

SUPERLATIF

DALAM IKLAN PRODUK UBAT BERDAFTAR




01. APAKAH ITU SUPERLATIF?

Superlatif / hiperbola merupakan puji-pujian berlebihan yang digunakan untuk memerihalkan tentang keunggulan produk yang diiklankan. Ianya boleh mengelirukan orang awam dengan membuat jangkakan yang berlebihan tentang kemampuan sebenar produk.

02. ADAKAH PENGGUNAAN SUPERLATIF DIBENARKAN?

Penggunaan superlatif melalui apa-apa bentuk representasi, perkataan, frasa, gambar, video atau audio untuk menokok tambah ciri-ciri produk dalam iklan adalah **TIDAK DIBENARKAN.**

03. CONTOH-CONTOH SUPERLATIF



Ajaib	Excellent	Ideal	Terbaik	Superior
Boost	Pioneer	King of	Perfect	The best
Mystic	Enhance	No. 1	Powerful	Top Grade
Cemerlang	First choice	Menakjubkan	Premium	Unggul
Maximum potency	Hebat	Mujarab	Sempurna	Unik
Dijamin	Holistic product	Miracle	Super	Sembuh segera

Nota : Apa-apa perkataan/frasa yang sinonim dengan yang di atas juga TIDAK DIBENARKAN

Rujukan : Garis Panduan Keluasan Pengiklanan Produk Ubat Berdaftar (www.pharmacy.moh.gov.my)