

LAMPIRAN
PERATURAN MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 76 TAHUN 2013
TENTANG
IKLAN ALAT KESEHATAN DAN
PERBEKALAN KESEHATAN RUMAH
TANGGA

PERSYARATAN IKLAN ALAT KESEHATAN DAN
PERBEKALAN KESEHATAN RUMAH TANGGA

1. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh menggunakan kata-kata superlatif seperti "paling", "nomor satu", "top", "ampuh" atau kata-kata berawalan "ter", dan/atau yang bermakna sama tanpa secara khas menjelaskan keunggulan tersebut yang harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.
2. Penggunaan kata-kata tertentu harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:
 - a. Penggunaan kata "100%", "murni", "asli" untuk menyatakan sesuatu kandungan, kadar, bobot, tingkat mutu dan sebagainya, harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.
 - b. Penggunaan kata "halal" dalam iklan hanya dapat dilakukan oleh produk-produk yang sudah memperoleh sertifikat resmi dari MUI atau lembaga yang berwenang.
 - c. Kata-kata "presiden", "raja", "ratu" dan sejenisnya tidak boleh digunakan dalam kaitan atau konotasi yang negatif.
3. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh menggunakan kata-kata "satu-satunya" atau yang bermakna sama, tanpa secara khas menyatakan dalam hal apa produk tersebut menjadi satu-satunya dan hal tersebut harus dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan.
4. Tanda asteris (tanda *) harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:
 - a. tanda asteris pada iklan di media cetak tidak boleh digunakan untuk menyembunyikan, menyesatkan, membingungkan atau membohongi khalayak tentang kualitas, kinerja, atau harga sebenarnya dari produk yang diiklankan ataupun tentang ketidakterediaan sesuatu produk; dan
 - b. tanda asteris pada iklan di media cetak hanya boleh digunakan untuk memberi penjelasan lebih rinci atau sumber dari sesuatu pernyataan yang bertanda tersebut.
5. Kata "gratis" atau kata lain yang bermakna sama tidak boleh dicantumkan dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar biaya lain. Biaya pengiriman yang dikenakan kepada konsumen juga harus dicantumkan dengan jelas.

6. Pencantuman harga sesuatu produk dalam iklan harus ditampilkan dengan jelas, sehingga konsumen mengetahui apa yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.
7. Pencantuman garansi atau jaminan atas mutu suatu produk dalam iklan Alat Kesehatan dan PKRT harus dapat mempertanggungjawabkan dasar-dasar jaminannya.
8. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT yang menampilkan adegan hasil atau efek dari penggunaan produk dalam jangka waktu tertentu, harus jelas mengungkapkan memadainya rentang waktu tersebut.
9. Perbandingan produk harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:
 - a. perbandingan langsung dapat dilakukan, namun hanya terhadap aspek-aspek teknis produk, dan dengan kriteria yang tepat sama;
 - b. jika perbandingan langsung menampilkan data riset, maka metodologi, sumber dan waktu penelitiannya harus diungkapkan secara jelas;
 - c. penggunaan data riset tersebut harus sudah memperoleh persetujuan atau verifikasi dari organisasi penyelenggara riset tersebut;
 - d. perbandingan tak langsung harus didasarkan pada kriteria yang tidak menyesatkan khalayak; dan
 - e. perbandingan produk tidak boleh menyebut merek lain.
10. Perbandingan harga dalam iklan hanya dapat dilakukan terhadap efisiensi dan kemanfaatan penggunaan produk dan harus disertai dengan penjelasan atau penalaran yang memadai.
11. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh merendahkan produk pesaing secara langsung maupun tidak langsung.
12. Peniruan Iklan Alat Kesehatan dan PKRT harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:
 - a. iklan tidak boleh dengan sengaja meniru iklan produk pesaing sedemikian rupa, sehingga dapat merendahkan produk pesaing ataupun menyesatkan atau membingungkan khalayak. Peniruan tersebut meliputi baik ide dasar, konsep atau alur cerita, *setting*, komposisi musik maupun eksekusi. Dalam pengertian eksekusi termasuk model, kemasan, bentuk merek, logo, judul atau subjudul, slogan, komposisi huruf dan gambar, komposisi musik baik melodi maupun lirik, ikon atau atribut khas lain, dan properti.
 - b. iklan tidak boleh meniru ikon atau atribut khas yang telah lebih dulu digunakan oleh sesuatu iklan produk pesaing dan masih digunakan hingga kurun dua tahun terakhir.
13. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah dan statistik untuk menyesatkan khalayak, atau menciptakan kesan yang berlebihan.
14. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh mengeksploitasi erotisme atau seksualitas dengan cara apapun, dan untuk tujuan atau alasan apapun.
15. Pemeran dalam Iklan Alat Kesehatan dan PKRT harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:

a. Anak-anak

Anak-anak tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk yang tidak layak dikonsumsi oleh anak-anak, tanpa didampingi orang dewasa. Iklan tidak boleh memperlihatkan anak-anak dalam adegan-adegan yang berbahaya, menyesatkan atau tidak pantas dilakukan oleh anak-anak. Iklan tidak boleh menampilkan anak-anak sebagai penganjur bagi penggunaan suatu produk yang bukan untuk anak-anak. Iklan tidak boleh menampilkan adegan yang mengeksploitasi daya tarik (*pester power*) anak-anak dengan maksud memaksa para orang tua untuk mengabaikan permintaan anak-anak mereka akan produk terkait.

b. Perempuan

Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh melecehkan, mengeksploitasi, mengobjekkan, atau mengornamenkan perempuan sehingga memberi kesan yang merendahkan kodrat, harkat, dan martabat mereka.

16. Gender

Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh mempertentangkan atau membiaskan kesetaraan hak gender dalam segala aspek kehidupan sehari-hari. Hal ini mencakup:

- a. Kewenangan; bahwa pria dan wanita memiliki kewenangan yang setara.
- b. Pengambilan keputusan; bahwa pria dan wanita memiliki kemampuan yang setara dalam mengambil keputusan.
- c. Seksualitas; bahwa baik pria maupun wanita tidak boleh dieksploitasi secara seksual.
- d. Kekerasan dan pengendalian; bahwa tidak boleh terdapat penggambaran kekerasan dan atau pengendalian oleh pria terhadap wanita ataupun sebaliknya, oleh wanita terhadap pria.
- e. Perbedaan; bahwa pria dan wanita di segala tingkat usia memiliki kesempatan yang sama dalam berperan atau berprestasi.
- f. Bahasa bias gender; bahwa tidak boleh terdapat kesan penggunaan istilah atau ungkapan yang dapat disalahartikan atau yang dapat menyinggung perasaan sesuatu gender, maupun yang mengecualikan pria atau wanita.

17. Penyandang Cacat

Iklan Alat Kesehatan dan PKRT tidak boleh memberi kesan yang merendahkan atau mengejek penyandang cacat.

18. Spot peringatan pada Iklan Alat Kesehatan dan PKRT pada media cetak harus dengan tulisan terbaca, dibuat proporsional sehingga spot tersebut terlihat mencolok.

19. Iklan Alat Kesehatan dan PKRT pada Media elektronik dan media teknologi informasi harus memenuhi kriteria, sebagai berikut:

- a. Iklan yang menampilkan dramatisasi wajib mencantumkan kata-kata "Adegan Ini Didramatisasi" dan yang menampilkan adegan berbahaya wajib mencantumkan peringatan "Adegan Berbahaya", Jangan Ditiru".