

C O S M E T I C H A N D B O O K

Temukan Jawabannya di sini

FREQUENTLY ASKED QUESTION

Iklan Kosmetik

media edukasi kosmetik bagi Masyarakat

IKLAN
**KOS
METIK**



PENERBIT

DIREKTORAT PENGAWASAN KOSMETIK BADAN POM REPUBLIK INDONESIA

Jl. Percetakan Negara No.23 , RT. 23/RW.7,
Johar Baru, Cemp. Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta

CETAKAN I

Tahun 2024



Tim Penyusun

Pengarah:

**Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional,
Suplemen Kesehatan dan Kosmetik**
Mohamad Kashuri S.Si, Apt, M. Farm

Penanggung Jawab:

Direktur Pengawasan Kosmetik
Irwan, S.Si., Apt, M.K.M.

Ketua:

Dra. Tita Nursjafrida, Apt, M.K.M.

Anggota:

1. Mohammad Gama Ramadhan, S.Farm., Apt
2. Hanief Rindhowati, S.Si., Apt
3. Dian Handayani, S.Farm., Apt
4. Dra. Kenik Sintawati, Apt
5. Rugun Clara Samosir, S.Farm., Apt
6. Catharina Dea Ivana, S.Farm., Apt
7. Raden Roro Fine Ayu Putri, S.Si
8. Fitri Adilla, S.Si
9. Andhika Prayoga, S.T
10. Lia Rizki Amalia, S.Farm
11. Rahmi Nurmala Destiani, S. Farm., Apt
12. Ukhti Hanifah, S. Farm., Apt
13. Raniya Rachman, S. Akun

TABLE OF CONTENTS

Halaman	Isi
01	Regulasi
03	Definisi
06	Media Iklan
19	Pembuatan Iklan Kosmetik
24	Syarat dan Ketentuan Iklan
40	Hal yang harus kamu ketahui seputar kosmetik!

KATA PENGANTAR



Kosmetik sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat yang disebabkan usaha di bidang kosmetik sangat berkembang. Salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan kosmetik adalah dengan membuat iklan produk di berbagai media. Melalui iklan ini dapat disampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan keunggulan produk kepada masyarakat.

Sama seperti iklan produk lain. Iklan kosmetik hendaknya menonjolkan kreativitas. Namun demikian, iklan kosmetik harus obyektif dan tidak menyesatkan, sebagaimana diatur dalam beberapa ketentuan. Saat ini terdapat beberapa peraturan dan etika di bidang periklanan kosmetik yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dan apabila tidak dipenuhi dapat dikenakan sanksi.

Beberapa faktor tersebut di atas menyebabkan munculnya banyak pertanyaan berkaitan dengan iklan kosmetik. Berkenaan dengan hal tersebut, Badan POM memandang perlu untuk menerbitkan buku **“Cosmetic Handbook - Temukan Jawabannya di sini: Frequently Asked Questions (FAQ) Iklan Kosmetik** .

Pertanyaan-pertanyaan yang dimunculkan dalam buku ini diidentifikasi dari pelaku usaha di bidang kosmetik dan petugas serta masyarakat. Sedangkan jawabannya disusun berdasarkan peraturan.

Buku FAQ ini diharapkan dapat bermanfaat, khususnya bagi pelaku usaha dan *beauty enthusiast* yang akan mengiklankan kosmetik agar dapat meningkatkan kreativitasnya, namun tetap obyektif dan tidak menyesatkan.

Jakarta, Januari 2024

Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik



Mohamad Kashuri, S.Si, Apt, M.Farm



Regulasi



Apakah iklan kosmetik diatur oleh hukum?

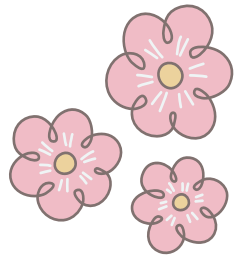
Iklan kosmetik diatur oleh hukum untuk memastikan bahwa iklan tersebut jujur, tidak menyesatkan, dan mematuhi standar keamanan dan mutu serta klaim yang telah ditetapkan.

Peraturan yang digunakan sebagai pedoman dalam membuat iklan kosmetik :

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 9 ayat (1) butir (j) dan pasal 62;
- Undang-Undang No 17 tahun 2023 tentang Kesehatan;
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik;
- Peraturan Badan POM Nomor 32 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan POM Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang diedarkan secara daring;
- Peraturan Badan POM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika;
- Peraturan Badan POM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

A background image featuring a makeup palette with various shades of blush, bronzer, and eyeshadow. Several makeup brushes with light-colored bristles and rose gold handles are scattered across the palette. The word "Definisi" is written in a large, white, sans-serif font in the center of the image.

Definisi



Apa yang dimaksud dengan kosmetik?

Kosmetik menurut PerBPOM No. 32 Tahun 2021 adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.



03.

Apa yang dimaksud dengan iklan kosmetik?

Iklan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.

Iklan kosmetik menurut PerBPOM No. 32 Tahun 2021 adalah suatu pesan komunikasi mengenai kosmetik dan/atau merek kosmetik kepada khalayak sasarnya, dalam bentuk gambar, tulisan, suara, audio visual atau bentuk lain yang disampaikan melalui berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan kosmetik.



Media Iklan

A hand is pointing at a collage of colorful papers and photos on a wooden desk. The collage includes a pink sheet with a yellow photo of a woman, a red sheet with a yellow photo of a woman, a white sheet with a yellow photo of a woman, and a yellow sheet with a yellow photo of a woman. In the foreground, a spiral notebook is open, showing a list of tasks. The notebook has a yellow arrow pointing to the right and a blue arrow pointing to the left. The background is a wooden desk with various papers and photos scattered around.

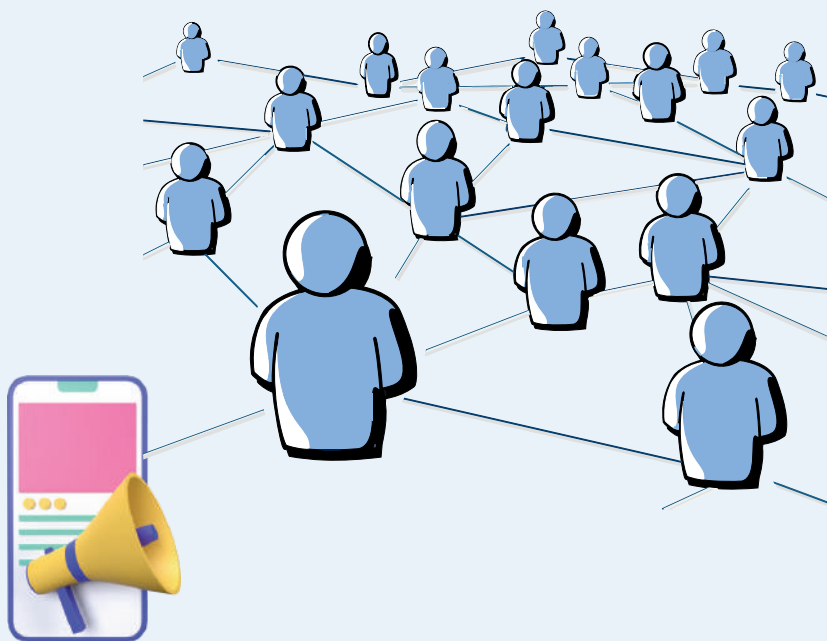
Lista de tareas

5
Budget
Fashion
Diet & Style



Apa yang dimaksud media periklanan ?

Media periklanan adalah segala sesuatu yang dapat menjadi penyampai pesan periklanan.



05.

Dimana tempat publikasi iklan kosmetik ?

Publikasi iklan kosmetik dapat dilakukan dimana saja, baik pada media/tempat yang bersifat umum maupun bersifat khusus.



Media apa saja yang dapat dipergunakan untuk mempublikasikan iklan kosmetik?

Media yang dapat digunakan untuk mempublikasikan iklan kosmetik adalah:

- Media cetak;
- Media luar ruang;
- Media penyiaran;
- Media online dan
- Komunikasi tatap muka



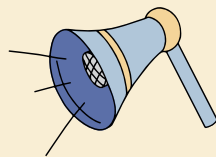


Apa saja yang termasuk ke dalam media cetak?

Media cetak meliputi:

- Surat Kabar
- Majalah
- Tabloid
- Koran
- Buletin
- Poster
- Selebaran
- Leaflet
- Stiker
- Buklet
- Pamflet
- Halaman Kuning (Yellow Pages)
- Katalog, termasuk katalog MLM

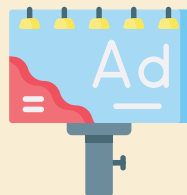




Apa saja yang termasuk ke dalam media luar ruang?

Media Luar Ruang meliputi:

- papan reklame,
- *billboard*,
- lampu hias/*neon box*,
- papan nama,
- balon udara,
- sarung ban,
- panel di bandara
- tempat tempat umum lainnya,
- iklan cetak yang ditempel/digantung di luar ruang,
- spanduk,
- transit ad (iklan yang diletakkan pada obyek bergerak),
- *gimmick*,
- *backdrop*,
- *banner*



Apa saja yang termasuk ke dalam media penyiaran?

Media Penyiaran meliputi:

- Televisi, termasuk iklan pada sinetron
- Radio
- Bioskop



10.



Apa yang dimaksud dengan media online? dan apa saja contohnya?

Media Online

Media online adalah media iklan yang terhubung dengan internet

Media sosial

- Youtube
- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter

E-Commerce / PPMSE*

- Shopee
- Tokopedia
- Bukalapak
- Lazada
- Zalora
- Blibli
- Qoo10
- Beautyhaul
- Sociolla
- Sephora
- Watsons
- Jakmall
- Istyle
- Perfect Beauty
- Matahari
- Favo.id
- Orami
- Zilingo
- HBHoz

Website

Lain - lain

Pop up ads:

- Game online
- Aplikasi



11.

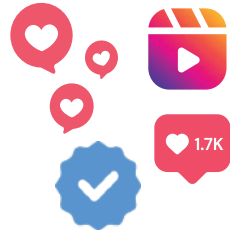
Apa saja fitur dari masing-masing media sosial yang dapat dijadikan konten iklan?

Instagram



- Story
- Feed : foto, video, audio, caption
- Reels : video, audio, caption
- Sponsored

Instagram



Tiktok



- FYP (For Your Page)
- foto, video, audio, caption
- Tiktok Shop
- Live Tiktok
- Sponsored



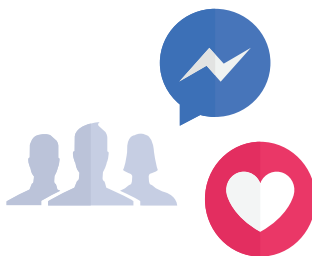


Apa saja fitur dari masing-masing media sosial yang dapat dijadikan konten iklan?

Facebook



- Feed FB
- Story FB
- FB Marketplace
- Group Jual Beli FB
- Sponsored



Youtube



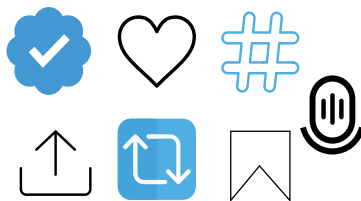
- Video
- Youtube Short
- Youtube ads
- Youtube live
- Sponsored



Twitter



- Tweet
- Retweet
- Timeline
- Space
- Sponsored



Apa saja yang termasuk ke dalam jenis media komunikasi tatap muka?

Media komunikasi tatap muka meliputi:

- Talkshow
- Sales Promotion Person
- Multi Level Marketing (MLM)
- Seminar





Bagaimana strategi memilih media yang cocok?

Strategi memilih media yang cocok adalah dengan:

- Memetakan target konsumen yang menjadi sasaran tujuan periklanan
- Memetakan aspek demografi konsumen
- Memetakan perilaku bermedia konsumen
- Menyesuaikan dengan investasi dan pembiayaan
- Mempertimbangkan periode kampanye
- Mengadopsi tren



15.

Apa yang dimaksud dengan Iklan Layanan Masyarakat (ILM)?

ILM menurut Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020 adalah pesan komunikasi publik yang tidak bertujuan komersial tentang gagasan atau wacana, untuk mengubah, memperbaiki, atau meningkatkan sesuatu sikap atau perilaku dari sebagian atau seluruh anggota masyarakat.



A woman is sitting at a round, light-colored marble table with a gold rim. On the table, there is a silver laptop on the left, and three cosmetic products in the center: a small white cone-shaped container, a tall white tube with a black cap, and a small brown glass bottle with a gold dropper. The woman is wearing a grey button-down shirt over a white top and is making a peace sign with her right hand. The background is a soft-focus interior with a wall of square panels. The overall tone is warm and aesthetic.

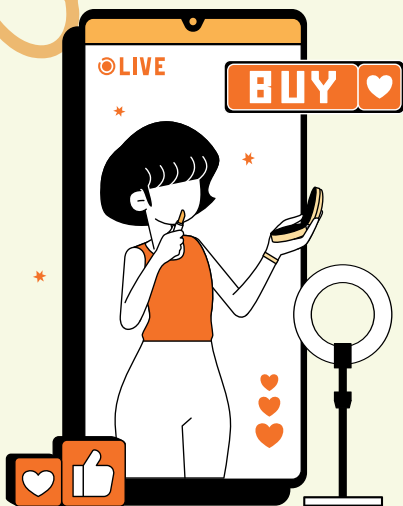
Pembuatan Iklan Kosmetik

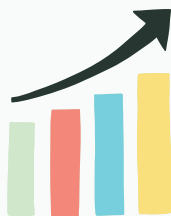
Siapa saja yang dapat membuat iklan kosmetik?

Kosmetik dapat diiklankan oleh siapapun.

Selain pelaku usaha di bidang kosmetik, iklan kosmetik dapat dibuat oleh pihak lain termasuk :

- masyarakat umum
- *beauty influencer*
- *public figure*
- *youtuber* dan lain lain.





Apa tujuan dari beriklan?

Tujuan dari beriklan adalah untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan tertentu, menarik pelanggan baru, dan mengundang pelanggan yang sudah ada untuk melakukan pembelian ulang.



Bagaimana proses dalam pembuatan iklan kosmetik?

Menurut Etika PARIWARA Indonesia Amandemen 2020 Proses pembuatan iklan kosmetik adalah seluruh proses yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, umpan balik, maupun penakaran dari sesuatu komunikasi tentang produk dan atau merek.



Important aspects in branding

Bagaimana jika UMKM ingin membuat iklan namun anggarannya terbatas?

1. **"Pendekatan"** perkenalkan produk kalian, tidak perlu terlalu jauh bisa dimulai dari teman, kerabat sebar sebanyak-banyaknya mulai dari lingkungan kecil yang kalian kenal.
2. **"Perkenalan"** setelah teman, kerabat sudah mengenal produk kita selanjutnya bisa dimulai dengan obrolan seperti bertanya lewat media sosial/lainnya bagaimana tanggapan dengan produk yang kita iklankan dan harus selalu kita jawab dan berikan balasan atas seluruh pertanyaan yang masuk, dari sini akan terjalin sebuah ikatan.
3. **"Penjualan"** setelah sudah tersebar, dikenal, dan terjalin ikatan konsumen akan mulai tertarik sehingga akan ada keinginan untuk mencoba dan membeli.

proses ini biasa disebut dengan **"BRANDING"**



A hand holding a magnifying glass over a document with highlighted text. The document appears to be a legal or regulatory text, with several lines of text highlighted in yellow. The magnifying glass is held over the text, suggesting a focus on specific details or a search for information. The background is a light, warm tone, and the overall image has a soft, slightly blurred quality.

Syarat dan Ketentuan Iklan Kosmetik

20.

Apakah iklan kosmetik harus mendapat persetujuan BPOM sebelum ditayangkan?

Iklan kosmetik yang dipublikasikan tidak memerlukan persetujuan BPOM terlebih dahulu, Namun demikian, iklan kosmetik harus memenuhi ketentuan perundang-undangan, baik ketentuan yang berkaitan dengan produk, materi iklan maupun etika periklanan.



Apa saja persyaratan utama dalam mengiklankan kosmetik?

- Kosmetik harus memiliki izin edar berupa notifikasi
- Iklan harus objektif dan tidak menyesatkan, iklan yang dibuat harus memberikan informasi sesuai dengan kenyataan
- Iklan harus objektif dan tidak menyesatkan, iklan yang dibuat harus memberikan informasi sesuai dengan kenyataan
- Bahasa yang digunakan mudah dipahami dan tidak berlebihan
- Perhatikan klaim-klaim yang dibuat, serta perhatikan apakah ada **disclaimer** atau informasi tambahan yang penting yang akan di sampaikan dalam iklan



Apa saja hal yang perlu diperhatikan dalam mengiklankan kosmetik?

- Tidak bertentangan dengan norma kesusilaan dan ketertiban umum
- Tidak menggunakan bendera, lambang negara dan/atau lagu kebangsaan
- Tidak menampilkan pahlawan nasional dan/atau monument kenegaraan yang bersifat merendahkan
- Tidak menampilkan bentuk diskriminasi (etnis, kebangsaan, agama, gender, usia, disabilitas, profesi/pekerjaan, penyakit, atau orientasi seksual)
- Tidak merendahkan perusahaan/produk lain
- Tidak mengeksploitasi erotisme atau seksualitas
- Tidak memuat hal yang mendukung aksi kekerasan, membenarkan dan/atau membiarkan kekerasan tersebut
- Tidak mengeksploitasi kemalangan, penderitaan dan/atau kekhawatiran masyarakat
- Tidak menimbulkan atau mempermainkan rasa takut, maupun memanfaatkan kepercayaan orang terhadap takhayul

Apakah iklan kosmetik boleh diperankan oleh tenaga kesehatan?

Iklan kosmetik tidak boleh diperankan oleh tenaga kesehatan, hal ini sesuai dengan:

1. PerBPOM No. 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika, Lampiran (II.II.8), yaitu:

Klaim tidak menggambarkan atau menimbulkan kesan adanya anjuran, rekomendasi, atau keterangan tentang penggunaan Kosmetika dari suatu laboratorium, lembaga riset, instansi pemerintah, organisasi profesi kesehatan atau kecantikan dan/atau tenaga kesehatan

2. PerBPOM No. 32 Tahun 2021 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika, Lampiran I (II.2.poin a-d), yaitu:

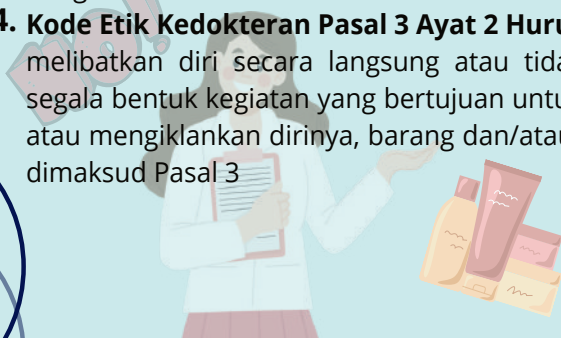
- Iklan tidak diperankan oleh tenaga kesehatan
- Pemeran Iklan tidak berperan sebagai tenaga kesehatan
- Pemeran Iklan tidak menggunakan atribut profesi kesehatan baik secara jelas maupun tersamar
- Iklan tidak mencantumkan identitas profesi kesehatan

3. Etika Pariwara Indonesia Amandemen 2020, yaitu:

Poin A.2. Alat Kesehatan, Kosmetika dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Tangga tidak boleh diiklankan dengan menggunakan peragaan tenaga kesehatan atau yang mirip dengan itu

4. Kode Etik Kedokteran Pasal 3 Ayat 2 Huruf C, bahwa:

melibatkan diri secara langsung atau tidak langsung dalam segala bentuk kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan atau mengiklankan dirinya, barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud Pasal 3



Apakah iklan kosmetik boleh diperankan oleh pejabat negara dan tokoh agama?

Iklan kosmetik **tidak boleh** diperankan oleh pejabat negara dan tokoh agama



Apakah iklan kosmetik boleh diperankan oleh bayi?

Iklan kosmetik dapat diperankan oleh bayi hanya untuk kosmetik yang diperuntukkan bagi bayi (sediaan bayi), seperti :

- sampo bayi,
- sabun mandi bayi,
- bedak bayi





Apakah iklan kosmetik dapat menampilkan data hasil uji?

Data hasil uji dapat ditampilkan dalam iklan kosmetik namun tidak boleh menyesatkan dan memanipulasi data.

Untuk, iklan yang mencantumkan manfaat kosmetik harus mempunyai bukti yang *valid*

QUICK

TIPS

Data yang ditampilkan tentang penjualan produk, tidak boleh lebih dari 2 (dua) tahun.



Contoh:

Data Hasil Uji

- Dermatologically Tested
- Hypoallergenic Tested
- Non Comedogenic
- Non Acnegenic

Data Penjualan

- No. 1 Sunscreen dengan penjualan terbanyak di Indonesia
- No. 1 Merek Kosmetik pilihan wanita

Apakah iklan kosmetik boleh menggunakan tanda bintang (*) untuk menjelaskan klaim yang dicantumkan?

Boleh, selama tidak digunakan untuk menyembunyikan/menyesatkan masyarakat. Selain itu, tanda bintang (*) harus disertai dengan pencantuman penjelasan tentang maksud dari tanda tersebut.

Contoh:

- Mengunci kelembapan wajah selama 48 jam*
*Berdasarkan hasil uji klinis laboratorium pada subjek uji coba Indonesia



Penjelasan tanda bintang (*) harus mudah dibaca

Tanda bintang **tidak boleh** digunakan pada iklan untuk menyembunyikan, menyesatkan, atau membingungkan masyarakat, sebagai contoh:

- Bersihkan noda hitam* dengan menyeluruh sekaligus menutrisi kulit, kulit menjadi lembab, terlindungi

* Noda hitam karena debu

27.

Apakah testimoni boleh digunakan dalam iklan kosmetik?

Boleh, selama pemberi testimoni memang menggunakan produk tersebut yang diperkuat dengan pernyataan tertulis, dan testimoni tersebut memenuhi ketentuan klaim kosmetika.

DONT'S

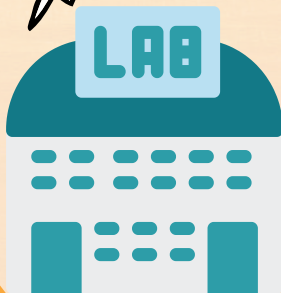
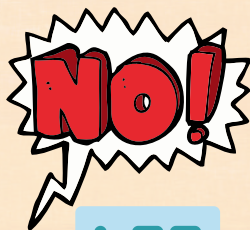
Testimoni tidak boleh mewakili orang lain, lembaga, kelompok, golongan atau masyarakat luas.



Apakah anjuran atau rekomendasi penggunaan kosmetik diperbolehkan pada iklan kosmetik?

Iklan kosmetik **tidak boleh** menggambarkan / menimbulkan kesan adanya anjuran / rekomendasi penggunaan kosmetik oleh:

- laboratorium / lembaga riset
- instansi pemerintah
- organisasi profesi kesehatan / kecantikan
- tenaga kesehatan



Apakah logo lembaga pemerintah / sertifikat terhadap kosmetik boleh dicantumkan dalam iklan kosmetika?

Nama, logo, lambang, identitas dari Kementerian / Lembaga / Laboratorium yang melakukan analisis dan mengeluarkan sertifikat terhadap kosmetik **tidak boleh** dicantumkan dalam iklan.

Logo atau keterangan yang diperbolehkan dalam iklan :



- logo dengan nama yang melekat menjadi satu, seperti sertifikat halal.
- sertifikat seperti Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB),
- nomor notifikasi,
- sertifikat kosmetika organik
- izin ISO

NAMUN, harus disertai bukti yang valid

Contoh:



30.



Apakah logo lembaga pemberi penghargaan boleh dicantumkan dalam iklan kosmetik?

Logo seperti "Superbrand" diperbolehkan, namun harus sesuai dengan ketentuan.



Contoh Logo "Superbrand"



Apa saja batasan lainnya dalam iklan kosmetik yang harus diperhatikan oleh pembuat iklan?

1. Tidak memuat ekspresi dan/atau tindakan berlebihan yang berpeluang untuk ditiru/membahayakan terutama untuk anak-anak
2. Tidak menampilkan merek produk pada Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Untuk iklan jenis ini hanya boleh menampilkan nama perusahaan
3. Tidak menampilkan lokasi yang terkait profesi kesehatan dan/atau otoritas kesehatan



Apa saja yang perlu diperhatikan bila iklan kosmetik disampaikan melalui E-Commerce / PPMSE*?

Dalam hal Iklan Elektronik disampaikan melalui sarana PPMSE, PPMSE wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang :

- penyiaran,
- perlindungan atas privasi dan data pribadi,
- perlindungan Konsumen,

dan tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat.



Apakah peringatan harus dicantumkan di setiap iklan produk kosmetik?



Tidak semua kosmetik harus mencantumkan peringatan hanya kategori kosmetik tertentu yang harus mencantumkan peringatan Iklan kosmetik, seperti :

- pewarna rambut,
- pelurus rambut,
- pengeriting rambut,
- depilatori,
- tabir surya,
- mandi surya,
- aerosol,
- pemutih gigi

mencantumkan peringatan sebagai berikut:

**BACA CARA PENGGUNAAN
DAN PERINGATAN**

Bagaimana ketentuan pencantuman peringatan dalam iklan?



Pencantuman peringatan harus disesuaikan dengan media yang digunakan, antara lain:

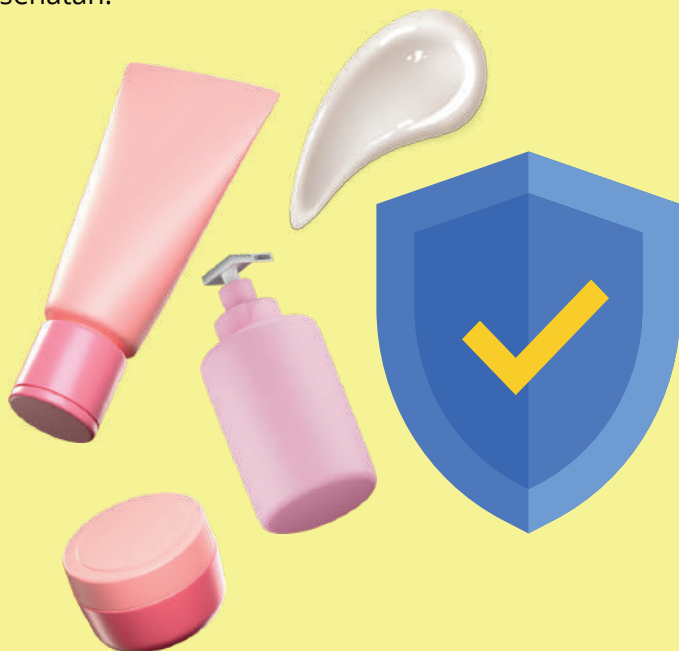
- a. Media cetak,
peringatan harus dibuat proporsional sehingga terlihat dan terbaca dengan jelas
- b. Media penyiaran,
 - Audio visual, peringatan harus dicantumkan dengan tulisan yang jelas terbaca pada satu screen / gambar terakhir dengan ukuran minimal 30% dari screen elektronik dan ditayangkan minimal 3 detik; dan
 - Audio, peringatan harus dibacakan pada akhir iklan dengan nada suara jelas
- c. Media Daring dan media sosial,
peringatan harus dibuat proporsional sehingga terlihat dan terbaca dengan jelas; dan
- d. Media Luar Griya,
peringatan harus disesuaikan dengan media iklan yang digunakan berupa cetak atau elektronik harus dibuat proporsional sehingga terlihat dan terbaca dengan jelas



Hal yang harus kamu
ketahui seputar kosmetik!

Bagaimana cara untuk memastikan keamanan produk kosmetik yang diiklankan?

Pastikan produk kosmetik tersebut telah mendapatkan izin edar berupa nomor notifikasi dari Badan POM. Selain itu, periksa label dan bahan-bahan yang digunakan untuk memastikan bahwa tidak ada bahan yang berbahaya bagi kesehatan.



Bagaimana cara untuk mengetahui apakah sebuah testimoni atau ulasan dalam iklan kosmetik dapat dipercaya?

Selalu penting untuk menyaring dan mengevaluasi testimoni atau ulasan dengan kritis. Mencari testimonial dari sumber yang dapat dipercaya, serta memeriksa apakah testimoni tersebut didukung oleh bukti atau pengalaman yang nyata.



Apa yang harus dilakukan jika merasa terganggu oleh iklan kosmetik yang tidak benar?

Anda dapat melaporkan iklan yang tidak memenuhi ketentuan atau menyesatkan kepada BPOM melalui :



Unit Layanan Pengaduan Konsumen BPOM



Gedung Athena Lantai 6 Jl.
Percetakan Negara No 23, Jakarta
Pusat 10560



+6281 21 9999 533 (SMS)



halobpom@pom.go.id



+6281 191 81533 (WA)



ulpk.pom.go.id



FIND US ON



waskos.bpom



waskos.bpom



waskos.bpom



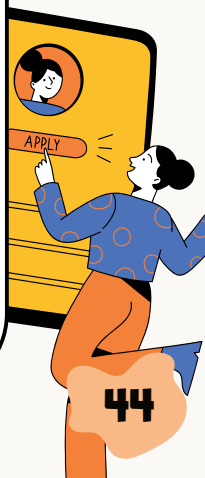
<https://waskos.pom.go.id/>



**Direktorat
Pengawasan
Kosmetik BPOM**



**Direktorat
Pengawasan
Kosmetik BPOM**





DIREKTORAT PENGAWASAN KOSMETIK
BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN RI



@waskos.bpom



Direktorat Pengawasan Kosmetik



<https://waskos.pom.go.id/>