

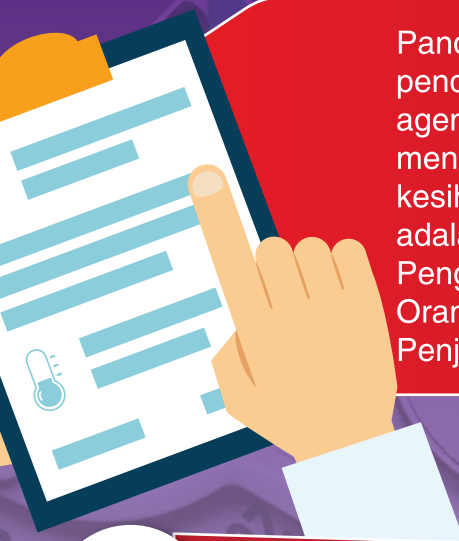


Bahagian Penguatkuasaan Farmasi
Kementerian Kesihatan Malaysia



PANDUAN


KEPADA INDUSTRI DALAM
PENGIKLANAN PRODUK KESIHATAN




Panduan ini bertujuan untuk memberi pendedahan kepada pihak industri (termasuklah agen-agen, stokis atau *dropshipper*) yang sering mengiklankan/mempromosikan produk berkaitan 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

1

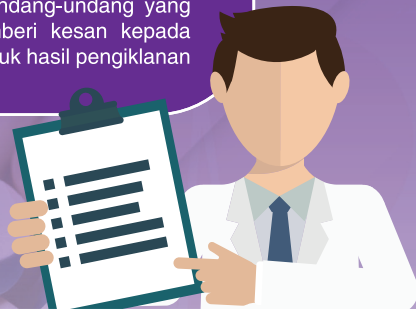
Menurut Seksyen 2 Akta yang sama, **iklan** termasuk apa-apa notis, pekeliling, laporan, ulasan, risalah, label, pembalut atau dokumen lain, dan apa-apa pengumuman yang dibuat secara lisan atau dengan apa-apa cara yang menghasilkan atau memancarkan cahaya atau bunyi.

2

Ini termasuklah iklan yang berbentuk *product review*¹, testimoni² atau endorsan profesional³ dalam media cetak atau elektronik atau media baharu (laman web, media sosial dan lain-lain).

3

Jika pengiklanan dibuat oleh selebriti⁴, ia perlu dibuat secara berhati-hati. Selebriti⁵ 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. *Produk review*: a) Perdagangan; pemasaran: Laporan 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

4. 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.

LARANGAN PENGIKLAN PRODUK YANG BERKAITAN DENGAN 20 JENIS PENYAKIT

Terdapat 20 jenis penyakit yang **DILARANG dinyatakan dalam iklan produk kesihatan** bagi tujuan rawatan / pencegahan / diagnosis penyakit tersebut, iaitu:

- 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

Selain itu **DILARANG** juga sebarang pengiklanan produk kesihatan yang menjurus kepada :



Amalan kontrasepsi dalam kalangan manusia



Memperbaiki keadaan atau fungsi buah pinggang atau jantung manusia



Memperbaiki fungsi atau prestasi seksual manusia

Dapatkan kelulusan daripada Lembaga Iklan Ubat (LIU) bagi pengiklanan ubat untuk tujuan rawatan atau pencegahan penyakit/keadaan tubuh badan manusia **selain** 20 penyakit yang disenaraikan di atas. Setiap kelulusan LIU akan diberi nombor siri kelulusan seperti : Contoh KKLIU 1234/2019

KEPERLUAN KELULUSAN IKLAN DARIPADA LEMBAGA IKLAN UBAT (LIU)

PRODUK YANG PERLU KELULUSAN LIU

Ubat *over-the-counter* (OTC) berdaftar. Contoh : paracetamol, vitamin.



Ubat tradisional berdaftar



Ubat suplemen kesihatan berdaftar



(boleh mengandungi tuntutan perubatan dengan syarat telah diluluskan LIU)

PRODUK YANG TIDAK PERLU KELULUSAN LIU

Makanan



Kosmetik



Peranti perubatan



(tidak boleh mengandungi tuntutan perubatan melainkan jika dibenarkan oleh pihak berkuasa berkenaan)

PANDUAN PENGIKLANAN PRODUK KESIHATAN SECARA BERTANGGUNGJAWAB OLEH PIHAK INDUSTRI :

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 kategori racun berjadual **TIDAK BOLEH** diiklankan. Ubat ini (nombor MAL diakhiri huruf A) hanya boleh didapati melalui pengamal perubatan berdaftar sahaja dan/atau didispens oleh ahli farmasi berlesen sahaja.

Pastikan nombor kelulusan LIU dipaparkan pada setiap iklan produk yang telah diluluskan.
Contoh nombor kelulusan : KKLIIU 1234/2019

4 Bagi iklan produk ubat, pihak industri diminta agar **tidak** membuat tuntutan perubatan / indikasi selain daripada yang telah diluluskan oleh Pihak Berkuasa Kawalan Dadah termasuklah memastikan agen-agen jualan, stokis atau *dropshipper* mematuhi undang-undang yang dikuatkuasakan

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

6

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

7

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*
- iv. *Tablet kunyah yang boleh mengatasi masalah katarak*

8

JANGAN mengambil bahagian dalam menyiarkan iklan makanan yang mengandungi 'negative list' melainkan ia telah didaftarkan oleh Pihak Berkuasa Kawalan Dadah. (Contoh produk makanan yang mengandungi "negatif list" seperti Glutathione, Pearl, Gamat, Resveratrol dan bahan negatif lain)

9

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*

10

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 dibaca dengan ayat-ayat al-Quran*
- ii. *Produk B adalah makanan sunnah*

11

JANGAN membuat tuntutan/ kenyataan yang mengelirukan pengguna (bertentangan dengan **Acta 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)*
- *Produk E adalah produk yang terbaik di dunia (melainkan jika disahkan oleh pihak yang bertauliah)*

PANDUAN PENGIKLANAN PRODUK KESIHATAN SECARA BERTANGGUNGJAWAB OLEH PIHAK INDUSTRI :



- Produk F boleh mengecilkan peha dan lengan (melainkan jika disahkan oleh pihak yang bertauliah)
- Produk G boleh menjadikan anak anda pintar dan cerdik
- Produk H boleh merawat penyakit 3 serangkai dan mempunyai 1001 khasiat
- Produk I boleh membesarkan dan menegangkan "aset" lelaki anda dan dan menjadikan anda "tahan" lebih lama

12 Pihak Industri dinasihatkan supaya merujuk kepada mana-mana pihak berkuasa yang berkaitan bagi tujuan mendapatkan khidmat nasihat

13 Bagi iklan produk ubat, pihak industri diminta agar **tidak** membuat tuntutan perubahan / indikasi selain daripada yang telah diluluskan oleh Pihak Berkuasa Kawalan Dadah termasuklah memastikan agen-agen jualan, stokis atau *dropshipper* mematuhi undang-undang yang dikuatkuasakan

14 Pihak industri juga dinasihatkan agar **memastikan laman web rasmi syarikat/media sosial rasmi syarikat (jika ada)** tidak melanggar undang-undang yang dikuatkuasakan

15 Pihak industri 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



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



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



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 iklan samada pemilik produk, duta, agen, pengacara, media penyiaran, agensi pengiklanan, e-market dan lain-lain yang berkaitan

RUJUKAN LANJUT:

Akta Ubat (Iklan & Penjualan) 1956
<https://www.pharmacy.gov.my>

Garis Panduan Pengiklanan Ubat
dan Produk Perubatan Kepada
Orang Awam
<https://www.pharmacy.gov.my>

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

Kod Pengiklanan Kosmetik
<https://www.npra.gov.my>

Akta Makanan 1983 dan
peraturannya
<https://fsq.moh.gov.my>

Akta Perlindungan Pengguna 1999
<https://www.kpdnhep.gov.my>

Garis Panduan Mengelakkan
Iklan Palsu & Mengelirukan
<https://www.kpdnhep.gov.my>

Pekeliling Jakim Bil 2 Tahun 2016 –
Ayat Ruqyah & Makanan Sunnah dan
muzakarah majlis fatwa kebangsaan
2015
<https://www.islam.gov.my>

Semakan Kelulusan Iklan
daripada Lembaga Iklan Ubat
<https://www.pharmacy.gov.my>

Sebarang pertanyaan lanjut sila hubungi :

CAWANGAN KAWALAN IKLAN
BAHAGIAN PENGUATKUASAAN FARMASI
KEMENTERIAN KESIHATAN MALAYSIA
Lot 36, Jalan Universiti, 46200 Petaling Jaya,
Selangor, MALAYSIA

T : 03 - 78413200 | F : 03 - 79682251 | W : <https://www.pharmacy.gov.my>



Program Perkhidmatan Farmasi