WEBINAR SERI: STRATEGI BERIKLAN PRODUK OBAT TRADISIONAL DAN SUPLEMEN KESEHATAN KREATIF DAN EFEKTIF DI ERA NEW NORMAL

Pertanyaan Sesi I: Regulasi Pengawasan Pre Market Iklan OTSK
Pemateri: Direktur Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik

1. Jeffry Chayadi (PT Helmigs Prima Sejahtera)
   Pertanyaan:
   Bapak/Ibu apakah output dari hasil verifikasi tim BPOM dapat diterima/diakui oleh pihak penyedia iklan? karena penyedia iklan seperti facebook ads mempunyai kebijakannya sendiri, apakah output dari BPOM dapat berlaku? Produk mengandung temulak bentuk tablet ditolak oleh FB, bahkan akunnya diblock oleh FB. Terima kasih.
   Jawaban:
   Produk-produk yang beriklan di FB merujuk aturan yang ada di negara tersebut, FB di USA harus memenuhi ketentuan FDA, tidak menyesatkan, lengkap, dan objektif. Tetap harus mengacu ke ketentuan iklan yang berlaku di Indonesia. Badan POM sedang menyusun *draft* peraturan iklan OT dan SK. Perlu dilihat juga persyaratan-persyaratan yang disesuaikan dengan media-media yang ada saat ini ada. Terkait produk temulawak bentuk tablet yang ditolak FB mungkin karena bentuknya tablet, karena obat tidak boleh beriklan, mereka tidak mau berisiko, ini merupakan mitigasi risiko.

2. Adi Suyitno,SE (PT Indofarma)
   Pertanyaan:
   Bapak/Ibu, terkait dengan testimoni, atas suatu produk OT khususnya, apakah masuk dalam kategori iklanva?
   Jawaban:
   Jika testimoni sesuai yang disetujui, mungkin tidak apa-apa, nanti akan dibuat aturannya.

3. Wardani (BBPOM Aceh)
   Pertanyaan:
   untuk pendaftaran iklan bagi UMKM apakah bisa mendapatkan potongan PNBP 50%?
   Jawaban:
   Akan diusulkan untuk bisa mendapatkan potongan PNBP 50% terutama untuk UMKM. Terima kasih masukannya, akan diperhatikan usulannya.

4. Anan Suparman
   Pertanyaan:
   Apakah iklan yang akan diberhentikan akan ada pemberitahuan sebelumnya pada pihak perusahaan? terima kasih
   Jawaban:
   - Iklan yang ditayangkan harus sesuai yang disetujui, jika ada ketidaksesuaian, akan dilakukan tahapan peringatan sebelum dibatalkan iklannya.
   - Jika iklan belum pernah didaftar/disetujui BPOM akan kerjasama dengan IdEA untuk men *take down* iklan tersebut.

5. Muhammad Fajaruddin
   Pertanyaan:

Produk legal sangat ketat pengawasannya, bagaimana dengan yang illegal seperti OT pakai PIRT, atau tanpa izin sama sekali? Bagaimana langkah BPOM untuk kondisi tersebut. Mengingat banyaknya produk tanpa izin edar/ilegal satu sisi sudah melemahkan pelaku usaha yang legal. Dan yang legal tantangannya ditambah dengan sedemikian banyaknya batasan dalam beriklan. Apa cara terbaik agar bisa beriklan dengan aman?

Jawaban:

Untuk melindungi pelaku usaha yang *comply*, BPOM membentuk kedeputian 4, sebagai bentuk keseriusan BPOM dalam pengawasan produk beredar. Ada unit Cyber di kedeputian 4. Disamping itu pengawasan 3 lapis/pilar yang melibatkan masyarakat dan produsen itu sendiri. Pertanggungjawaban moral yg perlu disadari pelaku usaha

6. PT. Erela

   Pertanyaan:

   a. Terkait iklan di media sosial, apakah gambar dan caption termasuk 1 kesatuan iklan atau merupakan 2 materi yang terpisah. karena gambar/foto dapat digunakan berulang kali dengan caption yang diganti ganti.

   b. Gambar seperti apakah yang termasuk dalam iklan yang perlu di daftarkan? apabila gambar/foto hanya memuat logo perusahaan, brand obat dan gambar produk dengan background mendukung (tanpa tulisan) apakah perlu didaftarkan juga?

   Jawaban:

   a. Gambar dan caption termasuk dalam satu kesatuan iklan. Jika iklan akan menggunakan caption yang berbeda makan dapat diajukan kembali walaupun gambar/foto yang digunakan sama dengan caption sebelumnya.

   b. Jika hanya memuat logo perusahaan, brand produk dan gambar produk tidak perlu didaftarakan sebagai iklan.

7. Jeffry Cahyadi (PT Helmigs Prima Sejahtera)

   Pertanyaan:

   Mohon tanggapannya untuk pengajuan iklan dalam bentuk video, secara cost produksi lebih besar dibandingkan dengan bentuk iklan gambar. Untuk mengatasi hasil produksi iklan yang tidak sesuai dengan ketentuan apakah bisa pengajuannya dalam bentuk storyboard terlebih dahulu? Terima kasih

   Jawaban:

   Untuk iklan bentuk video pengajuan rancangan iklan bukan dalam bentuk video tetapi cukup dalam bentuk storyboard berwarna, satu halaman terdiri dari 6 – 8 frame.

8. Adityo WP (CV.Tradimun Mandiri)

   Pertanyaan:

   Apakah persetujuan izin iklan di sireka.pom.go.id ada timeline yang bisa di monitor? Mengingat bagian marketing mendesak untuk di lakukan iklan.

   Jawaban:

   Untuk saat ini, rata-rata registrasi iklan memenuhi timeline sesuai peraturan. Terima kasih untuk masukkannya akan diusulkan pada pengembangan sistem sireka.

9. Kusumawati (PT. New Asiapharm)

   Pertanyaan:

   jika ingin di daftarkan iklan apakah terlebih dahulu harus daftar merk?

   Jawaban:

Untuk mendaftarkan iklan tidak harus mendaftarkan merk terlebih dahulu, nama produk yang dapat disetujui pada pengajuan iklan adalah nama produk yang disetujui pada SK nomor izin edar.

10. PT Tempo Scan Pacific_Diana Theodora

Pertanyaan:

Mohon Ijin bertanya dan konfirmasi sesuai yang disampaikan Ibu Nurma tadi. Jadi untuk iklan digital social media dan e-commerce tidak perlu pengajuan ulang asalkan sudah berdasarkan approval Iklan dari BPOM sebelumnya. Apakah benar seperti itu? Terimakasih.

Jawaban:

Benar,apabila iklan yang akan ditayangkan di media sosial atau e-commerce jika rancangan iklan sdh disetujui maka boleh tanpa pengajuan ulang.