

INTISARI

Penggunaan obat bahan alam masih populer digunakan di Indonesia untuk mengatasi nyeri haid pada wanita. Saat ini telah banyak industri obat bahan alam yang memproduksi produk obat bahan alam dengan klaim indikasi nyeri haid dan telah banyak beredar di *marketplace*. Hal tersebut menjadikan persaingan antarpemjual di *marketplace* semakin ketat. Eksplorasi kreativitas pelaku usaha atau pembuat iklan terkadang tidak memenuhi regulasi periklanan dengan tujuan untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi profil kesesuaian informasi dalam iklan produk obat bahan alam teregistrasi dengan klaim indikasi nyeri haid terhadap regulasi pada tiga *marketplace* yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia, dan Blibli.

Penelitian bersifat noneksperimental deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan instrumen berupa lembar observasi dengan skala Guttman yang mengacu pada Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan. Instrumen lembar observasi yang digunakan telah dilakukan uji validitas isi dan uji reliabilitas Cohen's Kappa, dengan hasil koefisien sebesar 0,837. Sampel penelitian adalah keseluruhan populasi yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Data dianalisis secara kualitatif berdasarkan perhitungan persentase kesesuaian iklan. Selain itu, data disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran poin regulasi dengan pelanggaran paling tinggi di ketiga *marketplace* yang paling banyak digunakan di Indonesia dan di masing-masing *marketplace*.

Hasil penelitian terhadap 458 sampel iklan menunjukkan persentase kesesuaian berada di rentang 69,6% – 95,7% dengan rata-rata sebesar 86,2%. Poin regulasi yang paling banyak dilanggar oleh penjual di ketiga *marketplace* yaitu poin regulasi pada kriteria lengkap terkait pencantuman spot Baca Aturan Pakai di akhir iklan dengan pelanggaran sebesar 99,8% dari keseluruhan sampel iklan. Di masing-masing *marketplace* yang digunakan dalam penelitian juga menunjukkan hal yang sama untuk poin regulasi yang paling sering dilanggar.

Kata kunci: Evaluasi kesesuaian informasi, obat bahan alam, nyeri haid, BPOM.

ABSTRACT

The use of herbal medicine remains popular in Indonesia for menstrual pain relief. Currently, many herbal medicine industries produce herbal medicine products with claims of menstrual pain indications, which are widely available in marketplaces. This has intensified competition among sellers in these platforms. The creativity of business owners or advertisers tends to be irresponsible advertisements to attract consumers and boost sales. This study aims to evaluate the conformity profile of information in herbal medicine advertisements with claims of menstrual pain indications with regulation accross three of the most widely used marketplaces in Indonesia: Shopee, Tokopedia, and Blibli.

This research is a non-experimental descriptive study using qualitative approach, using an observation sheet instrument based on the Guttman scale, which refers to *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan*. The observation sheet instrument was tested for content validity and Cohen's Kappa reliability test, obtained a coefficient value of 0,837. The research sample consisted of the entire population that fulfilled the predetermined inclusion and exclusion criteria. Data were analyzed qualitatively based on the calculation of the advertisement conformity percentage. Additionally, data are presented descriptively to highlight the regulatory points with the highest violations in three most widely used marketplaces in Indonesia and in each of three marketplaces.

The results of the study on 458 advertisement samples showed a compliance percentage ranging from 69,6% to 95,7% with an average of 86,2%. The most frequently violated regulatory point by sellers across three marketplaces was the regulation requiring the inclusion of *Baca Aturan Pakai* spot at the end of the advertisement, with a violation rate of 99,8% of the total advertisement samples. The same regulatory point was also identified as the most frequently violated in each individual marketplace analyzed in this study.

Keyword: Evaluation of information conformity, herbal medicine, menstrual pain, BPOM.