

AKHBAR : THE STAR
MUKA SURAT : 4
RUANGAN : NATION

TS M/S U NATION 10/2/2025 (ISNIN)

'Adequate supply' of flu vaccine, more stock coming

By **ZAKIAH KOYA**
zakiah@thestar.com.my

PETALING JAYA: The shortage of certain types of influenza vaccines could end as early as next month with the arrival of new stock, says Health Minister Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad (*pic*).

He said there is no need to panic as the ministry still has adequate supply of vaccines at its healthcare facilities.

Dzulkefly said the pharmaceutical and healthcare company handling the flu vaccines in Malaysia confirmed the upcoming arrival of the new stock.

"There was a high uptake globally. They informed me that they ran out, but they will be restocked in early March.

"They are, however, planning to switch to Trivalent Inactivated Influenza Vaccines (TIV) come September this year," Dzulkefly told *The Star*.

The TIV protects against three different strains of the flu virus. Bivalent flu vaccines on the other hand protects against two strains, while quadrivalent flu vaccines protects against four.

The Star had earlier reported Federation of Private Medical Practitioners Associations Malaysia president Dr Shanmuganathan TV Ganeson saying that some vaccines are out of stock.



General practitioners are reported to be seeing a spike in demand following the death of Taiwanese actress Barbie Hsu from pneumonia induced by influenza complications and the flu outbreak in Japan recently.

The ministry in a statement last week said there is no current spike of flu cases in Malaysia, citing data from the World Health Organization.

Dzulkefly said the influenza vaccine supply situation in Malaysia highlighted some challenges, namely in ensuring the stability of product availability, particularly for

quadrivalent vaccines.

He said there are four registered influenza vaccine brands, but only two are currently actively available in the market.

They are Vaxigrip Tetra (Sanofi) and Influvac Tetra (Abbott), both of which are supplied under contract with the Health Ministry.

Fluarix Tetra (GSK) is no longer marketed, while there is no stock of SKYCellflu (Pharmaniaga Marketing, SK Bioscience Korea) in the country, he added.

"Currently, there is an unexpected surge in demand for influenza vaccines, affecting the supply of the two remaining products.

"Sanofi is working to secure supplies from Thailand and France to meet demand in the private sector, while Abbott, although still having stock, has commitments tied to its contract with the Health Ministry."

He said the Pharmacy Services Programme is closely monitoring the vaccine supply at ministry facilities.

The National Pharmaceutical Regulatory Agency is also in communication with the product registration holders to ensure adequate supply.

"These proactive measures are crucial to ensure that the influenza vaccines meet the current demand, especially in efforts to strengthen public health protection during the flu season," said Dzulkefly.

AKHBAR : NEW STRAITS TIMES
MUKA SURAT : 3
RUANGAN : NATION

NST M15 3 NATION 10/2/2025 (ISNIN)

NOTICE ISSUED

HEALTH MINISTRY FLAGS CHINA-BASED COSMETICS BRAND

Company is suspected of contravening the law in marketing campaigns by claiming products are edible

ALIZA SHAH
KUALA LUMPUR
alizashah@nst.com.my

THE Health Ministry has flagged a popular China-based cosmetics brand on suspicion of contravening the law in its marketing campaigns.

This comes after a series of advertisements posted on various social media platforms by accounts bearing the company's

name, suggesting that the products were edible.

The ministry has initiated the process of having the company's products removed from the market.

Health Minister Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad told the *New Straits Times* that the National Pharmaceutical Regulatory Agency (NPR) had issued a notice to the company to explain itself.

He said the company's "licence to sell" said the products might

be revoked for running advertisements which suggested that its acid-laden, blood-red peeling skin solution, meant for the face, could be ingested.

The notice to the company was issued on Jan 31.

He said the NPRA would revoke the product notification if it did not receive a response from the company within 14 days.

One such ad, a 26-second video posted on social media, shows a Malaysian talent 'administering' the solution into her mouth.

In the video, a voice in the background asks why she did so. She replies: "So what?"

Dzulkefly said the advertisement was not only misleading but also posed a risk to consumer health.

"A further review by the NPRA found that the cosmetic products were advertised on a Facebook page with claims beyond the definition of cosmetics, specifically for ingestion or oral use.

"These claims contradict the requirements in the Guideline for Cosmetic Claims and Guideline for Cosmetic Advertisement," he said.

Checks on the NPRA's website show that the products have two notification numbers belonging to two different holders from two companies.

It is unclear whether the Facebook page bearing the commercial belonged to the brand's arm in Malaysia.

Checks found several Facebook pages with similar names, but those that posted the advertisement in question appeared more active, with around 33,000 followers.

Further checks revealed that a similar advertisement was posted around two weeks ago (on Jan 27) on TikTok.

Another 25-second video featured a male talent consuming a spoonful of the brand's sunscreen cream straight from the packaging.

It cannot be independently established if the account showcasing both advertisements is an official one.

However, checks on the brand's verified TikTok account (indicated by the blue tick on the account name) confirmed that both hosts,



Health Minister Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad says the National Pharmaceutical Regulatory Agency has issued a notice to the company to explain itself. NSTP FILE PIC

including the one promoting the peeling solution, are affiliated with the brand.

Dzulkefly said the 25-second video advertisement was also found to have contravened the law, and that a letter proposing the withdrawal of the sunscreen would be issued to the notification holder soon.

The last time NST checked, the advertisements had yet to be taken down.

Cosmetic products, Dzulkefly said, were regulated by the Control of Drugs and Cosmetics Regulation 1984. All companies intending to market such products in Malaysia must comply with the Cosmetic Product Control Guidelines.

The NST also found an advertisement made to resemble a news piece, with a tantalising headline questioning if one can beautify their skin by 'drinking blood'.

The ad carried an image of a woman drinking the solution.

These ads drew flak from social media users, who labelled them "low class" and could potentially put children at risk.

"Please use your brain when producing advertisements. What will happen if a child watches this? Why resort to making trashy ads just to sell your product?" one social media user wrote.

Several people also threatened to boycott the brand for its "inappropriate" advertisements.

"The ads from (this brand) keep getting more nonsensical every day, bye, cancel (the brand)," wrote one user.

Some even tagged the Health Ministry's Facebook account in the comments section.

"This is a stupid advertisement. Health Ministry and the relevant agencies, please monitor dangerous ads like this.

"Public Health Malaysia (a Facebook account which shares public

health information), please advise them," one wrote.

The NST has reached out to the company's Kuala Lumpur office but has yet to receive a response.

Further scrutiny of the brand's verified TikTok account revealed another concerning practice: hosts promoting the cosmetic products were wearing white coats used by doctors.

This, according to the authorities, also breaches the Guidelines

A further review by the NPRA found that the cosmetic products were advertised on a Facebook page with claims beyond the definition of cosmetics, specifically for ingestion or oral use.

DATUK SERI DR DZULKEFLY AHMAD
Health minister

for Cosmetic Advertisement, which prohibit any implication of professional endorsements by doctors, dentists or pharmacists.

"A warning letter will be issued to the cosmetics' notification holder immediately, instructing them to stop the advertisement as soon as possible.

"If no response is received from the notification holder within the given timeframe, NPRA will proceed with the cancellation process," Dzulkefly said.

Dzulkefly said ministry staff were actively screening cosmetic advertisements on all platforms and action would be taken against those who fail to adhere to the guidelines.

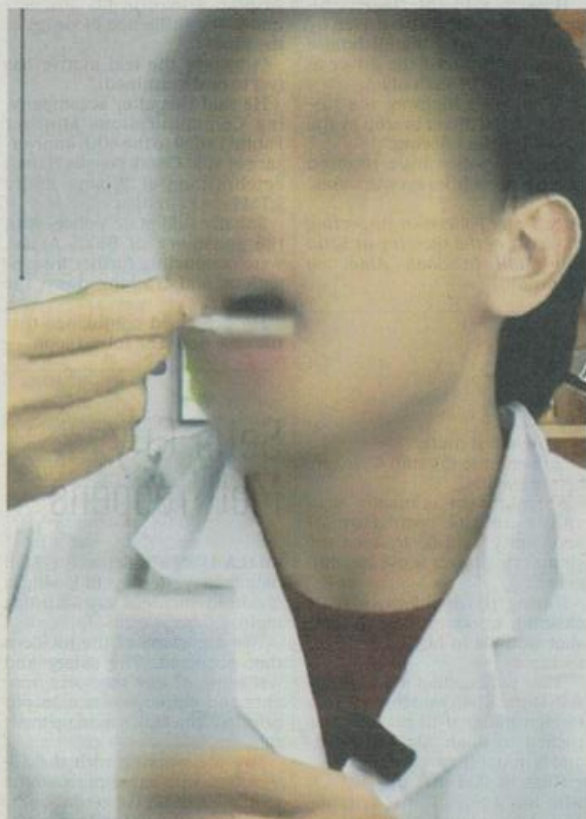
He said NPRA screened 1,200 cosmetic advertisements last year, while the Pharmaceutical Enforcement Division (BPF) checked 1,952.

"Screenings are conducted across all print, electronic and online media.

"If the BPF suspects a cosmetic advertisement violates regulations, it will be referred to the NPRA for further action.

"Similarly, if food products are involved, they will be referred to the Food Safety and Quality Programme," he said.

Page 1 pic: A screengrab of an advertisement showing a woman ingesting a peeling skin solution.



A screengrab from a social media advertisement showing a person taking a cosmetics product orally.

AKHBAR : SINAR HARIAN
MUKA SURAT : 11
RUANGAN : NASIONAL

SH MISII NASIONAL 10/2/25 (ISNIN)

Janji temu boleh dibuat di MySejahtera, dianggar melibatkan 170,000 penerima

Imunisasi influenza warga emas mulai 18 Februari ini

KULIM

Program Imunisasi Influenza Kebangsaan bagi warga emas akan dilaksanakan bermula 18 Februari ini.

Timbalan Menteri Kesihatan, Datuk Lukanisman Awang Sauni berkata, janji temu bagi mendapatkan suntikan itu boleh dibuat menerusi aplikasi MySejahtera mulai 14 Februari.

"Untuk program suntikan imunisasi influenza bagi warga emas, Ketua Pengarah Kesihatan telah pun mengeluarkan kenyataan berhubung program

ini yang mana ia akan bermula pada 18 Februari.

"Suntikan ini terbuka kepada warga emas berusia 60 tahun ke atas di lokasi klinik yang terpilih," katanya pada sidang akhbar selepas merasmikan Wellness Hub Kulim dan Penyerahan Kunci Pusat Rekod Perubatan Zon Utara dekat sini pada Ahad.

Menurutnya, program imunisasi berkenaan dianggar melibatkan seramai 170,000 penerima di seluruh negara.

"Kita menggalakkan agar suntikan ini diambil bagi kesejahteraan masyarakat khususnya warga emas.

"Saya juga ingin menggalak-

kan mana-mana sektor swasta atau kerajaan negeri yang ingin berkolaborasi bagi melaksanakan program suntikan influenza ini," ujarnya.

Tambahnya, Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) juga sentiasa berusaha untuk menambah baik perkhidmatan kesihatan dan satu daripada langkah yang sedang dilaksanakan adalah menaik taraf klinik daif di seluruh negara.

"Terdapat sebanyak 455 projek naik taraf yang sedang berjalan di seluruh negara termasuk-



LUKANISMAN

lah 41 projek di Kedah.

"Ini merupakan salah satu transformasi kesihatan yang sedang kita jalankan. Diharap ia dapat memberikan penambahbaikan perkhidmatan yang lebih baik kepada masyarakat," ujarnya.

Sementara itu, katanya, Wellness Hub berperanan sebagai fasiliti yang mempromosikan gaya hidup sihat dan bukan seperti klinik kesihatan.

"Sasaran kita agar pada masa hadapan, ia menjadi

keutamaan untuk dibangunkan bersama hospital dan klinik di bawah Rancangan Malaysia Ke-13," katanya dan menambah terdapat 33 Wellness Hub beroperasi di seluruh negara termasuk tiga di Kedah setakat ini.

Jelas Lukanisman, sembilan lagi projek Wellness Hub bakal dilaksanakan tahun ini termasuk tiga projek naik taraf iaitu di Putatan, Sabah; Hulu Langat, Selangor dan Timur Laut, Pulau Pinang serta enam projek baharu iaitu di Sandakan, Sabah; Muallim, Perak; Sibuti, Sarawak; Kuala Selangor, Selangor; Alai, Melaka dan Muar, Johor. - *Bernama*

AKHBAR : UTUSAN MALAYSIA
MUKA SURAT : 1
RUANGAN : MUKA DEPAN

UT m/s 1 m/d 10/2/2025 (ISNIN)

Bantah dasar baharu sahkan doktor pakar

Oleh MAISARAH SHEIKH RAHIM
maisarah.rahim@mediamulia.com.my

PUTRAJAYA: Dasar baharu Kementerian Kesihatan yang mewajibkan tempoh pengesahan sebagai doktor pakar sehingga 18 bulan berbanding enam bulan sebelum ini disifatkan tidak adil dan satu eksploitasi terhadap golongan itu.

Lanjutan tempoh itu terkandung dalam garis panduan yang dipinda menerusi Akta Perubatan 1971 (Akta 50) dan

Tempoh 18 bulan tidak adil, eksploitasi perkhidmatan tanpa bayaran setimpal

Perintah Am, Bab F.

Namun, sepanjang tempoh peralihan itu, pakar diklasifikasikan sebagai pega-

wai perubatan dan dibayar gaji seperti biasa walaupun mereka menjalankan tugas bertaraf pakar.

Menurut seorang pakar perubatan yang bertugas di salah sebuah hospital Lembah Klang, secara ringkasnya, seorang doktor pakar bedah atau pakar bius yang baru diiktiraf akan menerima gaji yang sama seperti pegawai perubatan junior (sekitar RM5,000-RM7,000 sebulan).

Bersambung di muka 3

AKHBAR : UTUSAN MALAYSIA
MUKA SURAT : 3
RUANGAN : DALAM NEGARA

UM m/s 3 D/NEG 10/2/2025 (ISNIN)

Bantah dasar baharu sahkan doktor pakar

Dari muka 1

Katanya, walaupun mereka mengendalikan kes-kes rumit, membuat keputusan hidup dan mati serta bekerja dalam keadaan yang amat mencabar, ini bukan sekadar satu tindakan tidak adil, malah ia adalah 'kecurian' gaji yang diinstitusikan.

"Lebih buruk lagi, kerajaan telah menghapuskan tuntutan gaji secara *backdated*. Ini bermakna, walaupun selepas menamatkan tempoh peralihan selama 18 bulan, pakar-pakar ini tidak akan menerima bayaran sewajarnya untuk tenaga dan kepakaran yang telah mereka sumbangkan.

"Bayangkan bekerja sebagai pakar selama satu setengah tahun, mereka tidak akan dibayar setimpal dengan kepakaran yang telah dilaksanakan," katanya di sini semalam.

Kata beliau, butiran kecil dalam dasar ini mendedahkan lebih banyak ketidakadilan yang mana pakar bukan sahaja dibayar rendah tetapi terpaksa

berhadapan dengan pelbagai halangan birokrasi menyebabkan proses pewartaan mereka tergendala atau terbatal.

Sebagai contoh katanya, seorang doktor yang mengambil cuti lebih daripada 15 hari (termasuk cuti sakit atau cuti bersalin) boleh mengganggu garis masa pewartaan, menyebabkan tempoh pewartaan dilanjutkan atau dimulakan semula.

Ini bermakna seorang pakar yang jatuh sakit atau mengambil cuti bersalin mungkin terpaksa melalui tempoh peralihan yang lebih lama dan tetap menerima gaji status pegawai perubatan.

"Sebagai contoh kisah Dr. A, seorang pakar bedah yang menghabiskan sedekad dalam latihan di Malaysia. Setelah layak diiktiraf sebagai pakar, Dr. A teruja untuk menerima gaji setimpal dan menyara keluarganya. Namun, beliau diberitahu perlu bekerja selama 18 bulan sebagai pegawai perubatan, menerima kurang daripada separuh gaji yang sepatutnya.

"Atau kisah Dr. B, seorang pakar bius muda yang mengambil cuti bersalin semasa tempoh pewartaan. Oleh kerana cutinya melebihi 15 hari, garis masa pewartaannya diulang semula, menyebabkan beliau terpaksa melalui tambahan enam bulan kerja keras dengan gaji rendah," katanya.

Pada masa sama, katanya, calon pakar yang membuat rayuan penempatan akan menghadapi kelewatan pengesahan pakar tanpa kepastian, di mana tarikh pewartaan mereka hanya akan dikira secara terkebelakang maksimum enam bulan dari tarikh mereka melapor diri.

Ini menjadikan ramai pakar tersekat dalam jawatan bergaji rendah selama berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun tanpa mengira sama ada rayuan mereka diterima atau ditolak.

"Seorang pakar juga mesti melengkapkan buku log dan laporan naratif yang dinilai berdasarkan kriteria ketat seperti 'Kemahiran Kepimpinan', 'Etika' dan 'Kecekapan Klinikal'.

"Kegagalan memenuhi kriteria ini menyebabkan mereka perlu memohon semula, seterusnya memanjangkan lagi tempoh eksploitasi.

"Semua halangan ini memberi tekanan besar kepada pakar yang sudah pun berhadapan dengan kos sara hidup tinggi serta beban kerja yang menyebabkan keletihan melampau," katanya.

Katanya, sektor kesihatan Malaysia telah lama berhadapan masalah penghijrahan tenaga pakar di mana ramai profesional memilih berpindah ke Singapura, Australia dan Timur Tengah yang menawarkan gaji tiga ke lima kali lebih tinggi, maka dasar ini mempercepatkan lagi fenomena ini.

Laporan kementerian sendiri menganggarkan Malaysia akan kekurangan 22,435 pakar menjelang tahun 2030. Bagaimanapun kerajaan tidak mencari jalan untuk mengekalkan tenaga kerja ini, sebaliknya melaksana dasar yang semakin mengusir mereka.

AKHBAR : THE STAR
MUKA SURAT : 4
RUANGAN : NATION

4 Nation

THE STAR, MONDAY 10 FEBRUARY 2025

TS MIS U NATION 10/2/2025 (ISNIN)

Seniors' flu shot drive unaffected

Govt programme will go on despite temporary shortage

By RAGANANTHINI VETHASALAM
raga@thestar.com.my

PETALING JAYA: A flu vaccination drive for senior citizens with comorbidities will have enough vaccine supplies despite a current shortage of certain influenza shots in the market.

A source told *The Star* that the Health Ministry programme, which will start this month at more than 500 health clinics nationwide, is unaffected by the temporary shortage.

"The shortage is for supplies to private medical facilities, while the government's supplies are adequate to meet the needs of seniors who take part in the vaccination drive," the source said.

According to a Jan 24 circular signed by Health director-general Datuk Dr Muhammad Radzi Abu Hassan, the influenza vaccination drive initially provided to health frontliners will now include senior citizens with at least one comorbidity.

The order in the circular will come into

force on Feb 18.

Health Minister Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad said last year that Putrajaya was planning to offer free influenza shots to senior citizens as part of the National Immunisation Programme (NIP) from 2025.

The Health Ministry said on Friday that there is no rising trend of influenza cases in Malaysia and no reported cases of avian influenza in humans either.

However, demand for flu shots has spiked following the death of Taiwanese actress Barbie Hsu due to pneumonia induced by influenza complications and the flu outbreak in Japan.

Private healthcare also reported shortages in vaccine supplies.

Meanwhile, the shortage and high demand for influenza vaccines has driven the prices for the flu jabs up at some private clinics.

Surveys showed that some clinics were selling the flu jab at RM95 upwards.

Federation of Private Medical Practitio-

ners Associations Malaysia president Dr Shanmuganathan TV Ganeson said flu jabs generally cost between RM65 and RM95, depending on the location.

In the Klang Valley, flu jabs costs around RM80 on average.

"At the moment, there is no supply.

"Due to demand, we hear that the price has surged to RM90 and even RM150. Outbound travellers, especially, are willing to pay extra as they are desperate to be vaccinated," he said when contacted.

Some clinics may have stocked up earlier, so they are able to supply," he said adding that some of these clinics may have hiked up their prices due to demand.

He said clinics may add other charges too in addition to the jab cost, thus driving up the prices.

Association of Private Hospitals Malaysia President Dr Kuljit Singh said there is no increase in influenza jab prices at private hospitals.

"Private hospitals do not raise prices because of demand," he said.

Stay safe from influenza

-  Wash your hands with water and soap, or use hand sanitisers.
-  Cover your face when sneezing or coughing.
-  Wear a face mask, especially if you are a high-risk individual.
-  Dispose used tissues into the dustbin.
-  Immediately seek medical attention at public or private healthcare facilities if you are experiencing symptoms such as fever, coughing and prolonged common cold.

The Star graphics

AKHBAR : THE STAR
MUKA SURAT : 4
RUANGAN : NATION

TS M/S 4 NATION 10/2/2025 (ISNIN)

Flu cases see spike in Western Pacific region

By TARRENCE TAN
tarrence@thestar.com.my

KUALA LUMPUR: While there is no upward trend of influenza cases in Malaysia, data from the World Health Organization (WHO) shows that flu cases spiked in countries in the Western Pacific region at the beginning of 2025.

In the first epidemiology week this year, the positive rate for tested influenza samples was 25.45%, followed by 26.2% in the following week, which is an increase of 2.97%.

In the third epidemiology week, the positive rate dropped to 24.51% and then to 22.69% in the subsequent week.

There are 37 countries in WHO's Western Pacific region.

Among them are Australia, Cambodia, China, Hong Kong, Japan, Malaysia, New Zealand, South Korea, Singapore and Vietnam.

Flu cases also appeared to be at or near its highest level in at least 15 years in the United States, according to the Center For Disease Control and Prevention (CDC) in its weekly flu surveillance report last Friday.

The CDC said there have been at least 24 million cases, 310,000 hospitalisations and 13,000 deaths from flu for the week ending Feb 1.

According to the report, 7.8% of patient visits to outpatient facilities that week were for influenza-like illnesses.

It recorded a steady trend over the past two weeks, from 7% in the week ending Jan 25 and 5.8% in the week prior to that.

Meanwhile, data published on Jan 31 by Japan's National Institute of Infectious Diseases showed about 9.5 million cases of seasonal flu were recorded in Japan from Sept 2 last year to Jan 26 this year.

Between Dec 23-29, the final week of 2024, over 317,000 cases were reported across 5,000 designated medical institutions.

This equates to an average of 63.4 patients per facility, which is more than double the warning threshold of 30.

Concerns on the influenza and demand for flu vaccines have spiked following news of the death of Taiwanese actress Barbie Hsu, 48, due to pneumonia induced by influenza complications and the flu outbreak in Japan recently.

AKHBAR : HARIAN METRO
MUKA SURAT : 8
RUANGAN : LOKAL

Konon produk boleh dimakan

Notis 14 hari untuk syarikat beri maklum balas

Oleh Aliza Shah
alizashah@nst.com.my

Kuala Lumpur

Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) sudah menandakan sebuah jenama kosmetik popular dari China kerana disyaki melanggar undang-undang dalam kempen pemasarannya.

Tindakan itu diambil selepas syarikat terbabit dalam beberapa siri iklan di media sosial, mendakwa produknya boleh dimakan.

KKM memulakan proses untuk mengeluarkan produk syarikat itu dari pasaran.

Menteri Kesihatan, Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad memberitahu *New Straits Times*, Bahagian Regulatori Farmasi Negara (NPRA) mengeluarkan notis kepada syarikat itu untuk memberikan penjelasan.

Katanya, lesen penjualan produk itu mungkin akan dibatalkan kerana iklan mendakwa larutan pengelupasan kulit berwarna merah seperti darah mengandungi asid yang sepatutnya digunakan pada wajah, boleh dimakan.

Notis kepada syarikat itu dikeluarkan pada 31 Januari.

Dr Dzulkefly berkata, NPRA akan membatalkan notifikasi produk itu jika tidak menerima maklum balas daripada syarikat dalam tempoh 14 hari.

Salah satu iklan yang mencetuskan kontroversi ialah video berdurasi 26 saat yang dimuat naik ke me-

dia sosial menunjukkan seorang bakat tempatan 'meminum' larutan itu.

Dalam video itu, satu suara bertanya mengapa wanita itu melakukannya dan dia membalas: "So what?"

Dr Dzulkefly berkata, iklan itu bukan saja mengelirukan, tetapi boleh menjejaskan kesihatan pengguna.

"Hasil semakan lanjut oleh NPRA mendapati produk kosmetik ini diiklankan di Facebook (FB) dengan dakwaan melebihi definisi kosmetik khususnya untuk kegunaan oral atau ditelan.

"Dakwaannya bercanggah dengan keperluan dalam Garis Panduan Tuntutan Kosmetik dan Garis Panduan Pengiklanan Kosmetik," katanya.

Semakan di laman web NPRA menunjukkan produk itu mempunyai dua nombor notifikasi yang didaftarkan di bawah dua syarikat berbeza.

Tidak jelas sama ada halaman FB yang menyiarkan iklan berkenaan dimiliki oleh cabang jenama itu di Malaysia.

Semakan juga menemui beberapa halaman FB dengan nama hampir sama, tetapi akaun yang menyiar-

kan iklan itu adalah lebih aktif, dengan kira-kira 33,000 pengikut.

Selain itu, satu lagi iklan serupa dimuat naik di Tjktok pada 27 Januari.

Video berdurasi 25 saat menunjukkan seorang lelaki menelan sesudu krim pelindung matahari jenama itu terus dari pembungkus.

Bagaimanapun, tidak dapat dipastikan sama ada akaun yang menyiarkan kedua-dua iklan itu adalah daripada akaun rasmi jenama berkenaan.

Namun, semakan menerusi akaun rasmi TikTok jenama itu (yang disahkan dengan tanda biru) mengesahkan kedua-dua hos termasuk individu yang terbabit dalam promosi produk, mempunyai kaitan dengan jenama berkenaan.

Dr Dzulkefly berkata, video iklan berdurasi 25 saat itu juga melanggar undang-undang dan surat cadangan penarikan balik produk pelindung matahari akan dihantar kepada pemegang notifikasi.

Setakat laporan ini dibuat, iklan itu masih belum diturunkan.

Dr Dzulkefly berkata, produk kosmetik dikawal di bawah Peraturan Kawalan Dadah dan Kosmetik 1984,

"Lesen penjualan produk itu mungkin akan dibatalkan kerana iklan mendakwa larutan pengelupasan kulit berwarna merah seperti darah mengandungi asid yang sepatutnya digunakan pada wajah, boleh dimakan"

Menteri Kesihatan, Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad



PRODUK kosmetik popular dari China disyaki melanggar undang-undang dalam kempen pemasarannya.

dan mana-mana syarikat yang ingin memasarkan produk kosmetik di Malaysia mesti mematuhi Garis Panduan Kawalan Produk Kosmetik.

NST juga menemui satu lagi iklan berbentuk artikel berita dengan tajuk sensasi yang bertanya sama ada seseorang boleh mencantikan kulit mereka dengan 'meminum darah'.

Iklan berkenaan memaparkan imej seorang wanita yang sedang meminum larutan kosmetik itu. Ia menerima kecaman daripada pengguna media sosial, yang melabelkannya sebagai 'murahan' dan berpotensi membahayakan kanak-kanak.

Seorang pengguna menulis: "Tolong guna akal apabila menghasilkan iklan. Apa akan terjadi jika kanak-kanak melihat ini? Kenapa perlu buat iklan sampah semata-mata untuk menjual produk?"

Beberapa pengguna juga mengancam memboikot jenama itu kerana iklan yang tidak sesuai.

"Iklan dari jenama ini semakin lama semakin me-

ngarut, bye, batal jenama ini," tulis seorang pengguna.

Ada juga yang menandakan akaun FB KKM dalam ruangan komen.

"Ini iklan bodoh. Kementerian Kesihatan dan agensi berkaitan, tolong pantau iklan berbahaya seperti ini.

"Public Health Malaysia, sila beri nasihat kepada mereka," tulis seorang pengguna lain.

NST cuba menghubungi pejabat syarikat itu tetapi masih belum menerima sebarang maklum balas.

Semakan lanjut pada akaun TikTok rasmi jenama itu turut menemukan satu lagi amalan yang membimbangkan - hos yang mempromosikan produk kosmetik itu memakai kot putih seperti doktor.

Menurut pihak berkuasa, tindakan itu melanggar Garis Panduan Pengiklanan Kosmetik yang melarang sebarang unsur menunjukkan sokongan profesional daripada doktor, doktor gigi atau ahli farmasi.

"Surat amaran akan segera dikeluarkan kepada

pemegang notifikasi kosmetik itu, mengarahkan mereka menghentikan iklan ini secepat mungkin.

"Jika tiada maklum balas diterima dalam tempoh yang ditetapkan, NPRA akan meneruskan proses pembatalan notifikasi produk," kata Dr Dzulkefly.

Beliau berkata, kakitangan Kementerian sedang giat memantau iklan kosmetik di semua platform dan tindakan akan diambil terhadap mereka yang gagal mematuhi garis panduan.

Menurutnya, pada tahun lalu, NPRA menapis 1,200 iklan kosmetik manakala Bahagian Penguatkuasaan Farmasi (BPF) menyemak 1,952 iklan.

"Saringan dilakukan di semua media cetak, elektronik dan dalam talian.

"Jika BPF mengesyaki sesuatu iklan kosmetik melanggar peraturan, ia akan dirujuk kepada NPRA untuk tindakan lanjut.

"Begitu juga jika memabitkan produk makanan, ia akan dirujuk kepada Program Keselamatan dan Kualiti Makanan," katanya.

AKHBAR : SINAR HARIAN
MUKA SURAT : 14
RUANGAN : NASIONAL

BH MIS 14 NASIONAL 10/2/2025 (ISNIN)

KKM hentikan penjualan jenama kosmetik China

Syarikat dakwa produk boleh dimakan dalam siri pengiklanan di media sosial

Oleh Aliza Shah
alizashah@nst.com.my

Kuala Lumpur: Kementerian Kesihatan (KKM) menghentikan penjualan satu jenama kosmetik popular dari China kerana disyaki melanggar undang-undang dalam kempen pemasarannya.

Tindakan Kementerian diambil selepas siri iklan di media sosial, mendakwa produk itu boleh dimakan.

Kementerian juga sudah memulakan proses untuk mengeluarkan produk syarikat terbabit dari pasaran.

Menteri Kesihatan, Datuk Seri Dr Dzulkefly Ahmad, memberitahu *New Straits Times* (NST) bahawa Bahagian Regulatori Farmasi Negara (NPR) sudah mengeluarkan notis kepada syarikat itu untuk meminta penjelasan.

Beliau berkata, 'lesen penjualan' syarikat terbabit mungkin dibatalkan kerana menyiarkan iklan yang mencadangkan bahawa penyelesaian atau cecair kulit

mengelupas merah darah yang sarat asid, ditujukan untuk muka, boleh dimakan.

Katanya, notis kepada syarikat itu dikeluarkan pada 31 Januari dan NPR akan membatalkan notifikasi produk terbabit jika tiada respon diterima daripada syarikat itu dalam tempoh 14 hari.

Dr Dzulkefly berkata, iklan itu bukan sahaja mengelirukan, tetapi juga mendatangkan risiko terhadap kesihatan pengguna.

"Semakan lanjut oleh NPR mendapati bahawa produk kosmetik itu diiklankan di laman Facebook dengan dakwaan yang melampaui definisi kosmetik, khususnya untuk dimakan atau menggunakan mulut.

"Tindakan ini bertentangan dengan syarat dalam garis panduan tuntutan dan pengiklanan kosmetik," katanya.

Dr Dzulkefly berkata, iklan video berdurasi 25 saat itu juga didapati melanggar undang-undang dan surat bagi mencadangkan penarikan semula krim pelindung matahari berkenaan akan dikeluarkan kepada pemegang notifikasi tidak lama lagi.

Beliau berkata, produk kosmetik termaktub di bawah Peraturan-Peraturan Kawalan Dadah dan Kosmetik 1984.

Semua syarikat yang ingin memasarkan produk itu di Malaysia mesti mematuhi Garis Panduan Kawalan Produk Kosmetik.

Dalam pada itu, Dr Dzulkefly berkata, kakitangan kementeri-

an sedang aktif menyaring iklan kosmetik di semua platform dan tindakan akan diambil terhadap mereka yang gagal mematuhi garis panduan.

Saring 1,200 iklan kosmetik

Katanya, NPR sudah menyaring 1,200 iklan kosmetik tahun lalu, manakala Bahagian Penguatkuasaan Farmasi (BPF) memeriksa 1,952 iklan.

Satu iklan menerusi sebuah video berdurasi 26 saat yang disiarkan di media sosial, menunjukkan seorang rakyat tempatan yang berbakat 'memasukkan' pil penyelesaian itu ke dalam mulutnya.

Dalam video berkenaan, terdengar suara latar bertanya mengapa individu itu berbuat demikian. Dia menjawab, 'jadi apa?'

Semakan di laman web NPR menunjukkan produk terbabit mempunyai dua nombor notifikasi yang dimiliki dua pemegang yang berlainan dari dua syarikat berbeza.

Tidak jelas sama ada akaun Facebook yang memaparkan iklan terbabit dimiliki oleh cabang jenama itu di Malaysia.

Semakan mendapati terdapat beberapa akaun Facebook dengan nama serupa, namun akaun yang memuat naik iklan yang dimaksudkan kelihatan lebih aktif dengan kira-kira 33,000 pengikut, selain semakan lanjut mendapati iklan serupa dimuat naik



Petikan video produk yang diberi amaran oleh KKM.

dua minggu lalu di TikTok.

Sebuah lagi video berdurasi 25 saat memaparkan seorang lelaki yang memakan sesuatu krim pelindung matahari jenama itu terus daripada pembungkusan.

Ia tidak boleh ditubuhkan secara bebas jika akaun yang memamerkan kedua-dua iklan adalah akaun rasmi.

Namun, semakan di akaun TikTok yang disahkan milik jenama itu (ditunjukkan dengan tanda biru pada nama akaun) mengesahkan kedua-dua pengacara, termasuk yang mempromosikan penyelesaian pengelupasan, adalah berkaitan dengan jenama terbabit.

NST turut menemui sebuah iklan yang dibuat seolah-olah berita, dengan tajuk menarik perhatian iaitu persoalan sama ada seseorang boleh mencantikkan kulit dengan 'meminum darah'.

Iklan itu memaparkan gambar seorang wanita yang meminum cecair terbabit.

Iklan berkenaan menerima kritikan pengguna media sosial yang melabelkan mereka sebagai 'kelas rendah' dan berpotensi membahayakan kanak-kanak.

"Sila gunakan otak ketika menghasilkan iklan. Apa yang akan berlaku jika seorang kanak-kanak menonton ini? Menga-

pa harus menghasilkan iklan sampah semata-mata untuk menjual produk anda?" tulis seorang pengguna media sosial.

Beberapa orang juga mengancam untuk memboikot jenama terbabit kerana menyifatkan iklan mereka yang 'tidak sesuai'.

"Iklan dari (jenama ini) semakin tidak masuk akal setiap hari, selamat tinggal, batalkan (jenama terbabit)," tulis seorang pengguna.

Ada juga yang menandakan akaun Facebook Kementerian Kesihatan di ruangan komen.

"Ini iklan bodoh. Kementerian Kesihatan dan agensi yang berkaitan, sila pantau iklan berbahaya seperti ini.

"Public Health Malaysia (akaun Facebook yang berkongsi maklumat kesihatan awam), sila nasihatkan mereka," tulis seorang lagi pengguna.

NST sudah menghubungi pejabat syarikat itu di Kuala Lumpur, tetapi masih belum menerima respon.

Semakan lanjut di akaun TikTok yang disahkan milik jenama itu mendedahkan amalan membimbangkan yang lain termasuk pengacara yang mempromosikan produk kosmetik terbabit memakai 'kot putih' yang digunakan doktor.