SYARAT PENGESAHAN BAHASA MELAYU DALAM IKLAN OLEH DEWAN BAHASA DAN PUSTAKA (DBP)

1. Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) mengesahkan kandungan bahasa yang digunakan dalam iklan (papan iklan luar, iklan tiang, iklan elektronik, papan premis perniagaan, kain rentang, gegantung, poster, badan kenderaan, notis makluman dan pelabelan). Bahasa kebangsaan yang digunakan dalam iklan mestilah betul dan tepat dari segi ejaan, istilah dan tatabahasa serta sopan dan tidak mempunyai konotasi buruk. Pengesahan ini termasuklah pada nama kedai atau jenama keutamaan, keterangan utama perniagaan dan keterangan tambahan lain sekiranya ada.

2. Sekiranya terdapat penggunaan bahasa lain selain daripada bahasa kebangsaan yang tidak diluluskan/berdaftar dengan Syarikat Suruhanjaya Malaysia (SSM), tidak mempunyai status (Registered/ Protected/ Published/ Accepted) dengan Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO) atau pihak lain yang berkaitan, perkataan tersebut hendaklah diterjemahkan kepada bahasa kebangsaan atau dibuat dwibahasa dengan bahasa kebangsaan diberikan keutamaan dari segi saiz huruf (saiz huruf bahasa kebangsaan hendaklah lebih besar daripada bahasa lain yang digunakan), warna (terang, jelas, mudah dibaca) dan kedudukan (bahasa kebangsaan diletakkan di bahagian atas perkataan bahasa lain).

3. DBP hanya menerima cap dagang yang mempunyai status (Registered/ Protected/ Published/ Accepted) dengan Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO). Cap dagang yang ingin digunakan dalam iklan mestilah sama seperti cap dagang yang didaftarkan dengan MyIPO atau pihak yang berkaitan.

4. Bahasa kebangsaan hendaklah digunakan dalam semua jenama keutamaan (nama kedai, nama produk dan lain-lain yang berkaitan) dalam iklan, sama ada secara sendiri atau bersama dengan bahasa-bahasa lain kecuali bagi jenama khas perniagaan seperti TOSHIBA, SAMSUNG dan lain-lain.

5. Penggunaan slogan atau keterangan tambahan lain yang berkaitan dengan perniagaan yang menggunakan bahasa lain selain bahasa kebangsaan dan tidak diluluskan/berdaftar (Registered/ Protected/ Published/ Accepted) dengan

Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO) atau pihak yang berkaitan, slogan atau keterangan tambahan tersebut juga perlu diterjemahkan kepada bahasa kebangsaan atau dibuat dwibahasa dengan bahasa kebangsaan diberikan keutamaan dari segi saiz huruf (saiz huruf bahasa kebangsaan hendaklah lebih besar daripada bahasa lain yang digunakan), warna (terang, jelas, mudah dibaca) dan kedudukan (bahasa kebangsaan diletakkan di bahagian atas perkataan bahasa lain).

6. Ketetapan ini dibuat berdasarkan Garis Panduan Perancangan Papan Tanda Premis Perniagaan (2018) yang telah diluluskan oleh Mesyuarat Jawatankuasa Perancangan dan Pembangunan PLANMalaysia dan Garis Panduan Perancangan Papan Iklan Luar (2009) yang telah diluluskan oleh Mesyuarat Jemaah Menteri pada 31 Oktober 2008 dan Mesyuarat Majlis Negara bagi Kerajaan Tempatan Ke-61 (MNKT Ke-61) pada 2 Disember 2008. Kedua-dua garis panduan ini telah diterbitkan oleh PLANMalaysia (Jabatan Perancangan Bandar dan Desa), Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan. Pelanggan boleh merujuk garis panduan ini melalui laman web **https://www.planmalaysia.gov.my/**.

7. Peranan DBP adalah untuk mengesahkan bahasa kebangsaan dalam iklan dan Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) merupakan pihak yang bertanggungjawab meluluskan lesen iklan.

Garis Panduan Perancangan Papan Tanda Premis Perniagaan berkaitan dengan kandungan dan visual paparan dan bahasa.

6.1 Premis Perniagaan Berbentuk Teres (Tidak Bernilai Warisan)

Bil.	Aspek	Garis Panduan
3.	Kandungan dan visual paparan	i. Tulisan atau grafik perlu seimbang dan bersesuaian dan tidak melebihi 2/3 daripada ketinggian papan tanda. ii. Papan tanda perlu mengandungi nama syarikat atau firma perniagaan yang berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM). iii. Sekiranya menggunakan jenama sebagai keutamaan di papan tanda, nama syarikat perlu diletakkan di bawah jenama. iv. Aktiviti perniagaan hendaklah dinyatakan dalam Bahasa Malaysia dan dinyatakan dengan jelas dan mudah dibaca di bahagian atas sebelah kiri papan tanda. v. Saiz tulisan jenama keutamaan hendaklah lebih dominan daripada saiz tulisan aktiviti perniagaan. vi. Kelulusan permit daripada PBT hendaklah dipaparkan di sebelah bawah kanan papan tanda.



Rajah 3:
Contoh kandungan dan visual paparan papan tanda.



Foto 7:
Contoh kandungan visual papan tanda yang jelas.

6.1 Premis Perniagaan Berbentuk Teres (Tidak Bernilai Warisan)

Bil.	Aspek	Garis Panduan
4.	Bahasa	i. Bahasa Malaysia hendaklah digunakan dalam semua jenama keutamaan di papan tanda sama ada secara sendiri atau bersama bahasa-bahasa lain kecuali bagi jenama khas perniagaan. (Contohnya TOSHIBA, SAMSUNG) ii. Bagi penggunaan bahasa lain, ketinggian tulisan adalah tidak melebihi ¾ daripada ketinggian tulisan Bahasa Malaysia. iii. Bahasa Malaysia dan bahasa lain hendaklah tepat dari segi penggunaan perkataan, susunan ayat, ejaan dan tatabahasa. iv. Hendaklah mendapat pengesahan daripada Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) terlebih dahulu.



Foto 8:
Kesalahan ejaan di papan tanda adalah tidak dibenarkan.



Foto 9:
Contoh penggunaan bahasa di papan tanda tidak boleh dicampur aduk.



Foto 10: (i)

Foto 10 (i) & (ii):
Contoh penggunaan bahasa pada papan tanda.



Foto 10: (ii)

Garis Panduan Perancangan Papan Iklan Luar berkaitan dengan kandungan dan visual paparan dan bahasa.

Kerajaan;

- Kandungan mestilah menggunakan bahasa persuratan yang betul serta bertepatan dengan imej yang di paparkan;
- Menggalakkan kandungan yang bercirikan adat resam dan nilai-nilai murni masyarakat pelbagai kaum di Malaysia;
- Penggunaan corak yang bercirikan warisan negara adalah digalakkan;
- Kandungan yang memberi gambaran positif terhadap pelbagai budaya



Papan iklan yang memaparkan wajah-wajah kepelbagaian kaum di Malaysia adalah diwajibkan.

masyarakat Malaysia adalah digalakkan;

- Setiap papan iklan hendaklah dalam Bahasa Melayu sama ada dengan sendirinya atau bersama dengan mana-mana bahasa lain. Perkataan dalam Bahasa Melayu hendaklah diberi keutamaan dari segi saiz, warna dan kedudukan perkataan dari bahasa lain. Walau bagaimanapun, penggunaan bahasa lain di atas sebab jenama sesuatu produk adalah dibenarkan;
- Penggunaan Bahasa Melayu hendaklah dipastikan betul dan tepat dari segi penggunaan perkataan, susunan ayat, ejaan, tata bahasa dan sebagainya.



Tiada penggunaan Bahasa Melayu di dalam pengiklanan tidak dibenarkan.

Penggunaan bahasa yang betul hendaklah dirujuk dan mendapat pengesahan daripada Dewan Bahasa dan Pustaka;

- Penggunaan bahasa hendaklah sopan dan tidak mempunyai sebarang konotasi negatif;



Papan iklan ini tidak mengambilkira penggunaan Bahasa Melayu dengan tepat dan betul.