

**PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM)  
TERHADAP IKLAN OBAT BATUK MADU BIMA HITAM SUPER  
MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana*



Disusun Oleh :

**BURHANUDDIN**  
1410012111291

**Bagian Hukum Perdata**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2018**

**REG NO : 263/Pdt/02/II-2018**

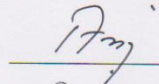
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BUNG HATTA

PERSETUJUAN SKRIPSI  
Reg. No: 263/Pdt/02/II-2018

Nama : BURHANUDDIN  
Nomor : 1410012111291  
Program Kekhususan : HUKUM PERDATA  
Judul Skripsi : PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN  
MAKANAN (BPOM) TERHADAP IKLAN OBAT  
BATUK MADU BIMA HITAM SUPER MELALUI  
MEDIA CETAK DI KOTA PADANG

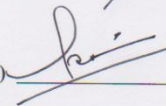
Telah disetujui pada hari **Kamis** Tanggal **Delapan** Bulan **Januari** Tahun **Dua**  
**Ribu Delapan Belas** dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji:

1. As Suhaiti Arief, S.H., M.Hum (Pembimbing I)



2. Syafril, S.H., M.Hum

(Pembimbing II)



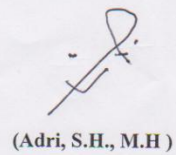
Mengetahui:

Dekan Fakultas Hukum  
Universitas Bung Hatta

Ketua Bagian



(Dwi Astuti Palupi, S.H., M.H)



(Adri, S.H., M.H)

FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BUNG HATTA

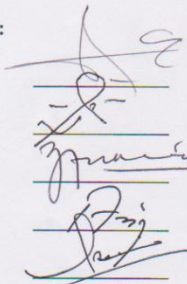
PENGESAHAN SKRIPSI  
Reg. No: 263/Pdt/02/II-2018

Nama : BURHANUDDIN  
Nomor : 1410012111291  
Program Kekhususan : HUKUM PERDATA  
Judul Skripsi : PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN  
MAKANAN (BPOM) TERHADAP IKLAN OBAT  
BATUK MADU BIMA HITAM SUPER MELALUI  
MEDIA CETAK DI KOTA PADANG

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada bagian Hukum Perdata pada hari Jum'at Tanggal Sembilan Bulan Februari Tahun Dua Ribu Delapan Belas dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN TIM PENGUJI :

1. Yansalzisatry, S.H., M.Hum (Ketua)
2. Adri, S.H., M.H (Sekretaris)
3. Elyana Novira, S.H.,M.H (Anggota)
4. As Suhaiti Arief, S.H., M.Hum (Anggota)
5. Syafril, S.H., M.Hum (Anggota)



Dekan Fakultas Hukum  
Universitas Bung Hatta



(Dwi Astuti Palupi, S.H., M.H.)

**PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM)  
TERHADAP IKLAN OBAT BATUK MADU BIMA HITAM SUPER  
MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PADANG**

**Burhanuddin<sup>1</sup>, As Suhaiti Arief<sup>1</sup>, Syafril<sup>1</sup>,**

**<sup>1</sup>) Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Bung Hatta**

**E-mail : [burhanuddin.hans41@gmail.com](mailto:burhanuddin.hans41@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*In traditional advertising publication to medicines espoused in the printed media often use excessive testimony, therefore Food Drug Supervisory Agency Padang City monitoring this thing. The formulation the research is : (1) What is the supervision by Food Drug Supervisory Agency for the commercial cough medicines honey bees wide black super through the print in Padang City? (2) Whether the constraints that have been found Food Drug Supervisory Agency in monitoring for the commercial cough medicine honey bees wide black super through the print in Padang City? This research use juridical sociological. The data is primary data and secondary data. Engineering collecting data which used in this research was interview and study documents. Data analyzed is qualitatively. The results of the study are (1) Food Drug Supervisory Agency in conducting of their supervision using two phases of supervision that is supervision before published and supervision after published for the commercial cough medicines honey bees wide black super (2) The constraints that have been was found by Food Drug Supervisory Agency in monitoring namely consisting of two factors that is factors internal and external factors. The internal factor includes the amount of labor you less while the external factor includes business awareness is weak not to testimony excessive advertising cough medicines honey bees wide black super.*

**Keywords : Supervision, Food Drug Supervisory Agency, Advertising, Cough Medicines Honey Bees Wide Black Super.**

**PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM)  
TERHADAP IKLAN OBAT BATUK MADU BIMA HITAM SUPER  
MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PADANG**

**Burhanuddin<sup>1</sup>, As Suhaiti Arief<sup>1</sup>, Syafril<sup>1</sup>,**

**<sup>1)</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Bung Hatta  
e-mail : [burhanuddin.hans41@gmail.com](mailto:burhanuddin.hans41@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Dalam publikasi iklan terhadap obat tradisional yang dimuat dalam media cetak sering menggunakan testimoni yang berlebihan, oleh sebab itu BPOM Kota Padang melakukan pengawasan terhadap hal ini. Rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Apakah bentuk pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang? (2) Apakah kendala-kendala yang ditemui BPOM dalam melakukan pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang? Penelitian yang digunakan adalah yuridis sosiologis. Sumber data adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dan studi dokumen, data dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian yaitu: (1) BPOM dalam melakukan pengawasannya menggunakan dua tahapan pengawasan yaitu pengawasan sebelum dipublikasikan dan pengawasan setelah dipublikasikan terhadap iklan obat tradisional madu bima hitam super. (2) Kendala-kendala yang ditemui oleh BPOM dalam melakukan pengawasan yaitu terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup jumlah tenaga kerja yang kurang sedangkan faktor eksternal yaitu masih kurangnya kesadaran pelaku usaha untuk tidak melakukan testimoni yang berlebihan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super.

**Kata kunci: Pengawasan, BPOM, Iklan, Madu Bima Hitam Super**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Yang maha kuasa, Maha pengasih, dan Maha penyayang, atas segala limpahan rahmat dan nikmat serta karunia-Nya kepada penulis, serta tidak lupa shalawat beriring salam penulis limpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini memenuhi sebahagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta.

Telah menjadi suatu ketetapan, bahwa setiap mahasiswa yang telah manyalasakan pendidikanya harus membuat sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis memenuhi kewajiban tersebut, yakni dengan menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi ini yang berjudul; **“PENGAWASAN BADAN PENGWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) TERHADAP IKLAN OBAT BATUK MADU BIMA HITAM SUPER MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PADANG”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulisan banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang tak terhingga nilainya. Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis banyak mengucapkan banyak terimakasih dan memberikan penghargaan

yang sebesar-besarnya kepada Ibuk As Suhaiti Arif, S.H., M.H., selaku pembimbing I dan Bapak Syafiril, S.H., M.H., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiranya dalam memberikan bimbingan baik berupa petunjuk-petunjuk, sarana-sarana, maupun pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada yang terhormat;

1. Ibu Dwi Astuti Palupi, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Sanidjar Pebrihariati R, S.H., S.H., selaku Wakil Dekan Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta.
3. Bapak Adri, S.H., S.H., selaku ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Deswita Rosra, S.H., M.H., selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah membimbing dan menasehati, dan memberikan saran, sehingga sampai penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta yang telah membarikan ilmu yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis.
6. Terima kasih kepada Kantor BPOM Kota Padang yang telah memberikan meluangkan waktu untuk wawancara serta dapat memberikan semua data yang penulis butuhkan.
7. Terima kasih kepada keluarga besarku, ayahanda tercinta Yurnalis dan Ibunda terkasih Wirna, dan saudara/i Yasri Witanti, Joni Anwar, Dewi

Elidawati ,Putri Arina, Pitra Roza Yanti, Yendra Yanti, Ahmad Irfan yang selalu memberikan dukungan dan nasehat untuk penyelesaian skripsi ini.

Tiada manusia dilahirkan dengan kesempurnaan, karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT yang menciptakn langit dan bumi serta isinya yang ada didalamnya, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan. Akhir kata, kritik dan saran yang bermanfaat bagi penulis, penulis harapkan guna kesempurnaan yang lebih baik di masa yang akan datang. Penulis memohon kehadiran Allah SWT semoga semua amal dan kebaika yang saudra/saudari berikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda amim.

Terakhir penulis sampaikan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'allaikum Wr.Wb.

Padang, Februari 2018

**Burhanuddin**  
1410012111291



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Metode Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan tentang badan dan pengawasan obat dan makanan.....	10
1. Pengertian badan dan pengawasan obat dan makanan (BPOM) .....	10
2. Dasar hukum badan pengawasan obat dan makanan (BPOM).....	11
3. Fungsi dan wewenang badan pengawasan obat dan makanan (BPOM) .....	11
B. Tinjauan tentang Obat Tradisional .....	20
1. Sejarah Obat Tradisional.....	20
2. Pengertian Obat Tradisional.....	21
3. Dasar Hukum Obat Tradisional .....	22
C. Tinjauan tentang Periklanan .....	23
1. Sejarah Periklanan .....	23
2. Pengertian Iklan .....	24
3. Dasar Hukum Periklanan .....	25

4. Tujuan Media dan Iklan .....	25
5. Fungsi Iklan .....	27
D. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen .....	28
1. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	28
2. Asas dan tujuan Perlindungan Konsumen.....	29
3. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	32

### **BAB III PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Bentuk Pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap iklan Obat Batuk Madu Bima Hitam Super melalui media cetak di Kota Padang .....	36
B. Kendala Kendala yang di temui oleh BPOM dalam melakukan pengawasan terhadap iklan Obat Batuk Madu Bima Hitam Super melalui media cetak di Kota Padang.....	44

### **BAB IV PENUTUP**

A. Simpulan .....	46
B. Saran-Saran .....	48

### **DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Obat tradisional merupakan produk yang sudah dikenal masyarakat Indonesia dan telah menjadi obat alternatif yang diyakini akan khasiatnya. Obat tradisional biasanya berupa ramuan atau bahan dari bahan tumbuhan, bahan hewan dan bahan mineral, yang manabahan tersebut secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman.

Penjelasan tentang obat tradisional dimuat dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 246/MENKES/PER/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Pendaftaran Obat Tradisional dalam Pasal 1 angka 1 yang menyatakan bahwa obat tradisional adalah bahan ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan galenik atau campuran dari bahan-bahan tersebut yang secara tradisional telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman.

Faktor pendorong peningkatan penggunaan obat tradisional adalah harapan usia hidup yang lebih panjang disaat penyakit-penyakit kronis terus meningkat serta adanya kegagalan penggunaan obat modern untuk penyakit tertentu yang memakan biaya yang cukup tinggi serta tingginya risiko efek samping yang akan dialami.<sup>1</sup>

Untuk meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi obat tradisional sebagai obat alternatif, produsen-produsen obat tradisional

---

<sup>1</sup>Sudibyo Supardi, 1997, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Obat Tradisional*, <http://ejournal.litbang.depkes.go.id/index.php/BPK/article/view/297314>, di akses pada tanggal 23 November 2017 Pukul 09.34.

melakukan strategi pemasaran dengan membuat iklan. Namun dalam pemasarannya, sering kali dijumpai iklan-iklan obat tradisional tersebut disajikan dengan testimoni yang berlebihan. Hal ini tentu saja tidak luput dari pengawasan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) selaku lembaga yang memiliki wewenang dalam mengawasi peredaran iklan obat termasuk iklan obat tradisional salah satunya.

Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) merupakan Lembaga Non Departemen yang dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintahan Non Departemen.

Pasal 1 angka 1 Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintahan Non Departemen menyatakan bahwa Lembaga Pemerintahan Non Departemen dalam Pemerintahan Negara Republik Indonesia, yang selanjutnya dalam keputusan Presiden ini disebut LPND adalah lembaga pemerintah pusat yang dibentuk untuk melaksanakan tugas pemerintahan tertentu dari Presiden dan pada Pasal 3 yang menjelaskan mengenai LPND yang terdiri dari 25 dari badan dan kelembagaan yang salah satunya adalah Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).

Pada Pasal 67 Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Pemerintahan Non Departemen menyatakan, BPOM mempunyai tugas pemerintahan dibidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Wewenang BPOM dalam mengawasi peredaran iklan obat tradisional dimuat dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengawasan Periklanan Obat dalam Pasal 1 angka 2 menyatakan bahwa, iklan obat selanjutnya disebut iklan adalah keterangan atau pernyataan mengenai obat dalam bentuk gambar, tulisan atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan obat.

Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, sebab konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui cara penjualan dengan iklan, promosi, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Hal ini disebabkan karena kurangnya pendidikan konsumen dan rendahnya kesadaran akan hak-hak dan kewajibannya.

Iklan dimaksudkan untuk menyampaikan informasi secara benar pada konsumen yang didasari pedoman yang telah ada, memberikan batasan tegas kepada pelaku usaha periklanan yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi, mempergunakan iklan yang menyesatkan. Namun, hal ini berbeda seperti apa yang diharapkan, iklan yang seharusnya menyampaikan kepada konsumen mengenai informasi atas suatu produk barang/atau jasa secara jelas, jujur dan bertanggung jawab tetapi pada kenyataannya masih sering dijumpai bentuk-bentuk iklan yang merugikan konsumen. Iklan tidak boleh memuat kata-kata yang berisi janji akan kesembuhan penyakit, tetapi hanya boleh menyatakan mampu membantu menghilangkan gejala penyakit, juga tidak boleh

mencantumkan kata-kata “aman”, “tidak berbahaya”, atau “bebas resiko” tanpa disertakan keterangan lengkap yang menyertainya.<sup>2</sup>

Setiap iklan yang memberikan informasi mengenai barang/jasanya harus dilengkapi informasi yang jelas sehingga tidak menyesatkan konsumen apalagi berkaitan dengan iklan pengobatan yang berhubungan dengan kesehatan. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 35 ayat 5 (a) menyatakan isi siaran dilarang bersifat menyesatkan dan/atau bohong. konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha juga mengiklankan produknya dengan kata-kata tidak ada efek samping yang dapat ditafsirkan salah terhadap keamanannya dan menawarkan sesuatu janji kesembuhan yang belum pasti. Pelaku usaha dilarang mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek samping tertentu, tanpa keterangan yang lengkap. Untuk meningkatkan pemasaran obat tradisional agar pemakaian obat dapat mencapai hasil yang diinginkan, beberapa perusahaan obat tradisional melakukan kegiatan seperti promosi atau pengenalan obat. Dalam melakukan promosi dan pengenalan obat tradisional, tidak sedikit dari perusahaan maupun individu menjadikan media cetak seperti koran sebagai wadah utama, mengingat prosedur yang harus dilakukan dalam mempromosikan suatu produk melalui koran tidak rumit seperti pada media lain pada umumnya.

---

<sup>2</sup> Anonim, 2011, <http://bitebrands.blogspot.com/2011/10/iklan-testimonial-> Diakses pada Kamis 26 Desember 2017. Pukul 21.54

Contoh kasus dari iklan obat tradisional seperti dimuat dalam koran Harian Singgalang terbitan 7 November 2017 iklan obat madu bima hitam super berdasarkan pengawasan BPOM iklan tersebut disajikan dengan testimoni yang berlebihan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam suatu permasalahan hukum melalui penulisan sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **"PENGAWASAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) TERHADAP IKLAN OBAT BATUK MADU BIMA HITAM SUPER MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PADANG"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bentuk pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang?
2. Apakah kendala-kendala yang ditemui BPOM dalam melakukan pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang.

2. Untuk mengetahui kendala-kendala apa saja yang ditemui BPOM dalam melakukan pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang.

#### **D. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa kendala gejala tertentu dengan jalan menganalisisnya.<sup>3</sup>

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis sosiologis dengan cara melihat norma hukum yang ada dengan efektivitas aturan-aturan tersebut di lapangan. Penelitian ini menitik beratkan pada pengumpulan data dilapangan untuk memperoleh data primer, di samping itu juga dilakukan penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder.

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dilapangan melalui wawancara dengan informan, yang terdiri dari Bapak Yon Firman selaku Kepala Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik dan Produk Komplemen BPOM terkait tentang pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang.

---

<sup>3</sup>Bambang Sunggono, 2015, *Metodeologi Penelitian Hukum*, Rajawali, Jakarta.hlm.38



b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan perpustakaan terdiri dari:

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat.<sup>4</sup>

Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi:

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- d) Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen.
- e) Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 246/MENKES/PER/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Pendaftaran Obat Tradisional.
- f) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pengawasan Periklanan Obat

---

<sup>4</sup> Suratman, Philip Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm 66.

## 2) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu, bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti hasil penelitian, buku-buku, karya ilmiah, data yang ada pada BPOM Kota Padang, terkait tentang pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data untuk memperoleh keterangan dengan melakukan tanya jawab secara lisan dengan informan. Wawancaraini dilakukan dengan pedoman wawancara semi terstruktur yaitu penulis mengajukan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu kemudian dikembangkan sesuai dengan masalah yang diteliti.

#### 2. Studi dokumen

Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari bahan kepustakaan atau literatur-literatur yang ada, terdiri dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, hasil penelitian, data yang ada pada BPOM terkait pengawasan terhadap iklan obat batuk madu bima hitam super melalui media cetak di Kota Padang.

#### **4. Analisis Data**

Analisis data yang digunakan ialah analisis data kualitatif yaitu, dengan mengelompokkan data sesuai dengan aspek yang diteliti dan diolah sehingga diperoleh kesimpulan yang diuraikan dalam bentuk kalimat sesuai dengan masalah yang diteliti.