



Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia
Malaysian Communications and Multimedia Commission

**RUJUKAN INDUSTRI KANDUNGAN:
IKLAN TUNTUTAN KESIHATAN**

**Bagi Tahun 2019
(Semakan Pertama)**

**Rujukan Industri Kandungan: Iklan Tuntutan Kesihatan
ini telah disediakan oleh**

**Jabatan Pemantauan dan Pematuhan (Kandungan)
Bahagian Pemantauan dan Pematuhan
SURUHANJAYA KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA**

dengan kerjasama

**Bahagian Penguatkuasaan Farmasi
Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan
Bahagian Regulatori Farmasi Negara
KEMENTERIAN KESIHATAN MALAYSIA**

RUJUKAN INDUSTRI KANDUNGAN BENGKEL PEMATUHAN KANDUNGAN PENYIARAN: IKLAN TUNTUTAN KESIHATAN

1. PENGENALAN

Iklan adalah pemberitahuan maklumat kepada orang ramai melalui media termasuk televisyen, radio, surat khabar dan lain-lain. Iklan komersial dalam media pula bermaksud menyiarkan apa-apa kandungan untuk tujuan menyampaikan maklumat pengiklanan dan bersifat pemujukan tentang produk, perkhidmatan atau idea oleh penaja mengikut keperluan dan kehendak orang ramai (pengguna).

Melalui kandungan pengiklanan, maklumat dan penerangan diberi dengan mudah kepada pengguna. Pelbagai cara digunakan dalam pengiklanan bagi mempengaruhi pengguna untuk membeli barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan.

Contohnya sesebuah iklan menyatakan maklumat berkaitan dengan harga atau kelebihan bagi sesebuah produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Pastinya, iklan yang menarik akan mempengaruhi keputusan pengguna tersebut dan membantu dalam melariskan barangan dan perkhidmatan kepada pengguna. Kini, promosi barangan dan perkhidmatan bukan sahaja disiarkan di media penyiaran secara langsung melalui iklan komersial, malah disiarkan secara tidak langsung dalam program-program seperti segmen tajaan, bual bicara dan lain-lain.

Pembangunan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*) masa kini telah menggandakan lebaran penyiaran iklan komersial dengan menggantikan dunia media yang selama ini hanya berasaskan mesin cetak dan elektronik ke arah digital. Pengiklanan dalam talian (*online advertising*) atau pengiklanan internet (*internet advertising*) kini menjadi salah satu platform kegemaran di seluruh dunia. Internet kini digunakan secara meluas untuk menyebarkan maklumat kepada pengguna di pasaran yang lebih luas. Pengiklanan diinternet wujud dalam pelbagai bentuk seperti *pop-up*, pengiklanan secara pameran (*display advertising*), iklan video (*video advertising*), pengiklanan internet mudah alih (*mobile internet advertising*), pengiklanan di media sosial (*advertising on social media*) dan lain-lain.

Kebelakangan ini, terdapat segelintir siaran iklan telah membuatkan pengguna terpedaya dengan kandungan yang palsu atau mengelirukan khususnya bagi produk yang mempunyai tuntutan kesihatan secara berlebihan termasuk boleh menyembuhkan barah, rawatan segera penyakit kencing manis, memperbaiki kerosakan jantung dan buah pinggang, penurunan berat badan yang berterusan, peningkatan prestasi seks dan sebagainya.

Ini adalah satu cabaran besar kepada mana-mana agensi penguatkuasaan dan pengawalseliaan dalam menangani isu kandungan palsu atau mengelirukan termasuk isu ketidakpatuhan iklan tuntutan kesihatan. Dalam perkara ini, kawalselia bersama (*co-regulation*) di antara agensi amatlah diperlukan untuk lebih efektif.

Oleh itu, pihak Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC) telah bekerjasama dengan Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) untuk menghasilkan satu "Rujukan Industri Kandungan Penyiaran: Iklan Tuntutan Kesihatan 2018" pada 2 Mac 2018 dalam usaha mempertingkatkan tahap pematuhan industri kandungan dan memperkasakan kesedaran kepada pengguna tentang iklan tuntutan kesihatan di Malaysia. Rujukan Industri Kandungan ini telah dihasilkan melalui Bengkel Pematuhan Kandungan Penyiaran : Iklan Tuntutan Kesihatan yang pertama pada 16 Januari 2018 yang disertai oleh para pemegang Lesen Pemberi Aplikasi Kandungan Individu (CASP-I) adalah pendekatan kawalselia bersama oleh pihak MCMC dan KKM.

Lanjutan daripada penganjuran bengkel Rujukan Industri Kandungan Penyiaran: Iklan Tuntutan Kesihatan 2019 pada 25 April 2019, semakan pertama ke atas rujukan industri kandungan ini dihasilkan atas perbincangan bersama pihak MCMC, KKM, agensi-agensi kawalselia dan industri kandungan.

2. TUJUAN

- a. Membantu meningkatkan kefahaman semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam industri kandungan di Malaysia berkaitan tafsiran kandungan iklan yang mempunyai tuntutan kesihatan;
- b. Menyelaras suntingan bagi memastikan keseragaman kualiti kandungan tanpa melanggar mana-mana peruntukan, garis panduan, peraturan dan akta-akta yang terpakai dan berkaitan; dan
- c. Mempromosikan kawal selia sendiri dengan penyediaan kandungan yang kreatif, inovatif tanpa memperdayakan dan mengelirukan pengguna dengan kandungan yang palsu atau mengelirukan khususnya bagi produk yang mempunyai tuntutan kesihatan.

3. SASARAN

Semua Pemberi Kandungan yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam industri kandungan di Malaysia termasuk pengguna, pengiklan, agensi-agensi kawal selia, stesen-stesen penyiaran termasuk para penerbit, penyunting, penulis skrip, pengacara rancangan, penyampai radio dan lain-lain. Juga, di platform digital, sosial media termasuk blogger, pengengaruh (*influencer*) dan penyedia aplikasi mudah alih (*mobile apps provider*).

4. DEFINISI

a. Iklan

"Iklan" termasuklah apa-apa bentuk kandungan berupa ucapan, tulisan, bunyian, lakaran atau gambar yang diterbitkan melalui:

- i. pempameran atau penyiaran notis;

- ii. penggunaan media cetak seperti suratkhobar, majalah atau bahan-bahan bercetak seperti katalog, senarai harga, pekeliling, label, kad atau dokumen atau bahan lain;
- iii. pertunjukan filem, gambar atau gambar foto;
- iv. penggunaan medium elektronik seperti radio, televisyen;
- v. telekomunikasi/ pemberi kandungan atas talian;
- vi. platform digital seperti *youtube*, *facebook*, *instagram*, *tweeter* dan lain-lain; atau
- vii. apa-apa cara yang lain.

b. Produk ubat-ubatan

Produk ubat-ubatan adalah produk yang mempunyai bahan yang digunakan untuk tujuan rawatan dan perlu berdaftar dengan Pihak Berkuasa Kawalan Dadah (PBKD), KKM. Produk ubat-ubatan berdaftar mempunyai 2 ciri iaitu hologram meditag dan nombor pendaftaran seperti berikut :



Contoh nombor pendaftaran:

- i. Ubat Terkawal "MAL20020267A"
- ii. Suplemen kesihatan "MAL20101234N"
- iii. Tradisional "MAL20085678T"
- iv. Over the counter "MAL20083638X"

c. Produk Kosmetik

Produk kosmetik ditakrifkan sebagai "bahan atau sediaan bagi penggunaan pada bahagian luaran tubuh manusia seperti kulit, rambut, kuku, bibir dan bahagian luar alat kelamin, gigi atau membran mukosa di dalam mulut, dengan bertujuan untuk membersihkan, mewangi, memperbaiki/mengubah rupa, mencantikkan, menghilangkan bau badan, melindungi dan mengekalkan dalam keadaan baik".

d. Produk Makanan

Produk makanan meliputi setiap barang yang dikilang atau dijual yang memberi gambaran untuk digunakan sebagai makanan atau minuman kepada manusia atau digunakan dalam campuran, penyediaan, ramuan, pengawetan apa-apa makanan, minuman dan gula-gula termasuk benda kunyahan.

5. PERUNTUKAN TERPAKAI BAGI IKLAN TUNTUTAN KESIHATAN

a. Akta Komunikasi dan Multimedia Malaysia 1998 (AKM98)

a.1 Seksyen 211. Larangan terhadap pemberian kandungan jelik.

(1) Tiada pemberi perkhidmatan aplikasi kandungan, atau orang lain yang menggunakan perkhidmatan aplikasi kandungan, boleh memberikan kandungan yang sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk mengacau, mendera, mengugut atau mengganggu mana-mana orang.

(2) Seseorang yang melanggar subseksyen (1) adalah melakukan suatu kesalahan dan apabila disabitkan boleh didenda tidak melebihi lima puluh ribu ringgit atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi satu tahun atau kedua-duanya dan juga boleh didenda selanjutnya satu ribu ringgit bagi setiap hari atau sebahagian daripada sehari kesalahan itu diteruskan selepas pensabitan.

a.2. Seksyen 233. Penggunaan tidak wajar kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian dll.

(1) Seseorang yang –

(a) dengan menggunakan mana-mana kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian atau perkhidmatan aplikasi secara sedar –

(i) membuat, mewujudkan atau meminta-minta; dan

(ii) memulakan penghantaran,

apa-apa komen, permintaan, cadangan atau komunikasi lain yang lucah, sumbang, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk menyakitkan hati, menganiayai, mengugut atau mengganggu orang lain; atau

(b) memulakan suatu komunikasi dengan menggunakan mana-mana perkhidmatan aplikasi, sama ada secara berterusan, berulang kali atau selainnya, dan dalam masa itu komunikasi mungkin atau tidak mungkin berlaku, dengan atau tanpa mendedahkan identitinya dan dengan niat untuk menyakitkan hati, menganiayai

mengugut atau mengganggu mana-mana orang di mana-mana nombor atau alamat elektronik.

adalah melakukan suatu kesalahan.

(2) Seseorang yang secara sedar –

- (a) dengan menggunakan suatu perkhidmatan rangkaian atau perkhidmatan aplikasi memberikan apa-apa komunikasi lucah bagi maksud komersial kepada mana-mana orang; atau
- (b) membenarkan suatu perkhidmatan rangkaian atau perkhidmatan aplikasi di bawah kawalan orang itu untuk digunakan bagi suatu aktiviti yang diperihalkan dalam perenggan (a)

adalah melakukan suatu kesalahan

(3) Seseorang yang melakukan suatu kesalahan di bawah seksyen ini apabila disabitkan boleh didenda tidak melebihi lima puluh ribu ringgit atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi satu tahun atau kedua-duanya dan hendaklah juga boleh didenda selanjutnya satu ribu ringgit bagi setiap hari kesalahan itu diteruskan selepas pensabitan.

b. Kod Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia

BAHAGIAN 3: IKLAN - Iklan-Iklan Khusus Lain

Iklan Produk ubat-ubatan, Rawatan dan Kemudahan

Iklan ubat-ubatan, rawatan perubatan, kemudahan perubatan, kepakaran dan perkhidmatan berkaitan dengan diagnosis, pencegahan dan rawatan penyakit atau sebarang keadaan yang memberi kesan kepada tubuh manusia adalah di bawah kawalan Lembaga Iklan Ubat, Kementerian Kesihatan Malaysia (K.K.L.I.U).

Makanan dan Minuman

Semua iklan mestilah mematuhi ketetapan di dalam Akta Makanan 1983 dan Peraturan- Peraturan Makanan 1985.

c. Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956

Seksyen 3

Larangan mutlak ke atas iklan yang merujuk kepada penggunaan produk bagi tujuan rawatan, pencegahan atau mendiagnos 20 penyakit tersenarai dalam jadual iaitu:

- i. Penyakit/kerosakan buah pinggang
- ii. Penyakit/kerosakan jantung
- iii. Kencing Manis
- iv. Sawan
- v. Lumpuh

- vi. Batuk kering
- vii. Asma/lelah
- viii. Kusta
- ix. Barah /kanser
- x. Pekak
- xi. Ketagihan Dadah
- xii. Hernia (angin pasang)
- xiii. Penyakit mata
- xiv. Tekanan darah tinggi
- xv. Sakit mental
- xvi. Kemandulan
- xvii. Frigiditi/kaku syahwat
- xviii. Lemah fungsi seks/*impotent*
- xix. Penyakit kelamin
- xx. Kelemahan urat saraf atau aduan kelemahan lain, timbul daripada atau berhubung dengan perhubungan seks.

Seksyen 4

Tiada seorang pun boleh mengambil apa-apa bahagian dalam penyiaran iklan bagi tujuan pengguguran kandungan oleh wanita.

Seksyen 4A

Tiada seorang pun boleh mengambil apa-apa bahagian dalam penyiaran iklan kemahiran dan perkhidmatan (*skill and services*) untuk tujuan merawat, mencegah atau mendiagnos penyakit dan keadaan tubuh manusia melainkan iklan tersebut telah diluluskan Lembaga Iklan Ubat (LIU).

Seksyen 4B

Tiada seorang pun boleh mengambil apa-apa bahagian dalam penyiaran iklan bagi ubat/remedi dengan tujuan merawat, mencegah atau mendiagnos penyakit dan keadaan tubuh manusia melainkan iklan tersebut telah diluluskan oleh Lembaga Iklan Ubat (LIU).

**JENIS UBAT YANG MEMERLUKAN KELULUSAN IKLAN
DARIPADA LEMBAGA IKLAN UBAT**

CTH : KKLIU 1234/2019

SUPLEMEN KESIHATAN

- No. MAL diikuti 8 digit dan diakhiri dengan huruf N
cth : MAL12345678N

✓

TRADISIONAL

- No. MAL diikuti 8 digit dan diakhiri dengan huruf T
cth : MAL12345678T

✓

OVER-THE-COUNTER (OTC)

- No. MAL diikuti 8 digit dan diakhiri dengan huruf X
cth : MAL12345678X

✓

**UBAT TERKAWAL (CTH MAL12345678A) - TIDAK BOLEH DIIKLANKAN
KECUALI PRODUK TERAPI GANTIAN NIKOTIN**



NO. MAL VS NO. KKLIU
MARI KENALI

★ CTH : MAL12345678X

DILETAKKAN PADA
PRODUK & IKLAN

PRODUK DIDAFTARKAN
OLEH PIHAK BERKUASA
KAWALAN DADAH

★ CTH : KKLIU 1234/2019

DILETAKKAN PADA
IKLAN

IKLAN DILULUSKAN
OLEH LEMBAGA IKLAN
UBAT

JANGAN KELIRU

Nota: Label produk ubat-ubatan bermula dengan MAL diikuti dengan 8 digit nombor dan berakhir dengan huruf sama ada A/N/T/X berdasarkan kategori produk.

d. Garis Panduan Kawalan Produk Kosmetik di Malaysia

Identifikasi tuntutan produk kosmetik adalah melalui 5 langkah mudah iaitu:

- i. Mengenalpasti bahan komposisi/*ingredient* adalah bahan-bahan yang mematuhi garis panduan kosmetik;
- ii. Tapak sasaran aplikasi iaitu pada bahagian luaran tubuh badan manusia;
- iii. Fungsi kegunaan sebagai produk kosmetik;
- iv. Rupa bentuk atau pembungkusan produk kosmetik; dan
- v. Kesan fisiologi produk kosmetik pada badan manusia.

Contoh produk kosmetik	Contoh produk bukan kosmetik
<ul style="list-style-type: none"> • Krim, emulsi, losyen, gel dan minyak untuk kulit (Tangan, muka, kaki) • <i>Face masks</i> • Barangan make up seperti <i>lipstick, foundation</i>sb • Produk penjagaan rambut • Gel mandian • Pewangi • Produk penjagaan gigi dan mulut • Depilatories product (<i>hair removal</i>) • Deodorants & anti-perspirants • Produk penjagaan organ genital secara luaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang digunakan untuk tujuan rawatan penyakit/infeksi • Produk yang digunakan untuk seksual lelaki dan perempuan • Produk yang diambil secara oral (makan atau minum) • <i>Injection/mesotherapy</i> • Produk yang dimasukkan ke dalam hidung, mata dan telinga • Produk yang disyorkan untuk kegunaan di luar skop takrifan kosmetik • Produk lain-lain seperti bulu mata palsu, tattoo, pembersih gigi palsu, • Produk <i>vagina douche</i>, personal lubricant

e. Akta Makanan 1983

Seksyen 17, Akta Makanan 1983

Seksyen 17(1)(b), Akta Makanan 1983 menyatakan apa-apa perkara yang dilarang pada label makanan juga dilarang dalam iklan makanan.

Seksyen 17(1)(d), Akta Makanan 1983 larangan kandungan iklan produk makanan yang mungkin boleh memperdaya pembeli berhubung dengan sifat, jenis, nilai, bahan, kualiti, kekuatan, ketulenan, komposisi, merit atau keselamatan, berat, bahagian kandungan, asal usul atau kesan apa-apa makanan, ramuan atau jujuknya.

Peraturan 18, Peraturan-Peraturan Makanan 1985

Penyataan / Akuan yang Dilarang

Akuan yang tidak dibenarkan pada label makanan adalah :

- i. Akuan yang menyatakan bahawa mana-mana makanan tertentu akan membekalkan sumber yang mencukupi bagi semua nutrien yang penting.
- ii. Akuan yang membayangkan bahawa suatu diet yang seimbang atau gabungan pelbagai jenis makanan tidak dapat membekalkan jumlah yang mencukupi bagi semua nutrien.
- iii. Akuan yang mencadangkan tentang kesesuaian menggunakan suatu makanan yang boleh mencegah, mengurangkan, merawat atau menyembuhkan penyakit, gangguan atau keadaan fisiologi yang lain.

- iv. Akuan yang menyebabkan pengguna ragu akan keselamatan makanan yang serupa.
- v. Akuan yang menimbulkan keraguan atau mengeksploitasikan rasa takut pada pengguna.
- vi. Akuan yang tidak dapat disahkan.

AKUAN YANG TIDAK DIBENARKAN PADA LABEL DAN IKLAN MAKANAN

AKUAN YANG TIDAK DIBENARKAN	
Perkara	Contoh
Akuan tentang kesesuaian sesuatu makanan untuk kegunaan dalam pencegahan, pengurangan, perawatan atau penyembuhan penyakit, gangguan atau keadaan fisiologi tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Makanan ini baik untuk kesihatan jantung/ diabetes ✓ Makanan ini dapat meningkatkan imuniti badan ✓ Untuk perkembangan minda ✓ Produk ini membantu bagi individu yang mudah letih ✓ Dapat membantu merawat anemia ✓ Dapat membantu mencegah kencing manis ✓ Dapat membantu merawat kanser
Membuat sebarang akuan yang tidak dapat disahkan.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Makanlah produk ABC untuk menjadikan kulit anda gebu, putih dan menawan ✓ Produk DEF boleh membuatkan badan terasa segar ketika bangun pagi ✓ Air penawar segala penyakit ✓ 1001 khasiat
Mengaitkan makanan itu dengan perkataan "berubat", "tonik" atau "kesihatan" atau yang mempunyai maksud yang sama.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Minuman/makanan kesihatan ✓ Minuman tonik ✓ Minuman untuk tujuan perubatan ✓ Minuman/makanan berubat ✓
Mengaitkan makanan itu dengan perkataan yang menunjukkan penggedan, kualiti atau kelebihan atau apa-apa perkataan lain yang mempunyai kelebihan atau perkataan lain dengan maksud yang sama.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Berkualiti ✓ <i>Quality guaranteed</i> ✓ Mendapat kelulusan KKM ✓ Menggunakan no rujukan surat pengkelasan (..) KKM/163/S/No JLD
Membuat akuan yang menyebabkan pengguna ragu akan keselamatan makanan yang serupa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Produk ini tidak mengandungi bahan yang diubahsuai secara genetik ✓ <i>Non GMO food</i> ✓ Hanya produk makanan ini mengandungi bahan aditif yang disahkan selamat untuk digunakan
Menyatakan bahawa mana-mana makanan tertentu akan membekalkan sumber yang mencukupi bagi semua nutrien yang penting.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Makanlah produk ABC untuk memenuhi keperluan nutrien harian anda

AKUAN YANG TIDAK DIBENARKAN	
Perkara	Contoh
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Produk ini dapat memenuhi keperluan seharian pengambilan sayur dan buah-buahan anda ✓ Produk ini dapat memberikan semua vitamin dan mineral yang diperlukan kepada badan
Akuan yang membayangkan bahawa sesuatu diet yang seimbang atau gabungan pelbagai jenis makanan tidak dapat membekalkan jumlah yang mencukupi bagi semua nutrien.	✓ Tiada jaminan memakan diet seimbang boleh mendapatkan zat yang mencukupi
Mempunyai tuntutan mengenai ketiadaan apa-apa bahan aditif makanan atau nutrien tambahan yang dilarang dalam Peraturan-Peraturan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tidak mengandungi asid borik ✓ Tidak mengandungi <i>fomaldehyde</i>
Mempunyai tuntutan mengenai ketiadaan daging lembu atau daging babi atau terbitannya atau lemak babi atau alkohol jika makanan itu tidak mengandungi bahan tersebut	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tiada babi/tiada lemak babi ✓ Tiada alkohol

AKUAN YANG DIBENARKAN TETAPI BERSYARAT PADA LABEL DAN IKLAN MAKANAN

AKUAN YANG DIBENARKAN TETAPI BERSYARAT	
Perkara	Contoh
Mengaitkan makanan itu dengan perkataan ' tulen ' atau apa-apa perkataan lain yang sama maksud kecuali makanan yang diberikan kekuatan, ketulenan atau kualiti yang ditetapkan oleh peraturan.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Madu asli/tulen ✓ <i>Pure Juice</i>
Mengaitkan makanan itu dengan perkataan " organik ", " ekologikal ", " biodinamik " atau perkataan yang mempunyai maksud sama melainkan mematuhi kehendak Standard Malaysian MS 1529: Pengeluaran, Pemprosesan, Pelabelan dan Pemasaran Makanan Berasaskan Tumbuhan yang dihasilkan Secara Organik.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Makanan organik ✓ <i>Organic carrot</i>
Akuan berkhasiat atau apa-apa perkataan lain yang membawa erti yang serupa.	✓ Makanan ini berkhasiat dan sesuai untuk semua peringkat umur

AKUAN YANG DIBENARKAN TETAPI BERSYARAT	
Perkara	Contoh
<p>Akuan Kandungan Nutrien Suatu akuan yang memperihalkan tahap nutrien dalam produk makanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tinggi kalsium ✓ Bebas kolesterol ✓ Rendah gula
<p>Akuan Perbandingan Nutrien Suatu akuan yang membandingkan tahap nutrien atau tenaga di antara dua atau lebih makanan yang sama.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Susu B mempunyai 50% lebih kalsium berbanding susu A ✓ Telur B mempunyai 33% kurang kolesterol berbanding telur A ✓ Mengandungi 25% lebih Vitamin C daripada formulasi terdahulu (produk ABC)
<p>Akuan Fungsi Nutrien Suatu akuan yang memperihalkan peranan fisiologi nutrien dalam pertumbuhan, perkembangan dan fungsi normal badan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kalsium membantu dalam perkembangan tulang dan gigi yang kuat ✓ Protein soya membantu mengurangkan kolesterol ✓ Beta glukon daripada oat membantu mengurangkan kenaikan glukosa darah dengan syarat ia tidak dimakan dengan makanan lain.
<p>Akuan untuk diperkayakan, diperkuatkan atau apa-apa perkataan lain yang membawa erti yang serupa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diperkaya dengan Vitamin A (300µg/100g) dan C (13mg/100g) ✓ Diperkuat dengan kalsium (290mg/100g)

*** Tertakluk pada pematuhan mana-mana syarat-syarat yang tersedia ada dengan merujuk kepada Akta Makanan 1983 atau Peraturan-peraturan Makanan 1985, Garis Panduan Pelabelan dan Akuan Pemakanan dan Garis Panduan Pelabelan Am.

6. PENYARINGAN / SEMAKAN DOKUMEN KELULUSAN

Pihak KKM melalui Sesi Dialog Bersama Industri Penyiaran bagi membincangkan kawalan iklan perubatan berbentuk segmen/program tajaan atau bual bicara pada 15 November 2016 telah mencapai 3 resolusi berikut:

Resolusi 1: KKM menyediakan **senarai semak bagi iklan dengan tuntutan kesihatan.**

Resolusi 2: Meningkatkan kepatuhan media penyiaran tentang kawalan iklan berbentuk segmen tajaan/program tajaan/bual bicara.

Resolusi 3: Melantik '*Liaison Officer*' dari media penyiaran yang boleh dihubungi oleh agensi KKM berhubung isu-isu Kawalan iklan.

Satu **Senarai Semak Penyiaran Iklan melibatkan produk/perkhidmatan kesihatan** telah diwujudkan bertujuan bagi membantu industri untuk membuat saringan awal terhadap iklan-iklan yang melibatkan produk/perkhidmatan kesihatan termasuklah berbentuk *jingle*, program tajaan/bual bicara, dokumentari dan lain-lain bentuk iklan. Senarai semak ini boleh disesuaikan dengan SOP media penyiaran masing-masing. Ia bukanlah terhad dan tertakluk kepada pindaan dari semasa ke semasa.

Butiran lanjut Senarai Semak Penyiaran Iklan melibatkan produk/perkhidmatan kesihatan ini seperti dalam **Lampiran A**.

7. SOLUSI SENARIO KANDUNGAN IKLAN

Untuk tujuan panduan bagi kandungan, beberapa senario kandungan iklan yang didapati kerap dikemukakan atau melanggar kesalahan peruntukan ubat, kosmetik dan makanan disenaraikan bersama dengan syor pembetulan bagi tujuan penyiaran pengiklanan:

a. Umum

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
1	Dakwaan kelulusan	<ul style="list-style-type: none">• "...mendapat kelulusan daripada pihak Kementerian Kesihatan Malaysia..."• "...diiktiraf Skim Pensijilan Amalan Pengilangan Yang Baik / <i>Good Manufacturing Practice(GMP)</i>.."	<ul style="list-style-type: none">• tidak dibenarkan kecuali bagi produk ubat-ubatan yang telah mendapat kelulusan pengiklanan dari Lembaga Iklan Ubat (LIU)

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
2	Testimonial pengguna	<ul style="list-style-type: none"> dakwaan berat sebelah dalam testimonial 	<ul style="list-style-type: none"> kelulusan melalui permohonan yang telah disertakan sokongan lengkap seperti sokongan klinikal, pengesahan pengguna atau kelulusan pihak KKM
3	Pertauliahian profesional dan agensi	<ul style="list-style-type: none"> dakwaan pengiktirafan palsu 	<ul style="list-style-type: none"> pengesahan dari badan profesional atau agensi terlibat, termasuk produk Halal (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia), produk organik (Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia)
4	Logo/slogan /lagu/tema	<ul style="list-style-type: none"> dakwaan mengelirukan secara langsung atau tidak langsung 	<ul style="list-style-type: none"> dibenarkan tanpa ada tuntutan superlatif
5	Pelabelan	<ul style="list-style-type: none"> tiada paparan label label palsu/tamat tempoh 	<ul style="list-style-type: none"> memaparkan label seperti kehendak peruntukan yang diluluskan

a. Produk Ubat-ubatan

Senario kandungan iklan dan syor pembetulan bagi produk ubat-ubatan seperti dalam **Lampiran B**.

b. Produk kosmetik

Senario kandungan iklan dan syor pembetulan bagi produk kosmetik seperti dalam **Lampiran C**.

c. Produk makanan

Senario kandungan iklan dan syor pembetulan bagi produk makanan seperti dalam **Lampiran D**.

8. STATISTIK SEKATAN LAMAN SESAWANG DI BAWAH SEKSYEN 233, AKTA KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA 1998

MCMC turut berkongsi statistik berkaitan Sekatan Laman Sesawang di bawah Seksyen 233 – Penggunaan tidak wajar kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian, dll. Sekatan telah dibuat berdasarkan permohonan rasmi daripada KKM berdasarkan aduan-aduanyang telah diterima daripada orang awam.

Tindakan sekatan laman sesawang yang telah diambil oleh pihak MCMC terhadap pengiklanan produk kesihatan yang melanggar peruntukan undang-undang seperti di bawah KKM:

- a. Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956;
- b. Akta Jualan Dadah 1952, Peraturan Kawalan Dadah dan Kosmetik 1984;
- c. Akta Makanan 1983;
- d. Akta Racun 1952; dan
- e. Akta Peranti Perubatan 2012.

Sehingga Mei 2019, pihak MCMC telah pun menyekat sebanyak 2,183 laman sesawang berdasarkan aduan - aduan yang diterima daripada orang awam. Diringkaskan maklumat tersebut seperti di bawah:

Aduan Kesalahan di bawah Peruntukan Undang-undang di bawah KKM	Bilangan Sekatan Laman Sesawang								Jumlah Keseluruhan Kes
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Sehingga Mei 2019	
Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956	1	-	2	1	2	8	25	6	45
Peraturan Kawalan Dadah dan Kosmetik 1984	-	111	204	245	31	451	625	140	1,807
Akta Makanan 1983	-	-	-	3	13	32	66	24	138
Akta Racun 1952	-	-	-	-	-	24	108	60	192
Akta Peranti Perubatan 2012	-	-	-	-	-	1	-	-	1
JUMLAH KESELURUHAN TAHUNAN									2,183

9. RUJUKAN PERUNTUKAN

Rujukan industri kandunganberhubung dengan iklan yang mengandungi tuntutan kesihatan yang disediakan ini adalah perlu dirujuk bersama-sama peruntukan/garis panduan seperti yang berikut:

- a. Akta Komunikasi dan Multimedia Malaysia 1998;
- b. Kod Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia;
- c. Akta Makanan 1983;
- d. Peraturan-Peraturan Makanan 1985;
- e. Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956;

- f. Garis Panduan Kawalan Produk Kosmetik;
- g. Garis Panduan Pengiklanan Ubat dan Produk Perubatan kepada Orang Awam;
- h. Garis Panduan Pengiklanan untuk Kemudahan dan Perkhidmatan Penjagaan Kesihatan (Hospital Swasta, Klinik, Klinik Radiologi dan Makmal Perubatan Swasta);
- i. Garis Panduan Penapisan Filem 2010;
- j. Garis Panduan Mengelakkan Iklan Palsu atau Mengelirukan; dan
- k. Panduan selebriti dalam pengiklanan produk kesihatan.

Rujukan ini akan menjadi panduan dan amalan baik (*good practice*) kepada industri dalam kawal selia sendiri kandungan iklan yang mengandungi tuntutan kesihatan.

No	Agensi	Butiran
1.	Jabatan Pemantauan dan Pematuhan (Kandungan), Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia MCMC Tower 1, Jalan Impact, Cyber 6 63000 Cyberjaya Selangor Darul Ehsan	Tel. : 03 8688 8000 Faks: 03 8688 1000 E-mel: mcc@mcmc.gov.my
2.	Forum Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia (CMCF) Unit 1206, Block B Pusat Dagangan Phileo Damansara 1 9, Jalan 16/11 Off Jalan Damansara 46350 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan	Tel. : 03-7954 8105/ 03-7958 3690 Faks: 03-7954 1260 03-76608532 Emel: secretariat@cmcf.my Laman sesawang: www.cmcf.my
3.	Cawangan Kawalan Iklan/ Sekretariat Lembaga Iklan Ubat Bahagian Penguatkuasaan Farmasi Kementerian Kesihatan Malaysia Lot 36, Jalan Universiti 46200 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan	Tel. : 03-7841 3200 Faks: 03-7968 2222 Laman sesawang: www.pharmacy.gov.my
4.	Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan Kementerian Kesihatan Malaysia Aras 4, Menara Prisma No.26, Jalan Persiaran Perdana Presint 3 62675 Wilayah Persekutuan Putrajaya	Tel. : 03-8885 0797 Faks: 03-8885 0790 Emel: fsg_dcb@moh.gov.my
5.	Bahagian Regulatori Farmasi Negara Kementerian Kesihatan Malaysia Lot 36, Jalan Universiti 46200 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan	Tel. : 03-78835400 Faks: 03-79562924 E-mel: kosmetik@npra.gov.my

No	Agensi	Butiran
		Laman sesawang: http://npra.moh.gov.my
6.	Lembaga Penapis Filem (LPF) Kementerian Dalam Negeri Aras 2, Blok D2, Kompleks D, Presint 1 Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan 62546 Wilayah Persekutuan Putrajaya	Tel. : 03-8886 3230 Faks: 03-8889 1685 Laman sesawang: http://moha.gov.my
7.	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna No.13, Persiaran Perdana, Presint 2 Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan 62623 Wilayah Persekutuan Putrajaya	Tel. : 03-8882 5500 Faks: 03-8882 5762 Laman sesawang: http://kpdnhep.gov.my

10. KESIMPULAN

Penyiaran iklan tuntutan kesihatan yang palsu atau mengelirukan dalam industri bukan merupakan suatu perkara yang boleh dilihat sebagai remeh. Menyedari akan pentingnya usaha dalam mempertingkatkan kualiti kandungan, pihak MCMC berharap melalui semakan Rujukan Industri Kandungan ini, tafsiran peruntukan dapat diselaraskan khususnya bagi memastikan keseragaman pemahaman dan suntingan bagi semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam industri kandungan di Malaysia.

Sehubungan itu, Rujukan Industri Kandungan ini diharapkan dapat memberi tafsiran yang jelas kepada para pengguna untuk berwaspada dengan kandungan iklan tuntutan kesihatan yang palsu atau mengelirukan dan menjadi panduan untuk diaplikasikan sepenuhnya oleh industri dalam membangunkan kualiti kandungan mengikut kehendak semasa.

Pihak MCMC dan KKM mengharapkan industri dan agensi-agensi yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dapat bersama-sama menangani isu ketidakpatuhan kandungan khususnya iklan tuntutan kesihatan agar tidak mengambil kesempatan ke atas pengguna dengan iklan kandungan palsu atau mengelirukan.

Rujukan Industri Kandungan ini akan disemak secara tahunan selari dengan peredaran teknologi dan perubahan secara dinamik industri dalam melindungi pengguna di Malaysia tanpa menggantikan atau menjejaskan apa-apa undang-undang atau peraturan sedia ada berkaitan pengiklanan.

TERIMA KASIH

SENARAI SEMAK PENYIARAN IKLAN MELIBATKAN PRODUK/PERKHIDMATAN KESIHATAN *

Sila pastikan setiap permohonan dilengkapi dengan dokumen-dokumen seperti berikut dan tandakan (√) pada ruangan KLIEN (mana-mana yang berkaitan):

- A. Iklan Ubat (produk mempunyai nombor pendaftaran MAL)
- B. Iklan Perkhidmatan (melibatkan hospital/klinik swasta, makmal perubatan swasta dan radiologi swasta yang dikendalikan oleh pengamal perubatan berdaftar)
- C. Iklan Perkhidmatan Tradisional & Komplementari
- D. Iklan Produk Kosmetik
- E. Iklan Produk Peranti Perubatan
- F. Iklan Makanan

* Senarai semak ini diwujudkan bertujuan bagi membantu media penyiaran untuk membuat saringan awal terhadap iklan-iklan melibatkan produk/perkhidmatan kesihatan termasuklah

iklan berbentuk jingle, tajaan/bual bicara, dokumentari & lain-lain bentuk iklan. Senarai semak ini boleh disesuaikan dengan SOP media penyiaran masing-masing. Ia bukanlah terhad dan tertakluk kepada pindaan dari masa ke semasa.

A. Iklan Ubat (produk mempunyai nombor pendaftaran MAL)

BIL	PERKARA	KLIEN	UNTUK KEGUNAAN MEDIA PENYIARAN
1	Skrip penuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	i. Sijil Kelulusan Iklan ii. Format Iklan yang telah diluluskan oleh Lembaga Iklan Ubat (LIU) iii. Sekiranya mempunyai VT, pastikan ia telah mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Syarat:

1. Panggilan luar tidak dibenarkan
2. Mengikut skrip penuh seperti format yang telah diluluskan oleh LIU
3. Memaparkan nombor KKKLIU, nombor pendaftaran produk (MAL) dan pernyataan 'Ini adalah iklan ubat/ suplemen kesihatan/ produk tradisional' sewaktu siaran ke udara.
4. Sekiranya audio, memadai menyatakan 'Iklan ini diluluskan oleh Lembaga Iklan Ubat'
5. Tidak memaparkan/menyatakan laman web sekiranya laman web (yang mengandungi iklan ubat) tersebut belum mendapat kelulusan daripada LIU
6. Sekiranya ada memaparkan bunting, risalah atau sebarang alat bercetak lain yang mengandungi tuntutan perubatan sewaktu program berlangsung, sila pastikan ia telah mendapat kelulusan daripada LIU

Maklumat lanjut:

Lembaga Iklan Ubat

Kementerian Kesihatan Malaysia
 Lot 36, Jalan Universiti
 46350 Petaling Jaya
 Selangor Darul Ehsan
 Tel No.: 03-7841 3200 / 3320
 Fax No.: 03-7968 2251
 Laman web: www.pharmacy.gov.my

Rujukan:

- 1) Akta Ubat (Iklan & Penjualan) 1956

- 2) Garis Panduan Pengiklanan Ubat dan Produk Perubatan Kepada Orang Awam
- 3) Polisi Lembaga Iklan Ubat
- 4) Semak status pendaftaran produk di www.npra.moh.gov.my> Quest Product Search
- 5) Semak senarai iklan yang telah diluluskan di dalam www.pharmacy.gov.my> Perkhidmatan > e-perkhidmatan > Iklan telah diluluskan Lembaga Iklan Ubat

B. Iklan Perkhidmatan (melibatkan hospital/klinik swasta, makmal perubatan swasta dan radiologi swasta yang dikendalikan oleh pengamal perubatan berdaftar)

BIL	PERKARA	KLIEN	UNTUK KEGUNAAN MEDIA PENYIARAN
1	Skrip penuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	i. Sijil Kelulusan Iklan ii. Format Iklan yang telah diluluskan oleh Lembaga Iklan Ubat iii. Sekiranya mempunyai VT, pastikan ia juga mendapat kelulusan LIU dan telah mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Syarat:

1. Panggilan luar tidak dibenarkan
2. Mengikut skrip penuh seperti format yang telah diluluskan oleh LIU
3. Memaparkan nombor KKKLIU sewaktu siaran ke udara
4. Tidak memaparkan/menyatakan laman web sekiranya laman web tersebut belum mendapat kelulusan daripada LIU
5. Tidak boleh menjurus kepada pengiklanan individu profesional tersebut

Maklumat lanjut:

Lembaga Iklan Ubat

Kementerian Kesihatan Malaysia
 Lot 36, Jalan Universiti
 46200 Petaling Jaya
 Selangor Darul Ehsan
 Tel No.: 03-7841 3200 / 3320
 Fax No.: 03-7968 2251

Laman web: www.pharmacy.gov.my

Rujukan:

- 1) Akta Ubat (Iklan & Penjualan) 1956
- 2) Garis Panduan Pengiklanan Untuk Kemudahan Dan Perkhidmatan Penjagaan Kesihatan(Hospital Swasta, Klinik, Klinik Radiologi dan Makmal Perubatan Swasta)
- 3) Polisi Lembaga Iklan Ubat
- 4) Semak senarai iklan yang telah diluluskan di dalam www.pharmacy.gov.my> Perkhidmatan > e-perkhidmatan > Iklan telah diluluskan Lembaga Iklan Ubat
- 5) Semakan Pengamal Perubatan Berdaftar - www.mmc.gov.my> Patients & Public > Search for Registered Doctor

C. Iklan Perkhidmatan Tradisional & Komplementari

BIL	PERKARA	KLIEN	UNTUK KEGUNAAN MEDIA PENYIARAN
1	Skrip penuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<p>i. Lesen daripada PBT/ pendaftaran SSM</p> <p>ii. Perakuan Pengamalan yang sah dalam bidang amalan yang diiktirafkan (terpakai hanya apabila Akta Perubatan Tradisional & Komplementari 2016 dikuatkuasakan dengan penuhnya).</p> <p>iii. Tidak menggunakan gelaran/ singkatan Doktor, <i>Physician</i>, <i>Doctor of Medicine</i>, <i>Licentiate in Medicine and Surgery</i>, <i>Bachelor of Medicine</i>, <i>Surgeon</i>, <i>General Practitioner</i> atau <i>Apothecary</i> kecuali pengiklan mempunyai Perakuan Pendaftaran di bawah Akta Perubatan 1971 atau Akta Pergigian 1971.</p> <p>iv. Premis tidak boleh menggunakan nama Clinic, Dispensary atau Hospital kecuali mempunyai Perakuan Pendaftaran (untuk <i>Clinic dan Dispensary</i>) atau Lesen (untuk Hospital) yang dikeluarkan di bawah Akta Kemudahan dan Perkhidmatan Jagaan Kesihatan Swasta 1998.</p> <p>v. Iklan tidak melanggar Seksyen 4A Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956.</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

--	--	--	--

Syarat:

1. Panggilan luar tidak dibenarkan
2. Iklan tidak boleh membuat pernyataan palsu dan mengelirukan

Maklumat lanjut:

Cawangan Inspektorat & Penguatkuasaan

Bahagian Perubatan Tradisional dan Komplementari

Kementerian Kesihatan Malaysia

Blok E Jalan Cenderasari

50590 Kuala Lumpur

Tel: 03-22798252/ 03-22798100

Laman web: <http://tcm.moh.gov.my>

Rujukan:

- 1) Akta Perubatan Tradisional & Komplementari 2016 dan peraturan-peraturannya
- 2) Akta Ubat (Iklan dan Penjualan) 1956

D. Iklan Produk Kosmetik

BIL	PERKARA	KLIEN	UNTUK KEGUNAAN MEDIA PENYIARAN
1	Skrip penuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	i. Nota Notifikasi ii. Sekiranya mempunyai VT, pastikan telah mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem iii. Label produk kosmetik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	Lain-lain dokumen/sijil yang berkenaan (cth. Sijil ISO, MSQH, GMP, statistik tertentu, akreditasi organik, sijil-sijil khas, sijil Halal JAKIM atau badan persijilan yang diiktiraf oleh JAKIM dan lain-lain) Nyatakan:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Syarat:

1. Panggilan luar tidak dibenarkan

2. Tuntutan dan cara penggunaan hanya dibenarkan dalam skop takrifan kosmetik sahaja
3. Tidak membuat sebarang tuntutan untuk mendiagnos, mencegah atau merawat penyakit atau keadaan tubuh badan manusia, termasuk di dalam VT samada secara tersirat atau tersurat.
4. Nama pada label produk sama dengan nama pada Nota Notifikasi

Maklumat lanjut:

Seksyen Kosmetik

Pusat Pasca Pendaftaran Produk dan Kawalan Kosmetik

Agensi Regulatori Farmasi Negara

Kementerian Kesihatan Malaysia

Lot 36, Jalan Universiti

46350 Petaling Jaya

Selangor Darul Ehsan

Tel No.: 03-7883 5400

Fax No.: 03-7956 2924



Laman web: www.npra.moh.gov.my

Rujukan:

- 1) *Guideline for cosmetic advertisement*
- 2) Semak status notifikasi produk kosmetik di www.npra.moh.gov.my

E. Iklan Produk Peranti Perubatan

BIL	PERKARA	KLIEN	UNTUK KEGUNAAN MEDIA PENYIARAN
1	Skrip penuh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	i. Lesen establismen; dan ii. Sijil Pendaftaran Peranti Perubatan/ Surat Notifikasi/ Surat Akuan bagi permohonan pendaftaran Peranti Perubatan iii. Sekiranya mempunyai VT, pastikan ia telah mendapat kelulusan Lembaga Penapis Filem	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

3	Lain-lain dokumen/sijil yang berkenaan (cth. Sijil ISO, MSQH, GMP, statistik tertentu, sijil-sijil khas, sijil Halal JAKIM atau badan persijilan yang diiktiraf oleh JAKIM dan lain-lain) Nyatakan:		
---	---	---	---

Syarat:

1. Panggilan luar tidak dibenarkan
2. Peranti perubatan hendaklah berdaftar dengan Pihak Berkuasa Peranti Perubatan
3. Iklan tidak boleh membuat pernyataan palsu dan mengelirukan

Maklumat lanjut:

Pihak Berkuasa Peranti Perubatan

Kementerian Kesihatan Malaysia
 Level 5, Menara Prisma
 No. 26, Jalan Persiaran Perdana
 Precint 3, 62675 Putrajaya
 Tel: 03-8892 2400
 Faks: 03-8892 2500
 Laman web: <http://www.mdb.gov.my>

Rujukan:

1. Akta Peranti Perubatan 2012
2. *Code Of Advertisement For Medical Device*

F. Iklan Makanan (terutama bagi produk yang telah dikelaskan sebagai bukan ubat)

Maklumat lanjut bagi pengiklanan:

**Seksyen Special Food Group
 Bahagian Keselamatan dan Kualiti Makanan**

Kementerian Kesihatan Malaysia
 Aras 4, Menara Prisma
 No. 26, Jalan Persiaran Perdana, Presint 3
 Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan
 62675 Wilayah Persekutuan Putrajaya
 Tel: 03-8885 0797 samb 4272/4038
 Faks: 03-8885 0790
 Laman web: <http://www.fsq.moh.gov.my>

Produk Ubat-Ubatan

Senario kandungan iklan dan syor pembedahan bagi produk ubat-ubatan seperti berikut:

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan tertakhluk kepada kelulusan Lembaga Iklan Ubat (LIU)
Produk Ubat-Ubatan			
1	Paparan label	<ul style="list-style-type: none"> • label yang dipaparkan dalam iklan mestilah seperti yang telah diluluskan oleh Pusat Berkuasa Kawalan Dadah (PBKD) 	<ul style="list-style-type: none"> • dapatkan kelulusan dengan pihak <i>National Pharmaceutical Regulatory Agency (NPRA)</i> sekiranya ada perubahan label selepas produk berdaftar dengan PBKD sebelum hantar permohonan kelulusan iklan kepada LIU
2	Label palsu/luput tempoh	<ul style="list-style-type: none"> • tidak dibenarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • seperti di atas
3	Tuntutan kesihatan	<ul style="list-style-type: none"> • menyiarkan tuntutan selain daripada indikasi yang telah diluluskan oleh PBKD • tuntutan berlebihan/ superlatif 	<ul style="list-style-type: none"> • tuntutan dibenarkan adalah seperti dalam sijil indikasi (setiap produk berdaftar mempunyai sijil indikasi yang diluluskan) • tuntutan fungsional seperti dalam <i>Drug Registration Guidance Documents (DRGD)</i> yang dikeluarkan oleh NPRA
4	Testimonial produk	<ul style="list-style-type: none"> • testimonial yang direka dan tidak dapat dipastikan kesahihan • testimoni yang di luar daripada indikasi produk yang diluluskan • <i>Caller Segmen</i> tidak dibenarkan bagi iklan ubat di radio/tv 	<ul style="list-style-type: none"> • sertakan surat izin daripada pemberi testimoni semasa memohon kelulusan iklan • testimoni tidak terkeluar daripada indikasi produk yang telah diluluskan
5	Logo	<ul style="list-style-type: none"> • menyiarkan logo pihak lain tanpa kebenaran 	<ul style="list-style-type: none"> • mestilah mendapat kebenaran pihak berkaitan
6	Superlatif	<ul style="list-style-type: none"> • Antara pemerihalan superlatif, perkataan atau frasa tanpa pengesahan atau tidak dibenarkan adalah seperti: <ol style="list-style-type: none"> 1. Antipenuaan 2. Antistres 	<ul style="list-style-type: none"> • frasa superlatif yang digunakan mestilah disahkan (jika berkenaan)

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan tertakhluk kepada kelulusan Lembaga Iklan Ubat (LIU)
		<ol style="list-style-type: none"> 3. Apa-apa peratusan (melainkan jika disahkan) 4. Afrodisiak 5. Bangkitan 6. Penyembuhan lengkap 7. Berkesan (untuk ubat tradisional dan suplemen) 8. Meningkatkan fungsi organ seks 9. Cemerlang 10. Menakjubkan, Hebat 11. Dijamin 12. Pelepas hormon 13. Sempurna 14. Sembuh segera 15. Libido 16. Lanjut usia 17. Menakjubkan, keajaiban, mengagumkan, ajaib 18. Mistik 19. No.1 (melainkan jika disahkan) 20. Tiada kesan sampingan 21. Kekal muda 22. Mujarab 23. Berkuasa 24. Keramat, sungguh 25. Kelegaan terhebat 26. Kuasa seksual 27. Unggul 28. 'Terbaik', 'satu-satunya', 'paling/amat/sangat' 29. Unik 30. Ajaib 31. Terbaik di dunia 32. Apa-apa superlatif, perkataan atau frasa lain yang sinonim dengan yang di atas. <p><i>Sumber: Garis Panduan Pengiklanan Ubat dan Produk Perubatan kepada Orang Awam</i></p>	
7	Pertauliahahan	<ul style="list-style-type: none"> • tuntutan berkaitan (seperti halal bagi iklan produk atau MS ISO atau iklankan kepakaran bagi iklan <i>skill & service</i>) yang tidak dapat dibuktikan kesahihan 	<ul style="list-style-type: none"> • sertakan sijil-sijil dengan pengesahan daripada pihak berkaitan semasa permohonan kelulusan iklan

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan tertakhluk kepada kelulusan Lembaga Iklan Ubat (LIU)
<p>Nota:</p> <p>Bagi iklan ubat-ubatan & 'skill & services', setiap iklan yang disiarkan haruslah terlebih dahulu mendapat kelulusan daripada pihak LIU. Perkara-perkara 1 -7 berikut merupakan kriteria yang akan ditapis dan diambil kira semasa proses permohonan kelulusan iklan di mana setiap iklan dinilai dan diberi kelulusan berdasarkan Garis Panduan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garis Panduan Pengiklanan Ubat dan Produk Perubatan kepada Orang Awam 2. Garis panduan Pengiklanan untuk Kemudahan dan Perkhidmatan Penjagaan Kesihatan (hospital Swasta, Klinik, Klinik radiologi dan Makmal Perubatan Swasta) <p>Semua perkara yang disyorkan di lampiran ini adalah tidak muktamad dan tertakhluk kepada perubahan dalam peruntukan yang terpakai.</p> <p>Walaupun tuntutan yang dibuat adalah mengikut contoh yang disyorkan seperti dalam jadual, pihak industri diingatkan bahawa setiap iklan ubat-ubatan yang disiarkan masih perlu mendapatkan kelulusan daripada LIU dan masih tertakhluk kepada budi bicara pihak LIU.</p>			

Produk Kosmetik

Senario kandungan iklan dan syor pembetulan bagi produk kosmetik seperti berikut:

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
Produk Kosmetik			
1	Produk penjagaan rambut	<ul style="list-style-type: none"> • Menghalang penghasilan kelemumur • Menghilangkan kelemumur secara kekal • Mengembalikan sel rambut • Kehilangan rambut boleh dirawat atau diterbalikkan • Merangsang/menggalakkan pertumbuhan rambut • Merawat masalah rambut akibat keturunan • Mencegah uban/rambut putih 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengawal/mengurangkan mencegah kelemumur • Mencegah dan melambatkan rambut gugur • Meningkatkan jumlah rambut/melebatkan rambut • Menguatkan akar/folikel rambut • Menggalakkan pertumbuhan rambut sihat
2	Produk kulit	<ul style="list-style-type: none"> • Menghalang, mengurangkan atau menterbalikkan perubahan fisiologi dan keadaan degenerasi yang disebabkan oleh penuaan • Menggalakkan peredaran darah • Menggalakkan/merangsang sintesis kolagen • Melambatkan proses penuaan • Menghalang pembentukan selulit/membantu menghalang selulit/merawat selulit • Menghilangkan/ merawat parut • Menghalang, menyembuhkan, merawat atau menghentikan jerawat • Rawatan selulit, keloid, ketuat • Merujuk kepada kesan pelangsingan (<i>slim, trim</i>), kehilangan sentimeter/inci, menghilangkan /membakar lemak • Merujuk kepada kehilangan cecair badan yang berlebihan (<i>draining</i>), 	<ul style="list-style-type: none"> • Membersihkan, melembutkan, melembabkan, memutihkan kulit • Menyuburkan sel/sel kulit lebih muda/menjana semula kulit • Melambatkan tanda-tanda penuaan • Kulit kelihatan lebih muda • Mengurangkan selulit • Membaiki/mengurangkan kesan parut • Mengawal/mengurangkan jerawat • Mengurangkan selulit, kulit tebal, berbelulang/kematu (<i>hard skin, callous</i>) • Membentuk, menegangkan, <i>shaping, reshape, countour, firming</i> • Anti-kedut, cela, pigmentasi, jerawat

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
		<p>mengurangkan/ mengawal bengkak/edema</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merujuk kepada merangsangkan peredaran darah/peredaran mikro • Tindakan fungisid,virusid • Memberi kesan kebas kepada kulit • Merujuk kepada apa-apa tuntutan untuk merawat penyakit seperti ekzema, hyperpigmentasi, actopis dermatitis dan sebagainya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Merangsang/meningkatkan pembaharuan kulit/merangsang pengelupasan epidermis/merangsang/menggalakkan penghasilan sel kulit baru
3	Produk kebersihan mulut atau pergigian	<ul style="list-style-type: none"> • Rawatan bisul gusi, keradangan, ulser mulut,periodontitis, penyakit periodontal, stomatitis atau mana-mana penyakit mulut atau jangkitan dalam mulut • Gusi berdarah • Merujuk kepada kesakitan/kesan pada saraf gigi 	<ul style="list-style-type: none"> • Memutihkan gigi (<i>Bleaching</i>) • Mengurangkan/mencegah plak gigi • Melegakan gigi sensitif • Mengekalkan kesihatan gusi
4	Deodoran & Anti-perspirasi	<ul style="list-style-type: none"> • Menghalang peluh sepenuhnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencegah bau badan • Menghilangkan bau badan
5	Perfumes/wangian/penyegar/haruman	<ul style="list-style-type: none"> • Tarikan hormon atau <i>Aphrodisiacs</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mewangikan dan menyegarkan badan
6	Minyak untuk urutan badan(<i>massage oil</i>)/Aromatherapi	<ul style="list-style-type: none"> • Tuntutan yang merujuk kepada insomnia, gangguan tidur, kesan neurologi, sakit otot/badan/sendi, sistem imun, peredaran darah, keadaan kesakitan lain • Perut angin, kembung 	<ul style="list-style-type: none"> • Menenangkan (<i>calming/relaxing</i>) • Melembutkan kulit • Melembapkan kulit
7	Produk kebersihan feminin/Lelaki <ul style="list-style-type: none"> • Produk cucian /bilas sahaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Merujuk kepada apa-apa yang berkaitan dengan seksual • Mengetatkan otot faraj/vagina • Merujuk kepada penyakit, jangkitan dan keradangan • Mengurangkan <i>discharge</i>, keputihan, kegatalan 	<ul style="list-style-type: none"> • Deodorizing/menghilangkan bau • Keseimbangan dan kawalan PH • Membersihkan bahagian luar alat kelamin • Mencerahkan kulit
8	Produk payudara	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan saiz/volum dada 	<ul style="list-style-type: none"> • Menegangkan • <i>Bust firming/bust up/bust lifting</i>

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
9	Produk pelindung matahari/ Sunscreen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sunblock</i> • <i>Sweat proof</i>/kalis peluh • <i>Waterproof</i>/kalis air • <i>Anti-UV, Infrared</i> • <i>UV block/cut</i> • Mencegah kanser kulit, menghalang kejadian kanser 	<ul style="list-style-type: none"> • Melindungi kulit dari sinaran UVA dan UVB • Menghalang/mencegah sinaran matahari daripada merosakkan kulit • Perintang air/tahan air, <i>Water resistant</i> • Melegakan/membantu/mengurangkan selaran matahari
10	<i>Depilatories</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menghenti/menghalang pertumbuhan rambut 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyingkirkan/menghilangkan rambut
11	Tuntutan lain	<ul style="list-style-type: none"> • Antimikrobial • Antiseptik • Disinfektan • Menggunakan elemen tahyul (contoh: saka, sihir, penawar, badi) • Tuntutan agama • Menggunakan ayat-ayat Al-Quran, Hadith/ Bible • Gigitan serangga / mozzi • <i>Cosmeceutical/mesotherapy/injection/micro-needling</i> • Perlindungan 100% • Bahan aktif/<i>active ingredient</i> • Logo GMP/Diluluskan oleh KKM • Gambar yang bertentangan dengan standard moral atau tatasusila masyarakat Malaysia (contoh gambar yang menjolok mata/ seksi) • Menggunakan gambar/simbol/logo yang merujuk kepada organ dalaman manusia (jantung, buah pinggang, spleen dll) 	<ul style="list-style-type: none"> • Antibakteria • Melindungi daripada kuman • Membunuh kuman <p><u>Nota:</u> Tuntutan di atas perlu ada agen antibakteria dalam formulasi produk</p>
12	Contoh tuntutan yang memerlukan dokumen sokongan	<ul style="list-style-type: none"> • tuntutan tanpa pengesahan akuan 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Body whitening</i> serum with 95% of pure concentrated vitamin C • “Kedutan berkurang sehingga 58%” • Kulit 8x lebih cerah

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fairer in just 14 days</i> • <i>2x more effective than other sensitive toothpaste</i> • <i>"24 hours 99.9% anti-bacterial protection"</i> • <i>"Brand X superfast hand wash kills 99.9% of germs faster"</i> • Selamat untuk bayi di bawah umur 1 tahun • pH5.5 semulajadi kulit • 2 kali lebih perlindungan anti-bakteria

Produk Makanan

Senario kandungan iklan dan syor pembetulan bagi produk makanan seperti berikut:

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
Produk Makanan			
1	Paparan kenyataan/label	<ul style="list-style-type: none"> • Diluluskan oleh KKM 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dibenarkan
2	Tuntutan kesihatan dalam iklan	<ul style="list-style-type: none"> • Semua tuntutan atau akuan kesihatan/merawat/mencegah • meningkatkan...imunisasi, melawan penyakit • mencegah penyakit kanser, jantung dan lain-lain • merawat penyakit...ekzema, sendi dll • Mengurangkan penyakit...diabetis, asma, dll • ...minuman bagi mengatasi ketagihan (rokok & dadah) • Rahsia otak cergas....(nama produk yang perlu diambil) • ...direka khas untuk menguatkan otak dan minda kanak-kanak supaya lebih cergas dan cerdas. • ...mempunyai ciri-ciri terapi yang baik kepada jantung • ...mendapati kandungan utamanya dapat memecahkan kolestrol 	<p>Antara syor akuan fungsi nutrien yang disarankan adalah seperti;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalsium-membantu dalam perkembangan tulang dan gigi • Vitamin C-meningkatkan penyerapan zat besi dari makanan • Vitamin D-membantu badan menggunakan kalsium dan fosforus <p>Diperlukan untuk penyerapan zat besi dari makanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vitamin E-mengandungi lemak dalam tisu badan dari pengoksidaan • Iodin -sangat penting untuk pembentukan hormon tiroid • Magnesium -menggalakan penyerapan dan pengekalan kalsium • Beta Glucan (dari barli/oat) - membantu merendahkan atau menurunkan kolestrol • DHA & ARA boleh menyumbang bagi perkembangan penglihatan bayi • Asid sialik -merupakan komponen penting bagi tisu otak • Protein -membantu membina dan memperbaiki tisu badan <p>-penting untuk pertumbuhan dan perkembangan</p>

No.	Perkara	Kesalahan	Disyorkan
Produk Makanan			
			<p>-membekalkan asid amino yang diperlukan untuk sintesis protein</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lutein -sebagai pigmen makular dominan dalam retina Lutein boleh menapiscahaya biru dan boleh melindungi mata • Sterol tumbuhan atau stanol tumbuhan -membantu merendahkan atau mengurangkan kolestrol • Serat larut oat -membantu merendahkan atau mengurangkan kolestrol
3	Akuan nutrien		<ul style="list-style-type: none"> • Akuan kandungan nutrien - Akuan memperihalkan tahap nutrien dalam produk makanan. • Akuan perbandingan nutrien - Akuan yang membandingkan tahap nutrien dan/atau nilai tenaga di antara 2 atau lebih makanan yang sama. • Akuan fungsi nutrien - Akuan memperihalkan peranan fisiologi nutrien dalam pertumbuhan, perkembangan & fisiologi normal badan. • Akuan diperkaya, diperkuat - Menggambarkan tahap nutrien yang terkandung dalam makanan
<p>Nota:</p> <p>Setiap iklan yang dipaparkan khususnya bagi perkara 1-3 berikut perlu juga memenuhi kehendak syarat-syarat lain dengan merujuk peruntukan Akta Makanan 1985 atau Peraturan-peraturan Makanan 1985, Garis Panduan Pelabelan dan Akuan Pemakanan dan Garis Panduan Pelabelan Am.</p> <p>Semua perkara yang disyorkan di lampiran ini adalah tidak muktamad dan tertakluk kepada perubahan dalam peruntukan yang terpakai.</p>			