



Bahagian Penguatkuasaan Farmasi
Kementerian Kesihatan Malaysia



PANDUAN


KEPADA **SELEBRITI** DALAM
PENGIKLANAN PRODUK KESIHATAN






Panduan ini bertujuan untuk memberi pendedahan kepada golongan selebriti yang sering berperanan sebagai individu yang mengiklankan/mempromosikan produk kesihatan kepada orang awam. Panduan ini adalah komplementari kepada Garis Panduan Pengiklanan Ubat dan Produk Perubatan Kepada Orang Awam sedia ada dan Akta Ubat (Iklan & Penjualan) 1956 yang dikuatkuasakan.

Tujuan kawalan iklan perubatan:

- 
- untuk mengawal selia kandungan pengiklanan: memastikan pengiklanan yang benar dan tidak menjejaskan atau melanggar norma-norma sosial

- 
- untuk melindungi kesihatan awam dengan menggalakkan penggunaan ubat-ubatan yang selamat: memastikan bahawa pengiklanan adalah jujur berkenaan manfaat, kegunaan dan kesan ubat, serta mematuhi undang-undang yang dikuatkuasa

Definisi Iklan menurut Akta Ubat (Iklan & Penjualan) 1956

Menurut Seksyen 2 Akta yang sama, iklan termasuk apa-apa notis, pekeliling, laporan, ulasan, risalah, label, pembalut atau dokumen lain, dan apa-apa pengumuman yang dibuat secara lisan atau dengan apa-apa cara yang menghasilkan atau memancarkan cahaya atau bunyi. Ini termasuklah iklan yang berbentuk *product review*¹, *testimoni*² atau *endorsan*³ *profesional* di dalam media cetak atau elektronik atau media baharu (laman web dan media sosial dan lain-lain).

Takrif selebriti : Individu yang dikenali umum dan kerana status selebritinya, boleh menggalakkan penggunaan produk perubatan. Contohnya pelakon, penyanyi, pengacara, asatizah (ustaz/ustazah), ahli sukan, *blogger*, model, angkasawan, animasi dan lain-lain.

Selebriti perlu mempunyai tanggungjawab sosial bagi memastikan pengiklanan / promosi produk yang dibuat adalah telus dan jujur serta mematuhi undang-undang yang dikuatkuasakan memandangkan ia memberi kesan kepada pengguna yang terpengaruh membeli produk hasil pengiklanan yang dibuat oleh seseorang selebriti.

1. *Product review*: a) *Perdagangan*; *pemasaran*: Laporan di dalam surat khabar, majalah, atau program di mana pakar / individu menilai sesuatu produk dengan produk-produk yang hampir sama atau seakan sama; b) *e-perdagangan*: laporan yang ditulis oleh pelanggan pada website komersial untuk membantu orang lain membuat pilihan sesuatu produk. (dictionary.cambridge.org).
2. *Testimoni*: Melibatkan laporan orang awam atau pengguna terhadap sesuatu produk dan bukan dari laporan orang berstatus selebriti melainkan selebriti itu adalah pengguna sebenar produk.
3. *Endorsan profesional*: Melibatkan profesional penjagaan kesihatan berdaftar yang tertakluk di bawah etika profesional masing-masing dan penglibatan peribadi dalam iklan sedemikian boleh menyebabkan pelanggaran etika

LARANGAN PENGIKLANAN PRODUK YANG BERKAITAN DENGAN 20 JENIS PENYAKIT

Terdapat 20 jenis penyakit yang **DILARANG** diiklankan bagi tujuan rawatan / pencegahan / diagnosis:

- 1 Penyakit / kerosakan buah pinggang
- 2 Penyakit / kerosakan jantung
- 3 Kencing manis
- 4 Sawan
- 5 Lumpuh
- 6 Batuk kering
- 7 Asma / lelah
- 8 Kusta
- 9 Barah
- 10 Pekak
- 11 Ketagihan dadah
- 12 Angin pasang / *Hernia*
- 13 Penyakit mata
- 14 Tekanan darah tinggi
- 15 Sakit mental
- 16 Kemandulan
- 17 *Frigidity*
- 18 Lemah fungsi seks / *Impotency*
- 19 Penyakit venerus / Penyakit Kelamin
- 20 Kelemahan urat saraf atau aduan kelemahan lain, timbul daripada atau berhubung dengan perhubungan seks



Tidak dibenarkan langsung sebarang pengiklanan yang menjurus kepada :



A

amalan kontrasepsi dalam kalangan manusia

B

memperbaiki keadaan atau fungsi buah pinggang atau jantung manusia

C

memperbaiki fungsi seksual atau prestasi seksual manusia

Dapatkan kelulusan daripada Lembaga Iklan Ubat (LIU) bagi pengiklanan ubat bagi tujuan rawatan, pencegahan penyakit/keadaan tubuh badan manusia **selain** 20 penyakit yang disenaraikan.

KEPERLUAN KELULUSAN IKLAN DARIPADA LEMBAGA IKLAN UBAT (LIU)

Perlu Kelulusan LIU

Tidak Perlu Kelulusan LIU



ubat *over-the-counter* (OTC) berdaftar
contoh: Paracetamol



ubat tradisional berdaftar



ubat suplemen kesihatan berdaftar

(boleh mengandungi tuntutan perubatan dengan syarat mendapatkan kelulusan LIU).



Makanan



Kosmetik



Peranti perubatan

(melainkan dibenarkan oleh pihak berkuasa yang berkenaan)

Panduan Bagi Pengiklanan Produk Kesihatan Secara Bertanggungjawab Oleh Selebriti:

1 PASTIKAN UBAT yang diiklankan/dipromosikan adalah **BERDAFTAR** dengan Pihak Berkuasa Kawalan Dadah, KKM (mempunyai nombor pendaftaran MAL) dan bernotifikasi (mempunyai nombor NOT) bagi kosmetik.

Contoh:

MAL20011234T (ubat)

NOT123456789K (kosmetik)

2 Sekiranya mengiklankan ubat, **PASTIKAN HANYA** mengiklankan ubat berdaftar (mempunyai nombor pendaftaran MAL) yang dikategorikan sebagai produk:

- over-the-counter* (OTC) - nombor MAL diakhiri huruf X
- tradisional - nombor MAL diakhiri huruf T
- suplemen kesihatan - nombor MAL diakhiri huruf N

3 Ubat yang memerlukan preskripsi **TIDAK BOLEH** diiklankan. Ubat preskripsi (nombor MAL diakhiri huruf A) hanya boleh didapati melalui pengamal perubatan berdaftar sahaja dan/atau didispens oleh ahli farmasi berlesen sahaja.

4 Pengiklanan yang menjurus kepada rawatan dan pencegahan selain daripada penyakit/keadaan yang dilarang perlu mendapat kelulusan daripada **Lembaga Iklan Ubat (LIU)**.

5 **ELAKKAN** mengambil bahagian dalam penyiaran iklan produk kesihatan (contohnya sebagai duta / agen / jurucakap) yang melanggar mana-mana akta yang dikuatkuasakan.

Panduan Bagi Pengiklanan Produk Kesihatan Secara Bertanggungjawab Oleh Selebriti:

6 **JANGAN** menyiarkan/mempromosikan iklan makanan yang membuat tuntutan perubatan (melanggar Akta Makanan 1983). **Surat pengkelasan** produk **BUKANLAH** satu kelulusan daripada KKM

Contoh yang **tidak dibenarkan**:

- i. *Minuman A boleh merawat kencing manis dan darah tinggi*
- ii. *Jus botanik B boleh menghilangkan sakit-sakit sendi dan merawat arthritis*
- iii. *Minuman pra-campuran C berupaya mengurangkan bengkak prostat*

7 **JANGAN** mengambil bahagian dalam menyiarkan iklan makanan yang mengandungi 'negative list' melainkan ia telah didaftarkan dengan Pihak Berkuasa Kawalan Dadah. Contoh produk yang dimakan mengandungi Glutathione, Pearl, Gamat, Resveratrol dan bahan negatif lain.

8 **JANGAN** mengambil bahagian dalam menyiarkan **iklan kosmetik** yang membuat tuntutan perubatan (**bertentangan dengan Kod Pengiklanan Kosmetik**). Tuntutan dalam skop kosmetik sahaja dibenarkan.

Contoh yang **tidak dibenarkan** :

- iv. *Losyen A boleh merawat eczema dan psoriasis*
- v. *Minyak B boleh menghilangkan sakit-sakit sendi*
- vi. *Losyen C boleh digunakan untuk menguruskan badan*
- vii. *Krim D digunakan untuk meningkatkan prestasi seksual*

9 **JANGAN** mengaitkan produk dengan makanan Sunnah atau yang berkaitan dengannya (bertentangan dengan **Pekeliling Jakim Bil 2 Tahun 2016 – Ayat Ruqyah & Makanan Sunnah**)

Contoh yang **tidak dibenarkan** :

- i. *produk A dibacakan dengan ayat-ayat al-Quran*
- ii. *produk B adalah makanan sunnah*

10 **JANGAN** membuat tuntutan/ kenyataan yang mengelirukan pengguna (bertentangan dengan **Akta Perlindungan Pengguna 1999**)

Contoh yang **tidak dibenarkan** :

- Produk A disahkan halal (melainkan mempunyai sijil Halal yang masih sah)
- Produk B dibuat daripada bahan-bahan organik (melainkan mempunyai dokumen sokongan mengesahkan sumber dari bahan organik)
- Produk C boleh diambil oleh semua peringkat umur termasuklah bayi dan kanak-kanak kecil (melainkan mempunyai dokumen sokongan mengesahkan keselamatan untuk penggunaan kanak-kanak)
- Produk D jika diambil oleh orang dewasa boleh menambah ketinggian (kenyataan mengelirukan kerana ketinggian orang dewasa tidak boleh bertambah)

Panduan Bagi Pengiklanan Produk Kesihatan Secara Bertanggungjawab Oleh Selebriti:

- 11 Selebriti dinasihatkan supaya sebelum dilantik menjadi duta / agen, **selidik** latar belakang syarikat sekiranya pernah disabitkan dengan mana-mana tindakan undang-undang sebelum ini
- 12 Selebriti juga dinasihatkan agar **semak laman web rasmi syarikat/media sosial rasmi syarikat** sekiranya ada membuat pengiklanan yang melanggar undang-undang yang dikuatkuasakan
- 13 Selebriti dinasihatkan agar membuat pengiklanan secara profesional, bertanggungjawab dan tidak mencipta kontroversi samada yang menyinggung mana-mana kumpulan bangsa, agama dan kaum dengan mengambil kira sensitiviti adat dan budaya masyarakat majmuk di Malaysia

*Mana-mana orang yang mengambil bahagian dalam penyiaran sesuatu iklan jika sabit kesalahan boleh dihukum di bawah Seksyen 5 Akta Ubat (Iklan & Penjualan 1956):

A

Kesalahan pertama - Denda tidak lebih RM 3000 atau dipenjarakan tidak lebih 1 tahun atau kedua-duanya sekali



B

Kesalahan berikutnya - Denda tidak lebih RM 5000 atau dipenjarakan tidak lebih 2 tahun atau kedua-duanya sekali



* Nota - boleh dikenakan kepada **sesiapa sahaja** yang terlibat dalam penyiaran sama ada pemilik produk, duta, agen, pengacara, media penyiaran, agensi pengiklanan dan lain-lain yang berkaitan

RUJUKAN LANJUT:



Akta Ubat (Iklan & Penjualan)
1956
(www.pharmacy.gov.my)



Akta Makanan 1983 dan
peraturannya
(<http://fsq.moh.gov.my>)



Garis Panduan Pengiklanan
Ubat dan Produk Perubatan
Kepada Orang Awam
(www.pharmacy.gov.my)



Akta Perlindungan Pengguna
1999
(www.kpdnkk.gov.my)



Senarai Negatif List dari Drug
Registration Guidance
Document (DRGD)
(<http://npra.moh.gov.my>)



Garis Panduan Mengelakkan
Iklan Palsu & Mengelirukan
(www.kpdnkk.gov.my)



Kod Pengiklanan Kosmetik
(<http://npra.moh.gov.my>)



Pekeliling Jakim Bil 2 Tahun
2016 – Ayat Ruqyah &
Makanan Sunnah
(www.halal.gov.my)



Semakan Kelulusan Iklan
daripada Lembaga Iklan Ubat
(www.pharmacy.gov.my)

Disediakan oleh:

**CAWANGAN KAWALAN IKLAN
BAHAGIAN PENGUATKUASAAN FARMASI
KEMENTERIAN KESIHATAN MALAYSIA**

Lot 36, Jalan Universiti, 46200, Petaling Jaya, Selangor, MALAYSIA.

No. Telefon : 03 - 7841 3200 No. Faksimili : 03 - 7968 2251

www.pharmacy.gov.my