

Hubungan Iklan Obat Sakit Kepala Di Televisi Dengan Pemilihan Obat Sakit Kepala Di Desa Pesarean

Nur Fitriyani Ismi, Susanto Agus, Maulida Iroma
Program Studi DIII Farmasi Politeknik Harapan Bersama
e-mail: ismifitriyani5@gmail.com

Article Info

Article history:

Submission ...

Accepted ...

Publish ...

Abstrak

Iklan merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terhadap suatu produk. Salah satu sumber informasi obat dapat disampaikan melalui media elektronik berupa iklan, sehingga banyak masyarakat yang mengenal nama obat-obatan yang dijual bebas dan bebas terbatas dari iklan obat yang disarankan di televisi. Iklan obat di televisi masih banyak digunakan oleh banyak produsen dikarenakan apabila diiklankan melalui internet banyak masyarakat mengategorikan obat tersebut sebagai obat palsu tentu masyarakat awam sulit mengenali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan iklan obat sakit kepala dengan pemilihan obat sakit kepala di Desa Pesarean.

Metode penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Pesarean Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan simple random sampling sebanyak 103 responden. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan jenis obat sakit kepala yang paling banyak memilih yaitu paramex sebanyak 45.6%. Pemilihan Obat diperoleh dengan nilai sig (0,021) < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat hubungan antara pemilihan obat dengan jenis obat sakit kepala di Televisi.

Kata kunci: Iklan obat, iklan televisi, obat sakit kepala.:

Abstract

Advertising is a medium to convey information to the public about a product. One of the sources of drug information can be conveyed through electronic media in the form of advertisements so that many people who know the name of drugs are sold freely and freely limited from advertising suggested drugs on television. Advertising drugs on television is still widely used by many manufacturers because when advertised through the internet many people categorize the drug as a fake drug of course the general public is difficult to recognize. The purpose of this study was to find out the relationship of headache medicine advertisements with the selection of headache medicines in Pesarean Village.

The research method uses descriptive research methods. The data collected was quantitative data with questionnaires. The population in this study were the Community of Pesarean Village, Adiwerna Subdistrict, Tegal Regency. The sampling was conducted using simple random sampling as many as 103 respondents. The data analysis used univariate and bivariate analysis.

Based on the results of the study showed the most preferred type of headache medicine was paramex as much as 45.6%. The drug selection obtained with a value of sig (0,021) < 0.05 then it can be concluded there is a relationship between the selection of drugs with types of headache drugs on

Television.

Keyword: *Advertising drugs, television commercial, headache medicine.*

DOI

©2020 Politeknik Harapan Bersama Tegal

Alamat korespondensi:
Prodi DIII Farmasi Politeknik Harapan Bersama Tegal
Gedung A Lt.3. Kampus 1
Jl. Mataram No.09 Kota Tegal, Kodepos 52122
Telp. (0283) 352000
E-mail: parapemikir_poltek@yahoo.com

p-ISSN: 2089-5313
e-ISSN: 2549-5062

A. Pendahuluan

Iklan merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terhadap suatu produk. Iklan memiliki fungsi menyampaikan informasi, membujuk atau untuk meningkatkan masyarakat terhadap suatu produk obat. Salah satu cara untuk merebut perhatian masyarakat bukan saja iklan sebagai sarana informasi melainkan sebagai sebuah hiburan, yaitu menumbuhkan perasaan gembira bagi siapapun yang melihatnya, sehingga konsumen tertarik untuk membeli (Ariani, 2011).

Pesatnya ilmu pengetahuan di bidang farmasi diikuti dengan semakin meningkatnya kecerdasan masyarakat, semakin gencarnya promosi atau iklan obat melalui media massa, berdasarkan survey yang telah dilakukan di Desa Pesarean iklan obat di media televisi mempengaruhi dalam pemilihan obat. Pengobatan sendiri merupakan upaya yang paling banyak dilakukan masyarakat untuk mengatasi keluhan, gejala penyakit. Pengobatan sendiri merupakan bagian dari upaya masyarakat menjaga kesehatannya sendiri. Pada pelaksanaannya, pengobatan sendiri dapat menjadi masalah terkait obat (*drug related problem*) akibat terbatasnya pengetahuan mengenai obat dan penggunaannya (Aini, 2017).

Banyak faktor yang berhubungan dengan perilaku penggunaan obat dalam pengobatan sendiri. Belum diketahui faktor yang paling berpengaruh dalam perilaku pengobatan sendiri (Saputro, 2011). Selain faktor tersebut yang mempengaruhi masyarakat untuk melakukan *self medication* dengan penggunaan obat bebas, terdapat pengaruh iklan obat-obatan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk meneliti Hubungan iklan obat sakit kepala di televisi dengan pemilihan obat sakit kepala di Desa Pesarean..

B. Metode

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah non eksperimental dengan rancangan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena

mengenai hubungan iklan obat sakit kepala dengan pemilihan obat sakit kepala, yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk karakteristik individu atau kelompok. Penelitian ini dilakukan dengan rancangan pendekatan *cross sectional* yaitu pengumpulan data sekaligus pada suatu waktu.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Desa Pesarean, sampel penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Desa Pesarean pada bulan November tahun 2020 berkisar 6.320 teknik penarikan sampel yang digunakan penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling* metode teknik pengambilan sampel data berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Variabel bebas) Variabel independent dalam penelitian meliputi : Iklan obat sakit kepala di televisi

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu pemilihan obat meliputi pemilihan obat sakit kepala.

C. Hasil dan Pembahasan

Dari penelitian diketahui karakteristik iklan obat sakit kepala meliputi umur, pekerjaan, pendidikan, dan jenis obat dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Ibu Rumah Tangga Desa Pesarean

No	Karakteristik	Frekuensi	%
1.	Umur		
	a. 19-25	27	26.2%
	b. 26-31	47	45.6%
	c. 33-40	29	28.2%
2.	Pekerjaan		
	a. Wiraswasta	48	46.6%
	b. PNS	2	1.9%
	c. Petani	4	3.9%
	d. Swasta	12	11.7%
	e. Tidak bekerja	37	35.9%
3.	Pendidikan		
	a. SD	22	21.4%

	b. SMP	36	35.0%
	c. SMA/K	42	40.8%
	d. D3	1	1.0%
	e. S1	2	1.9%
4.	Jenis obat sakit kepala		
	a. Oskadon	13	12.6%
	b. Paramex	47	45.6%
	c. Panadol	31	30.1%
	d. Puyerbintang ¹⁷	12	11.7%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil tabel diatas dari 103 sampel dari umur, pekerjaan, pendidikan dan jenis obat sakit kepala yang sering dilihat dapat diuraikan:

1. Umur

Dari 103 ibu rumah tangga yang paling banyak yaitu berumur 26-32 tahun dengan presentase 45.6 dan yang paling sedikit yaitu berumur 19-25 tahun dengan presentase 26.2%

2. Pekerjaan

Dari 103 ibu rumah tangga pekerjaan yang paling banyak yaitu sebagai wiraswasta sebanyak 48 dengan presentase 46.6% dan yang paling sedikit ibu rumah tangga bekerja sebagai PNS yaitu 2 dengan presentase 1.9%.

3. Pendidikan

Dari 103 ibu rumah tangga yang pendidikan paling banyak yaitu SMA sebanyak 42 dengan presentase 40.8% dan pendidikan yang paling sedikit yaitu D3 dengan presentase 1.0% dan S1 dengan presentase 1.9%.

Analisis Data

Tabel 2. Analisis Bivariat

Pemi lihan Obat		Jenis Obat				Tot al
		Osk adon	Para mex	Pan adol	Puy er bintang toedjo 16	
Kura ng	F	5	17	11	0	33
	%	4.9%	16.5 %	10.7 %	0.0%	32. 0%
Cuku p	F	4	10	2	1	17
	%	3.9%	9.7%	1.9 %	1.0%	16. 5%
Baik	F	4	20	18	11	53
	%	3.9%	19.4 %	17.5 %	10.7%	51. 5%

Total	F	13	47	31	12	103
	%	12.6 %	45.6 %	30.1 %	11.7%	100 .0%

Analisis bivariat ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklan obat sakit kepala di televisi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pemilihan obat sakit kepala.

Berdasarkan analisis bivariat hubungan antara iklan dengan pemilihan obat sakit kepala didapat nilai p sebesar $(0,021) < 0,05$ maka secara statistik terdapat hubungan yang signifikan antara pemilihan obat sakit kepala di televisi dengan pemilihan obat sakit kepala

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan, maka disimpulkan dari penelitian ini adalah:

1. Jenis iklan obat sakit kepala dalam pemilihan obat yang paling banyak digunakan di Desa Pesarean Kecamatan Adiwerna. Dari 103 responden yang menggunakan obat sakit kepala paramex sebanyak 47 (45.6%)
2. Terdapat hubungan yang signifikan dalam pemilihan jenis obat sakit kepala di Desa Pesarean Kecamatan Adiwerna terhadap umur dengan (p-value 0,007) pendidikan dengan (p-value 0,006) pekerjaan dengan (p-value 0,001) pemilihan obat dengan (p-value 0,021) di Desa Pesarean Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal.

Pustaka

- [1] Aini, NH. (2017). Tingkat Pengetahuan Pasien dan Rasionalitas Swamedikasi di Tiga Apotek Kota Penyambungan. *Jurnal Sains dan Klinis Ikatan Apoteker Indonesia*. Sumatera Barat
- [2] Ariani RD. (2011). Hubungan Iklan Perokok Dengan Sikap Perilaku Merokok Pada Remaja. *Under graduate*. Semarang: Universitas Diponegoro (2011)
- [3] Saputro S. (2011). Pola Pemilihan Obat Sakit Maag Pada Konsumen Yang Datang Di Apotek Di Kecamatan Delanggu Surakarta: *Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 2011

[4] Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

[5] Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro