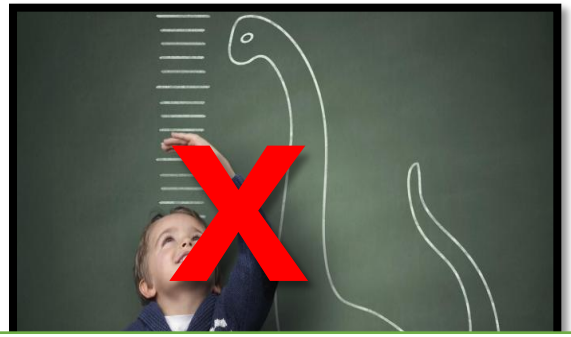
Contoh :

- Ini energiku
- Ekstra stamina
- Extra aktif
- Tangguh
- Kreatif

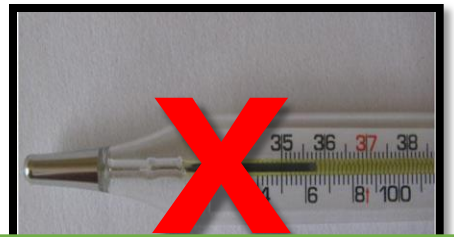
- Papa **hebat! Staminanya tahan lama**
- Tetap fit dan bebas beraktivitas sepanjang hari

3. Iklan tidak boleh menyalahgunakan istilah ilmiah, statistik dan grafik untuk menyesatkan masyarakat.

Gambar jam
(memberi kesan efek instan)



× **Gambar skala meter pertumbuhan anak**
× **Gambar anak bertambah tinggi**



Gambar termometer
(untuk demam)

× **Gambar animasi pembuluh darah**

4. **Iklan tidak boleh memberi kesan bahwa produk dapat menggantikan/membandingkan dengan fungsi buah, sayuran, kesehatan, 4 sehat 5 sempurna dan zat gizi lainnya. → produk tidak bisa disetarakan dengan buah dan sayuran segar serta makanan (Kepmenkes No. 386/Tahun 1994).**

Contoh :

- ❑ Mencukupi kebutuhan sayuran
- ❑ Mengatasi anak susah makan
- ❑ Lengkapi kebutuhan serat
- ❑ Memenuhi **nutrisi** yang dibutuhkan → **nutrisi merupakan bagian dari zat gizi.**

5. Klaim :

- ❑ **“satu-satunya”**
- ❑ **“nomor satu”**
- ❑ **“terkenal/ top”**
- ❑ **“paling”**

Tidak diperbolehkan → jika dihubungkan dengan khasiat/ manfaat produk.

Contoh :

- paling berkhasiat/ bermanfaat
- Khasiat paling top
- Satu-satunya berkhasiat

Contoh **diperbolehkan** :

- “Penjualan produk A **no. 1** di Indonesia”
- Inovasi **pertama** di dunia
- XXX **Since 1950**

- ✓ **Didukung data hasil riset dari lembaga survey yang valid**
- ✓ **“Usia data tidak boleh lebih dari 2 tahun”** → EPI Pasal 4.15.4

6. Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata yang menunjukkan efek instan/ cepat
(Pedoman Periklanan OT & SK Tahun 2014)

“tokcer”, “cespleng”, “langsung sembuh”, “ampuh”, “mujarab”, “manjur”, “optimal” dan kata lain yang semakna.

Contoh :

- “Membantu melegakan tenggorokan dalam 5 menit”
- “Membantu meredakan sakit kepala dengan reaksi cepat”
- “Ampuh atasi pegal linu”
- “Rapid Action Herbal”

VO : "**setelah beberapa saat**“ harus diganti menjadi **keesokan harinya** dan pakaian talent diganti agar tidak terkesan efek instan

7. Iklan tidak boleh menawarkan hadiah terkait pembelian produk atau berupa penambahan kemasan, dan hadiah lainnya.

- **Berpotensi membeli produk demi hadiah**
- **Mendorong penggunaan berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan**

Contoh:

- ❑ “Beli 2 produk X dapat 1 produk Y”
- ❑ “Beli produk X gratis mangkok”
- ❑ ”Beli produk X diskon 30%”

Yang diperbolehkan misalnya :
- Kemasan spesial/khusus : isi 18+2
- Ekstra 5 tablet/Ekstra 20%

- UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Kepmenkes No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994
- EPI Pasal 1.28.9

8. Iklan tidak boleh mencantumkan logo, nama, inisial suatu institusi kesehatan, laboratorium, dan perkumpulan profesi kesehatan.

Contoh: IDI, IAI,SUCOFINDO, Lab PPOMN, Lab Balai POM

Kecuali → logo Halal, Top Brand, Super Brand dan sejenisnya (disertai dengan data dukung yang valid).

Iklan tidak boleh mengeksploitasi **kehalalan produk/logo halal**

Contoh: - menampilkan kata dan logo halal di setiap frame pada story board
- VO: "halal bukan sekedar gaya hidup"

Etika Pariwara Indonesia 2014 Pasal 1.2.3.

"kata halal tidak boleh diekploitasi dimana penggunaan label halal atau kata halal sebagai pesan utama yang dikampanyekan dengan tujuan untuk merayu, membujuk atau mempengaruhi proses pembelian.
Kata **halal** hanya boleh dicantumkan sebagai **informasi atau fakta**."

19. Iklan tidak boleh memuat pernyataan anjuran atau rekomendasi produk dari:

Kepmenkes No. 386/Men.Kes/SK/IV/1994

- tenaga kesehatan
- tokoh agama
- tokoh masyarakat
- guru
- instansi pemerintah
- laboratorium
- organisasi profesi kesehatan/ keagamaan

LARANGAN DALAM IKLAN (EPI 2014)

BADAN POM RI

- Tidak menggunakan kata-kata superlative
- Tidak mengeksploitasi halal
- Tidak menimbulkan rasa takut dan takhayul
- Tidak menampilkan adegan kekerasan, mengabaikan segi keselamatan
- Tidak menampilkan penyia-nyiaan, pemborosan, atau perlakuan yang tidak pantas terhadap produk
- Tidak merendahkan produk pesaing

LARANGAN DALAM IKLAN (EPI 2014)

BADAN POM RI

- Tidak boleh merendahkan produk pesaing, meniru iklan produk lain
- Tidak menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah dan statistik untuk menyesatkan khalayak
- Tidak mengeksploitasi erotisme atau seksualitas
- Tidak Menjanjikan kemampuan untuk mencegah penyakit, pemakaian secara berlebihan
- Tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti “aman”
- Tidak memberi kesan diperolehnya efek langsung
- Tidak memberi kesan produk selalu dibutuhkan dan melengkapi makanan yang sudah sempurna gizinya
- Tidak memberi kesan Kesehatan, kegairahan, dan kecantikan akan diperoleh hanya menggunakan produk
- Tidak boleh mengandung pernyataan tentang peningkatan kemampuan seks secara langsung maupun tidak langsung

LARANGAN DALAM IKLAN (EPI 2014)

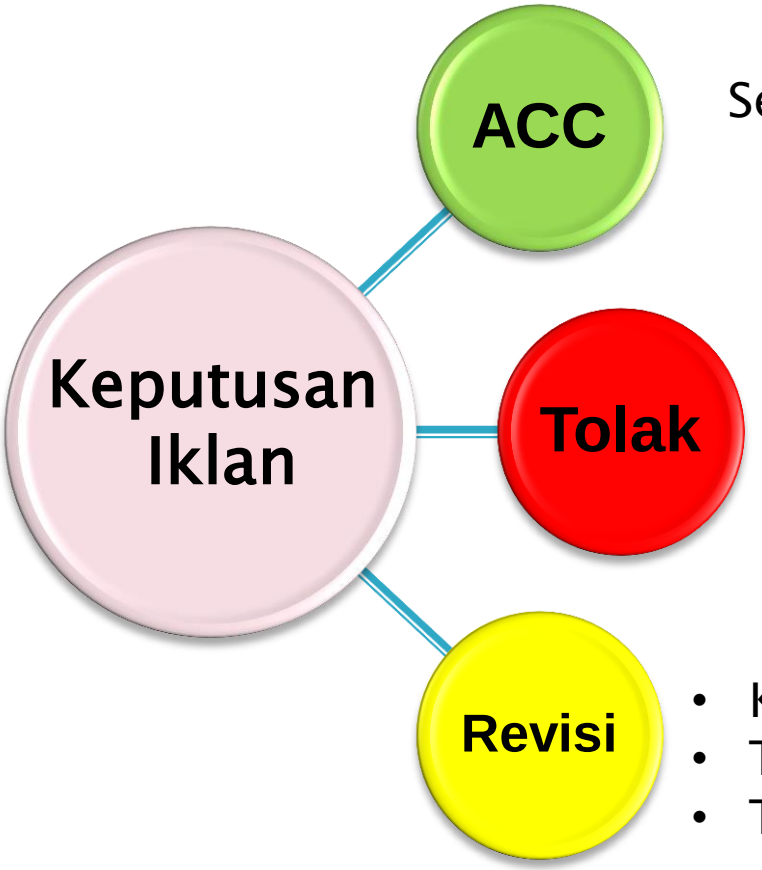
BADAN POM RI

- Tidak mengeksploitasi symbol-symbol keagamaan
- Tidak mengiklankan produk yang tidak layak dikonsumsi anak,
- Tidak boleh menampilkan anak sebagai penganjur sesuatu produk
- Tidak boleh melecehkan, mengeksplotasi, mengobyekan perempuan yang merendahkan kodrat, harkat dan martabat
- Tidak Mempertentangkan kesetaraan gender
- Pejabat Negara tidak boleh menjadi pemeran iklan komersial

Informasi Pada Iklan

- Nama produk
- Komposisi produk
- Kegunaan
- Aturan pakai
- Nomor izin edar
- peringatan (jika ada)
- Nama produsen/importir

sesuai yang disetujui



Sesuai ketentuan

- Konsep iklan salah
- Overclaim
- Tidak sesuai indikasi
- Tidak sesuai peraturan

- Klaim tidak relevan
- Tambah NIE/Nama Perusahaan
- Tambah spot “Baca Aturan Pakai”

BADAN POM RI

Contact Us!

Gd. B (Pelayanan Publik) Lt. 2
Badan POM RI

Iklan_otsk@yahoo.com

021-4244819 ext 1053
085765546186