



# **BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA**

No. 165, 2021

BPOM. Periklanan. Pangan Olahan. Pengawasan.  
Pencabutan.

PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

NOMOR 6 TAHUN 2021

TENTANG

PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN OLAHAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

- Menimbang :
- a. bahwa masyarakat perlu dilindungi dari informasi yang tidak benar dan menyesatkan dalam iklan pangan olahan;
  - b. bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 3 ayat (1) huruf d Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, Badan Pengawas Obat dan Makanan memiliki fungsi pelaksanaan tugas pengawasan sebelum beredar dan pengawasan selama beredar;
  - c. bahwa pengaturan mengenai pengawasan periklanan pangan olahan sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Periklanan Pangan Olahan sudah tidak sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang periklanan pangan olahan sehingga perlu diganti;
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan tentang Pengawasan Periklanan Pangan Olahan;

- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360);
2. 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);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 249, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6442);
4. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 180);
5. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 11 Tahun 2019 tentang Bahan Tambahan Pangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 723);
6. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1002);
7. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1003);

MEMUTUSKAN:

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

Pasal 1

Dalam Peraturan 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.
3. Pangan Olahan untuk Keperluan Gizi Khusus yang selanjutnya disingkat PKGK adalah Pangan Olahan yang diproses atau diformulasi secara khusus untuk memenuhi kebutuhan gizi tertentu karena kondisi fisik/fisiologis dan penyakit/gangguan tertentu.
4. Pangan Olahan untuk Diet Khusus yang selanjutnya disingkat PDK adalah Pangan Olahan yang diproses atau diformulasi secara khusus untuk memenuhi kebutuhan gizi tertentu karena kondisi fisik atau fisiologis tertentu.
5. Pangan Olahan untuk Keperluan Medis Khusus yang selanjutnya disingkat PKMK adalah Pangan Olahan yang diproses atau diformulasi secara khusus untuk manajemen diet bagi orang dengan penyakit/ gangguan tertentu.
6. Formula Bayi adalah formula sebagai pengganti Air Susu Ibu (ASI) untuk bayi sampai umur 6 (enam) bulan yang secara khusus diformulasikan untuk menjadi satu-satunya sumber gizi dalam bulan-bulan pertama kehidupannya sampai bayi diperkenalkan dengan Makanan Pendamping Air Susu Ibu (MP-ASI).
7. Formula Lanjutan adalah formula yang diperoleh dari susu sapi atau susu hewan lain dan/atau bahan yang berasal dari hewan dan/atau yang berasal dari tumbuh-tumbuhan yang semuanya telah dibuktikan sesuai untuk bayi usia 6 (enam) sampai 12 (dua belas) bulan.
8. Bahan Baku Pangan yang selanjutnya disebut Bahan Baku adalah bahan dasar yang dapat berupa pangan

segar dan Pangan Olahan yang dapat digunakan untuk memproduksi Pangan.

9. Iklan Pangan Olahan yang selanjutnya disebut Iklan adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai Pangan Olahan dalam bentuk gambar, tulisan, suara, audio visual, atau bentuk lain yang disampaikan melalui berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan Pangan Olahan.
10. Media Massa adalah media periklanan yang menyasar khalayak umum dan luas.
11. Bahasa Asing adalah bahasa selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah.
12. Setiap Orang adalah orang perseorangan dan badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak.
13. Kepala Badan adalah Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan.

#### Pasal 2

- (1) Setiap Orang dapat mengiklankan Pangan Olahan.
- (2) Pangan Olahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) termasuk bahan tambahan pangan.
- (3) Bahan tambahan pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan bahan yang ditambahkan ke dalam Pangan untuk memengaruhi sifat atau bentuk Pangan.

#### Pasal 3

- (1) Setiap Orang yang mengiklankan Pangan Olahan wajib bertanggung jawab terhadap informasi yang disampaikan dalam Iklan.
- (2) Iklan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memuat informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan.
- (3) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sebelum dipublikasikan dalam bentuk Iklan wajib disampaikan kepada pemegang izin edar.
- (4) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) harus sesuai dengan informasi label Pangan Olahan

yang disetujui pada saat mendapatkan izin edar atau sertifikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 4

- (1) Iklan wajib menggunakan bahasa Indonesia.
- (2) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk Bahasa Asing, bahasa daerah, dan/atau istilah asing yang sudah dipahami secara umum, baik yang ada atau tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia.
- (3) Dalam hal Iklan secara khusus disampaikan di suatu daerah atau ditujukan untuk konsumen dari daerah tertentu, Iklan dapat menggunakan bahasa daerah.

#### Pasal 5

- (1) Simbol dapat digunakan dalam Iklan untuk memberikan tambahan penjelasan atau keterangan.
- (2) Simbol sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa tanda bintang (\*) atau tanda pagar (#).
- (3) Penjelasan atau keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mudah dibaca.
- (4) Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), penggunaan simbol dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 6

- (1) Iklan dapat dipublikasikan pada media periklanan meliputi:
  - a. media cetak;
  - b. media penyiaran;
  - c. media daring;
  - d. media sosial;
  - e. media luar-griya/*out-of-home media*; dan
  - f. komunikasi tatap muka.

- (2) Media periklanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Badan ini.

#### Pasal 7

- (1) Iklan dapat menyertakan undian, sayembara, dan/atau hadiah.
- (2) Iklan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan tanggal penarikan undian dan cara pengumuman pemenang.
- (3) Dalam hal Iklan yang menyertakan undian, sayembara, dan/atau hadiah mencantumkan pernyataan “syarat dan ketentuan berlaku” maka:
  - a. pernyataan “syarat dan ketentuan berlaku” harus mudah dibaca; dan
  - b. harus menjelaskan persyaratan dan ketentuan tersebut.
- (4) Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), Iklan yang menyertakan undian, sayembara, dan/atau hadiah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 8

- (1) Iklan wajib memuat pesan bagi masyarakat untuk berhati-hati dalam membeli dan mengonsumsi Pangan Olahan.
- (2) Pesan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. “teliti sebelum membeli”;
  - b. “baca label sebelum membeli”; atau
  - c. pernyataan lain yang bermakna sama.
- (3) Pesan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Badan ini.

#### Pasal 9

Dalam hal Pangan Olahan wajib mencantumkan keterangan berupa peringatan pada label maka Iklan wajib memuat pernyataan “baca peringatan pada label”.

#### Pasal 10

Label atau informasi halal dapat disampaikan dalam Iklan setelah Pangan Olahan memperoleh sertifikat halal dari lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 11

- (1) PKGK dapat diiklankan.
- (2) PKGK sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
  - a. PDK; dan
  - b. PKMK.
- (3) Iklan PDK sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a wajib memuat keterangan mengenai nama jenis dan peruntukan.

#### Pasal 12

- (1) PDK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) huruf a berupa Formula Bayi dan Formula Lanjutan dilarang diiklankan pada media massa apapun kecuali dalam media cetak khusus tentang kesehatan.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) PKMK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) huruf b dilarang diiklankan pada media massa apapun kecuali dalam media khusus tentang kesehatan.

#### Pasal 13

- (1) Iklan dapat memuat informasi mengenai proses, asal, dan/atau sifat Bahan Baku.

- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dicantumkan sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut:
- a. pernyataan “alami” hanya dapat digunakan untuk Pangan Olahan yang tidak dicampur atau Pangan Olahan yang diproses secara fisika dan tidak mengubah sifat serta kandungan Pangan Olahan;
  - b. pernyataan “murni” atau “100%” hanya dapat digunakan untuk Pangan Olahan yang tidak ditambah/dicampur dengan bahan lain;
  - c. pernyataan “dari (diikuti nama bahan)” dapat digunakan jika bahan tersebut digunakan dalam Pangan Olahan yang bersangkutan dengan kandungan bahan tersebut minimal 50%;
  - d. pernyataan “dengan (diikuti nama bahan)” dapat digunakan jika bahan tersebut merupakan salah satu Bahan Baku yang digunakan dalam Pangan Olahan yang bersangkutan;
  - e. pernyataan “segar” tidak boleh digunakan pada Iklan untuk Pangan Olahan yang terbuat dari Pangan Olahan antara (*intermediate product*) yang memerlukan pengolahan lebih lanjut dengan atau tanpa penambahan Bahan Baku lainnya kecuali pernyataan tersebut digunakan dalam bentuk ekspresi atau sensasi; dan/atau
  - f. pernyataan “asli” atau kata lain yang memiliki makna yang sama, tidak dapat digunakan pada Iklan untuk Pangan Olahan yang dicampur dengan bahan yang dapat mengaburkan keasliannya, seperti penggunaan perisa.

#### Pasal 14

- (1) Setiap Orang dilarang mengiklankan Pangan Olahan dengan:
- a. menggunakan pernyataan dan visualisasi yang bermakna hiperbola dan berpeluang untuk ditiru dan membahayakan;



- b. menampilkan visualisasi dalam bentuk apa pun yang dianggap dapat mengganggu atau merusak jasmani dan rohani anak;
- c. memuat pernyataan pendekatan fantasi atau imajinasi yang dapat merugikan keselamatan atau kesehatan sehingga mendorong anak untuk mempercayainya sebagai suatu kebenaran;
- d. memuat pernyataan yang memanfaatkan kemudahan percayaan, kurang pengalaman atau kepolosan anak sehingga mempercayai informasi yang tidak benar dan menyesatkan;
- e. memuat pernyataan yang menganjurkan atau membenarkan, atau mendorong timbulnya perilaku yang tidak benar pada anak, seperti:
  - 1. menentang atau mengabaikan nasihat dan anjuran orang tua atau orang yang dituakan;
  - 2. menampilkan adegan berbahaya atau kekerasan, sekalipun dikemas dalam bentuk permainan anak;
  - 3. menggunakan bahasa atau percakapan yang tidak pantas diucapkan oleh anak; dan/atau
  - 4. menampilkan adegan yang mengeksploitasi daya renek (*pester power*) anak dengan tujuan memaksa para orang tua untuk mengabdikan permintaan anak mereka akan produk terkait;
- f. menganjurkan pola makan atau diet yang tidak sehat;
- g. menggunakan kata superlatif, kecuali jika disertai dengan bukti berupa sertifikat atau bentuk lain sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- h. memuat pernyataan “satu-satunya”, “hanya”, “cuma”, atau yang bermakna sama, kecuali jika memiliki data yang dapat dipertanggungjawabkan;
- i. mengeksploitasi kata yang sudah terdaftar sebagai merek yang dapat menimbulkan makna yang menyesatkan;

- j. memuat pernyataan perbandingan produk, kecuali apabila perbandingan dilakukan dengan Pangan Olahan sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang sama dan telah beredar;
- k. memuat pernyataan Pangan Olahan dapat menyehatkan dan dapat meningkatkan kecerdasan dengan hanya mengonsumsi Pangan Olahan yang diiklankan tersebut;
- l. memuat pernyataan yang mengesankan bahwa manfaat dari satu produk dapat memengaruhi perubahan status, popularitas, kepandaian, keberhasilan dalam kegiatan olah-raga, perubahan fisik, dan hal sejenis lainnya;
- m. menghubungkan dengan suatu acara/peristiwa/kegiatan, dimana karena mengonsumsi Pangan Olahan tersebut seseorang meraih prestasi, atau berhasil keluar sebagai pemenang dalam kegiatan tersebut;
- n. memuat pernyataan “aman”, “tidak berbahaya”, “tidak mengandung risiko” atau “tidak ada efek samping” atau yang bermakna sama tanpa keterangan yang lengkap;
- o. menampilkan testimoni terkait klaim gizi, klaim kesehatan, atau klaim lain yang belum disetujui pada saat mendapatkan izin edar;
- p. menampilkan visualisasi atau informasi terkait klaim gizi, klaim kesehatan atau klaim lain yang belum disetujui pada saat mendapatkan izin edar;
- q. menggunakan dan/atau menampilkan pahlawan dan monumen secara tidak layak;
- r. memuat pernyataan “penemuan baru”, “ajaib/keajaiban alami”, “keramat”, “keajaiban dunia”, “agar lebih efektif”, “agar lebih berprestasi”, “modern”, atau “canggih”;
- s. menyalahgunakan istilah ilmiah dan statistik untuk menyesatkan masyarakat;

- t. menggunakan dan mengeksploitasi ikon yang berkesan ilmiah yang sebenarnya tidak memiliki arti ilmiah;
- u. menyebutkan teknologi pengolahan, kecuali teknologi tersebut diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan atau dapat dibuktikan dengan data dukung ilmiah;
- v. mengambil kesempatan dan/atau keuntungan atas kesalahan orang lain;
- w. memuat keterangan atau pernyataan bahwa suatu Pangan Olahan merupakan sumber energi yang unggul dan segera memberikan kekuatan;
- x. menampilkan penyalahgunaan, pemborosan, atau perlakuan yang tidak pantas lainnya terhadap Pangan Olahan;
- y. memuat pernyataan Pangan Olahan dapat menyehatkan, memulihkan kesehatan, atau memulihkan tenaga;
- z. diperankan oleh tenaga kesehatan, tokoh agama atau pejabat publik, atau berperan sebagai tenaga kesehatan, tokoh agama, atau pejabat publik;
- aa. memuat pernyataan yang seolah-olah merupakan pernyataan tenaga kesehatan, tokoh agama, atau pejabat publik;
- bb. menampilkan pemeran semata-mata anak berusia di bawah 5 (lima) tahun dalam bentuk apapun, kecuali apabila Pangan Olahan tersebut diperuntukkan bagi anak yang berusia di bawah 5 (lima) tahun;
- cc. menampilkan nama lembaga, logo, atau identitas lembaga, termasuk lembaga sertifikasi yang melakukan analisis dan/atau mengeluarkan sertifikat terhadap Pangan Olahan, serta gambar laboratorium beserta aktivitas pengujian;
- dd. menampilkan nama, logo, atau identitas organisasi profesi;

- ee. menampilkan visualisasi yang menampilkan adegan, gambar, tanda, tulisan, kata, suara, dan lainnya yang memberi kesan tidak sopan;
- ff. mengandung unsur pornografi;
- gg. memuat pernyataan/visualisasi yang menggambarkan bahwa susu kental dan analognya disajikan sebagai hidangan tunggal berupa minuman susu dan sebagai satu-satunya sumber gizi;
- hh. menggunakan tulisan, kata, gambar seolah-olah pemanis buatan berasal dari alam;
- ii. menyebutkan kata “higienis”, “sanitasi”, dan hal lain semakna yang sudah merupakan keharusan dalam proses produksi Pangan Olahan yang baik;
- jj. memuat pernyataan yang mengeksploitasi kata “halal”;
- kk. memuat pernyataan kandungan zat gizi pada Pangan Olahan apabila kandungan zat gizi tersebut tidak seluruhnya berasal dari Pangan Olahan tersebut, tetapi sebagian diberikan oleh Pangan Olahan lain yang dapat dikonsumsi bersama-sama;
- ll. memuat pernyataan yang dikaitkan dengan kesehatan, kecantikan dan perawatan kulit, kecuali telah sesuai dengan label Pangan Olahan yang disetujui;
- mm. menampilkan visualisasi gambar bayi dibawah usia 6 (enam) bulan pada iklan MP-ASI;
- nn. memuat pernyataan yang menyinggung suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA);
- oo. memuat pernyataan Pangan Olahan seolah-olah sebagai obat;
- pp. mensyaratkan “selama persediaan masih ada” atau ungkapan lain yang sejenis;
- qq. memuat pernyataan yang melecehkan, mendiskreditkan, atau merendahkan baik secara langsung maupun tidak langsung pangan lain;

- rr. menampilkan Pangan Olahan yang mempunyai nama dagang dan desain label yang sama, baik sebagian ataupun seluruhnya, dengan Formula Bayi, Formula Lanjutan dan PKMK; dan
  - ss. menggunakan simbol untuk menyembunyikan, membingungkan, atau menyesatkan konsumen tentang informasi Pangan Olahan yang diiklankan.
- (2) Setiap Orang dilarang mengiklankan Pangan Olahan dalam iklan layanan masyarakat.

#### Pasal 15

Iklan minuman beralkohol dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 16

- (1) Pengawasan Iklan dilakukan oleh Pengawas.
- (2) Pengawas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan aparatur sipil negara yang melakukan pengawasan terhadap Iklan berdasarkan surat perintah tugas dari pejabat yang berwenang.
- (3) Pengawas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berwenang untuk:
  - a. memeriksa dan/atau mengambil data, informasi dan/atau dokumen meliputi gambar, foto, dan/atau video serta data, informasi dan/atau dokumen lain yang patut diduga merupakan kegiatan yang berkaitan dengan Iklan, termasuk menggandakan atau mengutip keterangan tersebut;
  - b. melakukan pemeriksaan fasilitas yang berhubungan dengan Iklan termasuk media periklanan;
  - c. mengakses data identitas, nama, dan alamat pemasang Iklan; dan/atau
  - d. melakukan evaluasi Iklan yang beredar.

#### Pasal 17

- (1) Masyarakat dapat berperan serta dalam pengawasan Iklan.

- (2) Peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan dengan memberikan informasi dan/atau laporan atas dugaan pelanggaran Iklan.
- (3) Dalam hal pemegang izin edar mengetahui dugaan pelanggaran Iklan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), pemegang izin edar wajib memberikan informasi dan/atau laporan atas dugaan pelanggaran Iklan.
- (4) Pemberian informasi dan/atau laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) disampaikan kepada Kepala Badan secara elektronik melalui:
  - a. alamat email resmi layanan pengaduan masyarakat BPOM [halobpom@pom.go.id](mailto:halobpom@pom.go.id); dan/atau
  - b. telepon pengaduan masyarakat dengan nomor 1500533.
- (5) Selain disampaikan secara elektronik, pemberian informasi dan/atau laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) juga dapat disampaikan secara tertulis kepada Kepala Badan melalui direktorat yang mempunyai tugas dan fungsi melaksanakan pengawasan Iklan dan/atau unit pelaksana teknis di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- (6) Pemberian informasi dan/atau laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dan ayat (5) harus disertai:
  - a. data mengenai identitas pelapor, pimpinan organisasi masyarakat, atau pimpinan lembaga swadaya masyarakat dengan melampirkan fotokopi kartu tanda penduduk atau identitas diri lain; dan
  - b. keterangan mengenai dugaan adanya pelanggaran Iklan dan dilengkapi dengan bukti-bukti permulaan.

#### Pasal 18

Iklan yang telah dipublikasikan sebelum berlakunya Peraturan Badan ini, wajib menyesuaikan dengan ketentuan dalam Peraturan Badan ini paling lama 6 (enam) bulan sejak Peraturan Badan ini diundangkan.

Pasal 19

Pada saat Peraturan Badan ini mulai berlaku, Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Periklanan Pangan Olahan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 738), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 20

Peraturan Badan ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 22 Februari 2021

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

ttd.

PENNY K. LUKITO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 23 Februari 2021

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

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA



LAMPIRAN I  
PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
NOMOR 6 TAHUN 2021  
TENTANG  
PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN OLAHAN

**MEDIA PERIKLANAN**

Media periklanan meliputi:

- a. media cetak antara lain surat kabar, majalah, tabloid, buletin, kalender, poster atau selebaran, *leaflet*, brosur, stiker, buklet, pamflet, halaman kuning (*Yellow Pages*);
- b. media penyiaran antara lain televisi, radio, layar lebar termasuk di dalamnya penempatan atau penyisipan iklan dalam alur cerita suatu film, sandiwara, acara;
- c. media daring dapat berupa aktivitas (seperti pencarian (situs dan laman)), *e-commerce*, *game*, media sosial, aplikasi, *publisher*, *transportation on demand*, hiburan) dan berupa format (seperti video, audio, teks, dan *banner*);
- d. media sosial antara lain instagram, facebook, twitter;
- e. media luar *griya/out-of-home media* antara lain papan reklame, papan nama, iklan cetak yang ditempel/digantung di luar ruang, spanduk, *transit ad* (iklan yang diletakkan pada obyek bergerak), videotron, sarung ban mobil, *backdrop*;
- f. komunikasi tatap muka antara lain *Sales Promotion Person*.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

ttd

PENNY K. LUKITO

LAMPIRAN II  
PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN  
NOMOR 6 TAHUN 2021  
TENTANG  
PENGAWASAN PERIKLANAN PANGAN OLAHAN

**PESAN BAGI MASYARAKAT**

1. Penyampaian pesan bagi masyarakat pada spot Iklan dapat dilakukan sebagai berikut:
  - a. Baca Label Sebelum Membeli  

Baca Label Sebelum Membeli	Baca Label Sebelum Membeli
----------------------------	----------------------------
  - b. Teliti Sebelum Membeli  

Teliti Sebelum Membeli	Teliti Sebelum Membeli
------------------------	------------------------
2. Pencantuman pesan bagi masyarakat harus memenuhi ketentuan minimal sebagai berikut:
  - a. media cetak  
Pesan bagi masyarakat harus dibuat proporsional dengan halaman Iklan sehingga terlihat dan terbaca dengan jelas.
  - b. media penyiaran
    1. pesan bagi masyarakat pada media penyiaran audio visual harus dicantumkan dengan tulisan yang jelas terbaca.
    2. pesan bagi masyarakat untuk media penyiaran audio harus dibacakan dengan nada suara jelas dan tegas.
  - c. media daring
    1. pesan bagi masyarakat pada media daring audio visual harus dicantumkan dengan tulisan yang jelas terbaca.
    2. pesan bagi masyarakat untuk media daring audio harus dibacakan dengan nada suara jelas dan tegas.
  - d. media sosial
    1. pesan bagi masyarakat pada media sosial visual atau audio visual harus dicantumkan dengan tulisan yang jelas terbaca.
    2. pesan bagi masyarakat untuk media sosial audio harus dibacakan dengan nada suara jelas dan tegas.

- e. media luar griya / *out-of-home media*  
Pesan bagi masyarakat pada media luar griya harus proporsional dan jelas terbaca.
- f. komunikasi tatap muka  
Pesan bagi masyarakat dengan komunikasi tatap muka harus disampaikan dengan jelas.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

ttd

PENNY K. LUKITO