



**BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA**

PERATURAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 2 TAHUN 2016  
TENTANG  
PEDOMAN TEKNIS PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN OLAHAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa masyarakat perlu dilindungi dari informasi yang tidak benar dan menyesatkan dalam iklan pangan olahan;
  - b. bahwa pengaturan mengenai pedoman periklanan pangan dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.52.1831 Tahun 2008 sudah tidak sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang periklanan pangan;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan tentang Pedoman Teknis Pengawasan Periklanan Pangan Olahan;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
  2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252);
  3. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
  4. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360);
  5. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 131, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3867);
  6. Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 5291);
  7. Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 3 Tahun 2013;
  8. Keputusan Presiden Nomor 110 Tahun 2001 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 4 Tahun 2013;

9. Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 386/Menkes/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan Minuman;
10. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.06.1.52.6635 Tahun 2007 tentang Larangan Pencantuman Informasi Bebas Bahan Tambahan Pangan pada Label dan Iklan Pangan;
11. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.06.52.0100 Tahun 2008 tentang Pengawasan Pangan Olahan Organik;
12. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.23.06.10.5166 Tahun 2010 tentang Pencantuman Informasi Asal Bahan Tertentu, Kandungan Alkohol, dan Batas Kadaluwarsa pada Penandaan/Label Obat, Obat Tradisional, Suplemen Makanan, dan Pangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 328);
13. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.23.11.11.09909 Tahun 2011 tentang Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan Olahan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 18);
14. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.5.12.11.09955 Tahun 2011 tentang Pendaftaran Pangan Olahan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 810) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 42 Tahun 2013 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 963);
15. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.52.08.11.07235 Tahun 2011 tentang Pengawasan Formula Bayi dan Formula Bayi untuk Keperluan Medis Khusus (Berita Negara Republik

Indonesia Tahun 2011 Nomor 602) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2014 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 480);

16. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2013 tentang Pengawasan Formula Lanjutan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 708);
17. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2013 tentang Pengawasan Formula Pertumbuhan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 709);
18. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 33 Tahun 2013 tentang Pengawasan Minuman Khusus Ibu Hamil dan/atau Ibu Menyusui (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 710);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN TENTANG PEDOMAN TEKNIS PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN OLAHAN.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Kepala Badan ini yang dimaksud dengan:

1. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

2. Pangan Olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan, termasuk bahan tambahan pangan.
3. Klaim Penurunan Risiko Penyakit adalah klaim yang menghubungkan konsumsi pangan atau komponen pangan dalam diet total dengan penurunan risiko terjadinya suatu penyakit atau kondisi kesehatan tertentu.
4. Iklan Pangan Olahan, yang selanjutnya disebut Iklan, adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai Pangan Olahan dalam bentuk gambar, tulisan atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan atau perdagangan pangan olahan.
5. Nama Dagang adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan peredaran pangan.
6. Keterangan yang Benar adalah keterangan yang isinya sesuai dengan kenyataan sebenarnya atau memuat keterangan yang diperlukan agar dapat memberikan gambaran atau kesan yang sebenarnya tentang pangan.
7. Keterangan yang Tidak Menyesatkan adalah keterangan yang berkaitan dengan hal-hal seperti sifat, harga, bahan, mutu, komposisi, manfaat atau keamanan pangan yang benar dan tidak menimbulkan gambaran/persepsi yang menyesatkan pemahaman mengenai pangan yang bersangkutan.
8. Label yang Disetujui adalah label yang telah mendapatkan persetujuan pada saat pendaftaran Pangan Olahan yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari izin edar.
9. Pengawas adalah pegawai negeri sipil Badan Pengawas Obat dan Makanan yang diberi tugas untuk melakukan pengawasan terhadap iklan pangan olahan.

10. Pemilik Nomor Izin Edar adalah perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki nomor pendaftaran pangan.
11. Kepala Badan adalah Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan.

## BAB II RUANG LINGKUP

### Pasal 2

- (1) Peraturan ini mengatur pengawasan iklan pangan olahan sebelum dan setelah dipublikasikan.
- (2) Pangan Olahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya dapat diiklankan setelah Pangan Olahan tersebut mendapat izin edar dari Kepala Badan, sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

## BAB III PERSYARATAN

### Pasal 3

- (1) Informasi dalam Iklan harus sesuai dengan informasi pada Label yang Disetujui.
- (2) Iklan harus memuat Keterangan yang Benar dan Keterangan yang Tidak Menyesatkan.

### Pasal 4

Publikasi Iklan dapat dilakukan pada media periklanan sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan ini.

### Pasal 5

Iklan wajib memenuhi persyaratan sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Kepala Badan ini.

BAB IV  
PENGAWASAN IKLAN SEBELUM DIPUBLIKASIKAN

Bagian Pertama

Umum

Pasal 6

- (1) Semua Pangan Olahan dapat diiklankan
- (2) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), iklan Pangan Olahan tertentu sebelum dipublikasikan harus mendapat persetujuan dari Kepala Badan
- (3) Pangan Olahan tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah Pangan Olahan yang mencantumkan Klaim Penurunan Risiko Penyakit

Bagian Kedua

Permohonan Persetujuan Rancangan Iklan

Pasal 7

- (1) Permohonan persetujuan rancangan Iklan terdiri atas:
  - a. permohonan pengajuan baru; dan
  - b. permohonan pengajuan perpanjangan.
- (2) Permohonan pengajuan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dilakukan untuk permohonan iklan yang telah habis masa berlakunya.

Pasal 8

- (1) Pemohon mengajukan permohonan persetujuan rancangan Iklan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) secara tertulis kepada Kepala Badan c.q. Direktorat Inspeksi dan Sertifikasi Pangan dengan melampirkan:
  - a. Dokumen administrasi; dan
  - b. Dokumen teknis.

- (2) Kelengkapan dokumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Kepala Badan ini.
- (3) Pemohon bertanggung jawab atas:
  - a. kelengkapan dokumen;
  - b. kebenaran informasi yang tercantum dalam dokumen;
  - dan
  - c. kesesuaian dan keabsahan dokumen.

Bagian Ketiga  
Biaya Evaluasi

Pasal 9

- (1) Terhadap permohonan persetujuan rancangan Iklan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1), dikenakan biaya sebagai Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- (2) Biaya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang telah dibayarkan tidak dapat ditarik kembali.

Bagian Keempat  
Prosedur Evaluasi

Pasal 10

- (1) Dokumen permohonan persetujuan Iklan yang telah dinyatakan lengkap dilakukan evaluasi.
- (2) Evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh tim penilai iklan dan/atau tim ahli.

Pasal 11

- (1) Dalam hal diperlukan perbaikan rancangan Iklan atau tambahan data, maka surat pemberitahuan perbaikan rancangan Iklan atau tambahan data kepada pemohon.



- (2) Pemohon harus menyampaikan perbaikan rancangan Iklan atau tambahan data sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling lama 10 (sepuluh) hari kerja setelah tanggal surat.
- (3) Dalam hal pemohon tidak dapat menyampaikan perbaikan rancangan Iklan atau tambahan data pada waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), maka permohonan persetujuan rancangan Iklan dinyatakan batal.

Bagian Kelima  
Jangka Waktu Penyelesaian

Pasal 12

Jangka waktu penyelesaian pengajuan persetujuan rancangan Iklan paling lama 22 (dua puluh dua) hari kerja sejak dokumen pengajuan dinyatakan lengkap.

Bagian Keenam  
Pemberian Keputusan

Pasal 13

- (1) Berdasarkan hasil evaluasi tim penilai iklan dan/atau tim ahli sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (2), Kepala Badan memberikan keputusan terhadap permohonan persetujuan rancangan Iklan berupa:
  - a. Persetujuan; atau
  - b. Penolakan.
- (2) Keputusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan secara tertulis.

Bagian Ketujuh  
Masa Berlaku Persetujuan Iklan

Pasal 14

- (1) Persetujuan Iklan berlaku 2 (dua) tahun selama memenuhi ketentuan.

- (2) Pemohon dapat melakukan perpanjangan persetujuan Iklan yang akan habis masa berlaku persetujuannya.
- (3) Permohonan perpanjangan persetujuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat dilakukan paling cepat 40 (empat puluh) hari kerja dan paling lama 10 (sepuluh) hari kerja sebelum tanggal habis masa berlakunya.
- (4) Persetujuan terhadap permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) akan diberikan dalam waktu paling lama 15 (lima belas) hari kerja sesudah berkas dinyatakan lengkap.
- (5) Untuk permohonan perpanjangan persetujuan yang dilakukan melewati batas waktu yang ditentukan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dianggap sebagai permohonan pengajuan baru.

## BAB V

### PENGAWASAN IKLAN SESUDAH DIPUBLIKASIKAN

#### Pasal 15

Pengawasan Iklan sesudah dipublikasikan dilakukan terhadap semua jenis Pangan Olahan.

#### Pasal 16

- (1) Pelaksanaan pengawasan Iklan dilakukan dengan menunjuk Pengawas.
- (2) Pengawasan Iklan dapat berupa laporan atau pengaduan dari masyarakat.
- (3) Pengaduan atau laporan dari masyarakat terkait Iklan Pangan Olahan yang tidak memenuhi ketentuan dapat dilaporkan kepada Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk kemudian dilakukan tindak lanjut.

## BAB VI

### SANKSI

#### Pasal 17

- (1) Pemilik Nomor Izin Edar yang melanggar ketentuan dalam Peraturan ini dapat dikenai sanksi administratif.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a. peringatan secara tertulis
  - b. larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan atau perintah untuk menarik Pangan Olahan dari peredaran
  - c. pembatalan persetujuan iklan; dan/atau
  - d. pencabutan surat persetujuan pendaftaran produk yang melanggar.
- (3) Pemberian sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b, huruf c, dan huruf d, dilakukan terhadap pelanggaran kumulatif atas ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan ini.

## BAB VII

### KETENTUAN PENUTUP

#### Pasal 18

Pada saat Peraturan Kepala Badan ini mulai berlaku, maka Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00.05.52.1831 Tahun 2008 tentang Pedoman Periklanan Pangan, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

#### Pasal 19

Peraturan Kepala Badan ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Kepala Badan ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 22 Februari 2016

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

ROY A SPARRINGA

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 12 Mei 2016

DIREKTUR JENDERAL  
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2016 NOMOR 738

LAMPIRAN I  
PERATURAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 2 TAHUN 2016  
TENTANG  
PEDOMAN TEKNIS PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN  
OLAHAN

MEDIA PERIKLANAN

Iklan Pangan Olahan dapat dipublikasikan pada media periklanan sebagai berikut:

- a. Media Cetak, meliputi antara lain: surat kabar, majalah, tabloid, buletin, kalender, poster atau selebaran, leaflet, stiker, buklet, pamflet, halaman kuning (*Yellow Pages*).
- b. Media Elektronik, meliputi antara lain: televisi, iklan baris (*running text*), radio, bioskop, internet.
- c. Media Luar Ruang (*Media Luar-Griya/Out-Of-Home Media*), meliputi antara lain: papan reklame, billboard, lampu hias/neon box, papan nama, balon udara, sarung ban mobil, iklan cetak yang ditempel/digantung di luar ruang, spanduk, *transit ad* (iklan yang diletakkan pada obyek bergerak), *gimmick*, *backdrop*.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

ROY A. SPARRINGA

LAMPIRAN II  
PERATURAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 2 TAHUN 2016  
TENTANG  
PEDOMAN TEKNIS PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN  
OLAHAN

INFORMASI IKLAN

A. PERSYARATAN UMUM

1. Informasi yang harus diperhatikan dalam Iklan

- a. Iklan harus jujur, benar dan bertanggungjawab.
- b. Cara penyajian iklan harus memperhatikan kepantasan dan sesuai dengan norma kesopanan dan budaya yang berlaku di masyarakat.
- c. Nama dagang yang telah memiliki sertifikat merek apabila digunakan sebagai pesan dan/atau klaim dalam iklan wajib disertai bukti ilmiah yang disetujui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan
- d. Iklan wajib menyatakan atau mencantumkan tulisan “Baca label sebelum membeli”.

2. Informasi yang tidak boleh dicantumkan dalam Iklan

- a. Iklan dilarang memuat kata, pernyataan, gambar yang bermakna hiperbola yang berpeluang untuk ditiru dan membahayakan. Iklan boleh memuat ekspresi dan/atau visualisasi hiperbola yang berada di luar jangkauan akal manusia selama masih memenuhi ketentuan yang dipersyaratkan dan pesan yang disampaikan tidak menyesatkan.
- b. Iklan dilarang memuat kata atau kalimat sebagai berikut:
  - 1) Kata-kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “top”, atau kata-kata berawalan “ter“, dan atau yang bermakna sama, kecuali jika disertai dengan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan
  - 2) “Satu-satunya”, “hanya”, “cuma”, atau yang bermakna sama tidak boleh digunakan, kecuali jika secara khas disertai dengan penjelasan yang dapat dipertanggungjawabkan, dalam hal apa produk tersebut menjadi satu-satunya
  - 3) “Jauh lebih...” atau “Lebih ...” atau yang semakna, kecuali apabila diperbandingkan dengan produknya sendiri.

- 4) “Sehat”, “Cerdas”, “Pintar” jika terkait dengan sebab dan akibat dari mengkonsumsi pangan yang diiklankan.
  - 5) “Aman”, “tidak berbahaya”, ”tidak mengandung risiko” atau “tidak ada efek samping” atau yang semakna, tanpa keterangan yang lengkap.
- c. Pangan olahan dilarang diiklankan seolah-olah sebagai obat.
  - d. Iklan dilarang menggunakan dan/atau menampilkan secara tidak layak pahlawan, monumen dan lambang-lambang kenegaraan maupun tokoh-tokoh dan monumen yang telah merupakan milik umum.
  - e. Iklan dilarang menggunakan kata-kata:
    - 1) Penemuan baru
    - 2) Ajaib/keajaiban alami
    - 3) Keramat
    - 4) Keajaiban dunia
    - 5) Agar lebih aktif
    - 6) Agar lebih berprestasi
    - 7) Modern
    - 8) Canggih
  - f. Iklan dilarang menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah, statistik dan grafik apabila bertujuan untuk menyesatkan khalayak, atau menciptakan kesan yang berlebihan dan tak bermakna, serta tidak sesuai dengan kaidah kaidah penelitian
  - g. Iklan dilarang menyebutkan teknologi pengolahan kecuali teknologi tersebut termasuk dalam kelompok jenis pangan, seperti susu UHT, susu pasteurisasi, dan/atau susu evaporasi, karena proses UHT, pasteurisasi, dan/atau evaporasi merupakan proses yang termasuk dalam kelompok jenis pangan.
  - h. Iklan dilarang mengaitkan atau menghubungkan dengan suatu event/ peristiwa/ kegiatan, dimana karena mengkonsumsi pangan tersebut seseorang meraih prestasi, atau berhasil keluar sebagai pemenang dalam kegiatan tersebut.
  - i. Iklan dilarang mengambil kesempatan/keuntungan terhadap kesalahan orang lain untuk kepentingan periklanan pangan.
  - j. Iklan dilarang mencantumkan bahwa pangan dapat menyehatkan dan dapat memulihkan kesehatan.

- k. Iklan dilarang memuat keterangan atau pernyataan bahwa pangan tersebut adalah sumber energi yang unggul dan segera memberikan kekuatan.
- l. Iklan tidak boleh dihubungkan dengan hal-hal yang menyangkut kesehatan dan pemulihan tenaga, kecuali pangan dengan klaim penurunan risiko penyakit.
- m. Iklan dilarang melecehkan, mendiskreditkan atau merendahkan baik secara langsung maupun tidak langsung pangan lain.
- n. Dilarang menampilkan dalam bentuk apapun hal-hal yang dianggap dapat mengganggu atau merusak jasmani dan rohani anak-anak.
- o. Penggunaan pendekatan fantasi atau imajinasi tidak boleh dibuat sedemikian rupa, sehingga mendorong anak untuk mempercayainya sebagai suatu kebenaran.

### 3. Hal-hal yang tidak boleh digunakan/dicantumkan dalam Iklan

#### a. Pemeran

- 1) Iklan tidak boleh diperankan oleh tenaga kesehatan, tokoh agama, atau pejabat publik atau berperan sebagai tenaga kesehatan atau pejabat publik.
- 2) Iklan dilarang semata-mata menampilkan anak-anak berusia di bawah 5 (lima) tahun dalam bentuk apapun, kecuali apabila pangan tersebut diperuntukkan bagi anak-anak yang berusia di bawah 5 (lima) tahun.

#### b. *Setting* / Gambar

- 1) Iklan dilarang menampilkan gambar laboratorium, nama, logo atau identitas lembaga, termasuk lembaga yang melakukan analisis dan/atau mengeluarkan sertifikat terhadap pangan.
- 2) Iklan tidak boleh menampilkan adegan, gambar, tanda, tulisan, kata-kata, suara, dan lainnya yang memberi kesan tidak sopan.

#### c. Materi Edukasi

Untuk materi edukasi baik dalam bentuk advertorial ataupun bentuk lainnya agar dipisahkan dari iklan pangan olahan sehingga tidak bias antara iklan pangan olahan dengan materi informasi umum atau iklan layanan masyarakat.



## B. PERSYARATAN KHUSUS

1. Iklan Pangan yang Berkaitan dengan Gizi dan Kesehatan
  - a. Pernyataan dan atau gambar bahan pangan yang dapat diiklankan harus sesuai dengan klaim dan label yang disetujui
  - b. Iklan dilarang menyatakan seolah-olah pangan berlabel gizi mempunyai kelebihan dari pangan yang tidak berlabel gizi.
  - c. Iklan dilarang memuat pernyataan kandungan zat gizi pada pangan apabila kandungan zat gizi tersebut tidak seluruhnya berasal dari pangan tersebut, tetapi sebagian diberikan oleh pangan lain yang dapat dikonsumsi bersama-sama.
2. Iklan Pangan Olahan Tertentu
  - a. Iklan pangan yang mencantumkan Klaim Penurunan Risiko Penyakit harus dievaluasi terlebih dahulu sebelum diiklankan.
  - b. Pangan yang mencantumkan Klaim Penurunan Risiko Penyakit sebagaimana dimaksud pada huruf (a) ditentukan berdasarkan *risk based evaluation*.
  - c. Pangan untuk bayi yang boleh diiklankan hanya makanan pendamping ASI (MP-ASI).
  - d. Iklan MP-ASI wajib memuat keterangan peruntukannya. Keterangan peruntukan harus jelas dinyatakan bahwa produk tersebut ditujukan untuk bayi berusia 6 bulan ke atas atau berdasarkan indikasi medik, sampai anak berusia 24 bulan.
  - e. Iklan tentang formula bayi, formula lanjutan, dan pangan untuk keperluan medis khusus dilarang dimuat dalam media massa, kecuali dalam media cetak khusus tentang kesehatan, setelah mendapat persetujuan Menteri Kesehatan. Iklan formula bayi dan formula lanjutan wajib memuat keterangan bahwa pangan yang bersangkutan bukan pengganti ASI.
  - f. Iklan MP-ASI dilarang menampilkan gambar bayi di bawah usia 6 bulan.
  - g. Formula pertumbuhan yang memakai nama dagang yang sama dengan nama dagang formula bayi dan formula lanjutan dilarang diiklankan.
  - h. Iklan pangan dengan klaim penurunan risiko penyakit wajib menyatakan keterangan tentang peruntukan, anjuran konsumsi dan peringatan perhatian yang perlu diketahui

- i. Iklan pangan untuk anak-anak wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- 1) Dilarang mengambil manfaat atas kemudah-percayaan, kekurangan pengalaman atau kepolosan hati anak-anak
  - 2) Iklan tidak diperkenankan mengesankan bahwa manfaat dari suatu produk dapat memengaruhi perubahan status, popularitas, kepandaian, keberhasilan dalam kegiatan olah-raga, perubahan fisik, dan hal-hal sejenis lainnya.
  - 3) Iklan tidak boleh menganjurkan atau membenarkan, atau mendorong timbulnya perilaku yang tidak benar; seperti:
    - Menentang atau mengabaikan nasihat atau anjuran orangtua atau orang yang dituakan.
    - Menampilkan adegan berbahaya atau kekerasan, sekalipun dikemas dalam bentuk permainan anak.
    - Menggunakan bahasa atau percakapan yang tidak pantas diucapkan oleh anak.
    - Menampilkan adegan yang mengeksploitasi daya renek (*pester power*) anak, dengan tujuan memaksa para orangtua untuk mengabdikan permintaan anak mereka akan produk terkait.
    - Menganjurkan pola makan atau diet yang tidak sehat.
3. Iklan Bahan Tambahan Pangan
- a. Iklan bebas bahan tambahan pangan atau yang semakna harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - b. Iklan sediaan pemanis buatan dilarang menggunakan tulisan, kata-kata, gambar seolah-olah pemanis buatan berasal dari alam.
4. Iklan yang Berkaitan dengan Proses dan Asal serta Sifat Bahan Pangan
- a. Kata-kata, kalimat, pernyataan, gambar tentang asal serta sifat bahan pangan untuk disampaikan dalam iklan hanya boleh digunakan apabila tidak menyesatkan, dan/atau menimbulkan penafsiran yang salah.
  - b. Penggunaan klaim “bebas kolesterol” atau “non kolesterol” pada iklan hanya diperbolehkan apabila pangan tersebut mengandung bahan yang secara kajian ilmiah lazim mengandung kolesterol.
  - c. Pernyataan “alami” hanya dapat digunakan untuk bahan mentah, yang tidak dicampur dan tidak diproses atau produk yang diproses secara fisika tetapi tidak mengubah sifat kimia dan kandungannya.

- d. Pernyataan “murni” atau pernyataan “100%” hanya dapat digunakan untuk produk pangan yang tidak ditambahkan/dicampur dengan bahan lain.
  - e. Pernyataan “dibuat dari” hanya dapat digunakan bila produk yang bersangkutan seluruhnya terdiri dari satu bahan.
  - f. Pernyataan “dibuat dengan ... ” atau “berisi ... ” dapat digunakan bila produk terdiri dari beberapa bahan.
  - g. Pernyataan “segar” hanya dapat digunakan apabila pangan tidak diproses, berasal dari suatu bahan dan menggambarkan pangan yang belum mengalami penurunan mutu secara keseluruhan.
  - h. Pangan yang dibuat atau berasal dari bahan alamiah tertentu hanya dapat diiklankan sebagai pangan yang berasal dari bahan baku alamiah tersebut apabila pangan tersebut mengandung bahan alamiah yang bersangkutan tidak kurang dari persyaratan minimal yang ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia atau ketentuan lain yang berlaku.
  - i. Iklan tidak boleh menyebutkan kata-kata “higienis”, “sanitasi”, dan hal lain semakna yang sudah merupakan keharusan dalam proses produksi pangan.
5. Iklan Minuman Beralkohol
- a) Setiap orang dilarang mengiklankan minuman beralkohol dalam media massa apapun.
  - b) Tidak mempengaruhi atau merangsang khalayak untuk mulai meminum minuman beralkohol.
  - c) Tidak menyarankan bahwa tidak meminum minuman beralkohol adalah hal yang tidak wajar.
  - d) Tidak menggambarkan penggunaan minuman beralkohol dalam kegiatan-kegiatan yang dapat membahayakan keselamatan.
  - e) Tidak menampilkan ataupun ditujukan terhadap anak di bawah usia 21 tahun, dan/atau wanita hamil.
6. Iklan Pangan yang Menyertakan Undian, Sayembara dan Hadiah
- a. Iklan pangan boleh menyertakan undian, sayembara atau hadiah langsung
  - b. Pencantuman pernyataan “syarat dan ketentuan berlaku” dalam iklan harus diikuti dengan keterangan yang menjelaskan di mana dan bagaimana memenuhi persyaratan dan ketentuan tersebut.
  - c. Pernyataan “syarat dan ketentuan berlaku” harus mudah terbaca.

- d. Mencantumkan tanggal penarikan dan cara pengumuman pemenangnya.
  - e. Dilarang mensyaratkan “selama persediaan masih ada” atau ungkapan lain yang sejenisnya.
7. Iklan Pangan Halal
- a. Kata halal pada sesuatu produk hanya dapat disiarkan sesudah produk tersebut memperoleh sertifikat halal resmi dari lembaga yang berwenang.
  - b. Kata ”halal” tidak boleh dieksploitasi. Eksploitasi kata halal adalah penggunaan label halal atau kata halal sebagai pesan utama yang dikampanyekan dengan tujuan untuk merayu, membujuk atau mempengaruhi proses pembelian. Kata halal hanya boleh dicantumkan sebagai informasi atau fakta.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

ROY A. SPARRINGA

LAMPIRAN III  
PERATURAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 2 TAHUN 2016  
TENTANG  
PEDOMAN TEKNIS PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN  
OLAHAN

KELENGKAPAN DOKUMEN PERMOHONAN PERSETUJUAN RANCANGAN  
IKLAN

Kelengkapan dokumen permohonan persetujuan rancangan iklan pangan olahan terdiri dari data administratif dan data teknis.

1. Data Administratif

- a. Surat permohonan persetujuan iklan pangan olahan dari pemohon
- b. Bukti pembayaran PNPB sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan
- c. Fotokopi lembar persetujuan izin edar dan label yang disetujui.

2. Data Teknis

- a. Rancangan Iklan dengan tulisan dan/atau gambar yang jelas dan mudah dibaca, berupa:
  - Gambar dan tulisan (ukuran huruf setara Times New Roman 12) untuk media cetak
  - Rancangan iklan untuk media TV (satu halaman maksimal terdiri dari 4 *frame*)
  - Skrip untuk media radio
- b. Fotokopi data dukung untuk klaim tertentu (literatur/jurnal penelitian/hasil survei), bila diperlukan.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

ROY A. SPARRINGA