

# HASIL CEK\_Pengaruh iklan obat diare

*by Pengaruh Iklan Obat Diare Susan Candradewi*

---

**Submission date:** 21-Apr-2022 09:08AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1815950871

**File name:** Pengaruh iklan obat diare terhadap keputusan dan ketepatan swamedikasi.pdf (814.73K)

**Word count:** 4148

**Character count:** 26112



## Pengaruh Iklan Obat Diare di Televisi Terhadap Keputusan dan Ketepatan Swamedikasi

Fitrichia Febriyani<sup>1</sup>, Susan Fitria Candradewi<sup>2\*</sup>, Ana Hidayati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Farmasi, Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Prof.Dr.Soepomo Umbulharjo Yogyakarta 55164, Indonesia

<sup>2</sup> Departemen Farmakologi dan Farmasi Klinik, Fakultas Farmasi Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Prof.Dr.Soepomo Umbulharjo Yogyakarta 55164, Indonesia

\* Penulis Korespondensi. Email: [susan.candradewi@pharm.uad.ac.id](mailto:susan.candradewi@pharm.uad.ac.id)

### ABSTRAK

Swamedikasi merupakan salah satu upaya yang paling banyak dilakukan oleh seseorang dalam mengatasi gejala sakit ringan yang sedang dideritanya sebelum melakukan konsultasi pada tenaga kesehatan. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2014 menunjukkan bahwa presentase penduduk yang memilih swamedikasi atau pengobatan diri sendiri akibat keluhan kesehatan yang dialami sebesar 61,05%. Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pengobatan, salah satunya adalah iklan. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara pengaruh iklan obat terhadap keputusan pemilihan obat serta ketepatan tindakan swamedikasi pada masyarakat di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Desain penelitian ini adalah observasional analitik dengan pengambilan data secara *cross-sectional*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode insidental sampling dan data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner yang telah divalidasi. Analisis data dilakukan dengan uji univariate dan bivariate dengan menggunakan SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji signifikansi antara pengaruh iklan obat di televisi terhadap ketepatan tindakan swamedikasi adalah 0,864. Kesimpulan pada penelitian ini bahwa iklan tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan tindakan swamedikasi masyarakat ( $p > 0,05$ ).

#### Kata Kunci:

Iklan obat, Diare, Swamedikasi

*Diterima:*

6-02-2022

*Disetujui:*

17-02-2022

*Online:*

25-02-2022

## 2

## ABSTRACT

Self-medication is one of the efforts that is mostly done by a person in overcoming the symptoms of a minor illness that he is suffering from before consulting a health worker. The results of the 2014 National Basic Research showed that the percentage of the population who chose self-medication or self-medication due to health complaints experienced was 61.05%. Many factors influence people to take treatment, one of which is advertising. The purpose of the study was to determine the relationship between the effect of drug advertising on drug selection decisions and the accuracy of self-medication actions in the community in Umbulharjo District, Yogyakarta City. The design of this study was analytic observational with cross-sectional data collection. The sampling technique used incidental sampling method and data were collected through filling out a validated questionnaire. Data analysis was carried out with univariate bivariate tests using SPSS 20.0. The results showed that the results of the significance test between the effect of drug advertisements on television on the accuracy of self-medication was 0.864. The conclusion of this study is that advertising has no significant effect on the appropriateness of self-medication ( $p > 0.05$ ).

Copyright © 2022 Jsscr. All rights reserved.

**Keywords:**

Drug advertisement, Diarrhea, Self-medication

Received:  
2022-02-6

Accepted:  
2022-02-17

Online:  
2022-02-25

## 1. Pendahuluan

Kesehatan adalah suatu hal utama yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menjalankan aktivitas kehidupan. Ketika seseorang mengalami kondisi yang tidak sehat maka seseorang tersebut akan berusaha untuk mendapatkan kondisi kesehatannya kembali. Menurut Undang Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, upaya kesehatan adalah setiap kegiatan dan/atau serangkaian kegiatan yang dilakukan secara terpadu, terintegrasi, berkesinambungan untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat [1].

Hal yang dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh kesembuhan dari kondisi sakit yang dialami, yaitu dengan berobat ke dokter atau mengobati diri sendiri. Menurut Pratiwi *et al* (2014) swamedikasi atau *self medication* merupakan salah satu upaya yang paling banyak dilakukan oleh seseorang dalam mengatasi gejala sakit yang sedang dideritanya sebelum melakukan konsultasi kepada tenaga kesehatan [2]. Hasil riset kesehatan dasar (Riskesda) tahun 2014 menunjukkan bahwa presentase penduduk di Indonesia yang memilih swamedikasi sendiri akibat keluhan kesehatan yang dialami sebesar 61,05% [3]. Alasan masyarakat Indonesia melakukan swamedikasi karena untuk menghemat biaya (61%), menghemat waktu (28%), sisanya sebanyak 6% karena keberhasilan pengalaman sebelumnya dan 5% rekomendasi dari tenaga kesehatan [4]. Banyak faktor yang mendorong dan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan swamedikasi, salah satu faktor tersebut adalah iklan. Pedoman Pengawasan Iklan obat menetapkan bahwa iklan obat merupakan suatu hal yang berupa keterangan atau pernyataan terkait obat dalam bentuk gambar, tulisan, atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan obat. Obat yang dapat diiklankan kepada masyarakat umum merupakan obat yang termasuk dalam daftar obat bebas dan obat bebas terbatas [5].

Obat merupakan sarana dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan yang tidak hanya dilakukan oleh tenaga ahli melainkan juga dapat dilakukan oleh

masyarakat dengan cara swamedikasi. Salah satu obat yang digunakan dalam upaya mengatasi keluhan kesehatan melalui swamedikasi adalah obat diare. Diare merupakan penyakit yang sering muncul di DIY pada tahun 2017, diare selalu menjadi 10 penyakit yang paling banyak dijumpai kasusnya di DIY [6]. Hal ini ditunjukkan dengan angka penderita diare di Puskesmas wilayah Kabupaten/Kota yang tinggi tiap tahunnya. Namun, sulit untuk mengetahui jumlah penderita diare yang sesungguhnya karena mengingat banyaknya penderita diare yang tidak terdata dikarenakan penderita tidak mengunjungi tempat-tempat pelayanan kesehatan.

Berdasarkan angka kejadian penyakit diare di Provinsi DIY cukup tinggi, maka dilakukan penelitian terkait dengan tindakan masyarakat Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta terhadap pemilihan obat dan ketepatan swamedikasi untuk mengatasi diare yang dipengaruhi oleh iklan obat melalui media elektronik. Swamedikasi yang biasanya didapatkan melalui informasi media elektronik atau iklan di televisi tidak jauh dari kemungkinan bahwa obat yang diperoleh tidak selalu tepat. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan obat untuk mengatasi diare terhadap ketepatan swamedikasi.

## 2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian *observasional analitik* dengan pendekatan *cross sectional*. Jenis dan pendekatan tersebut diharapkan dapat menggambarkan tentang pengaruh iklan obat diare di televisi terhadap keputusan pemilihan obat serta ketepatan tindakan swamedikasi pada masyarakat di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Data diperoleh dari data primer yang merupakan hasil dari kuesioner "Tentang Iklan Obat Diare", "Pengaruh Iklan Obat terhadap Pemilihan Obat", dan "Ketepatan Tindakan Swamedikasi".

Penentuan ukuran besaran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% yang akan digunakan dalam penentuan berapa jumlah sampel yang akan diteliti. Penentuan sampel dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = banyak sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) [7]

Sehingga diperoleh jumlah sampel sejumlah 99,86 responden selanjutnya disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden dengan presisi 10%. Kriteria inklusi pada penelitian ini diantaranya adalah masyarakat di kecamatan umbulharjo Yogyakarta yang berusia 17-50 tahun, dan pernah melakukan tindakan pengobatan sendiri untuk diare serta pernah melihat iklan obat diare di televisi minimal 1 kali. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Iklan Obat di Televisi adalah sarana promosi berupa audio visual yang menyampaikan informasi tentang obat (obat bebas dan obat bebas terbatas) oleh produsen obat tertentu untuk memperkenalkan produknya melalui media televisi.
- b. Keputusan Pemilihan adalah keputusan pasien dalam memilih salah satu obat untuk mengurangi keluhan penyakit diare berdasarkan informasi iklan obat diare

- di televisi.
- c. Obat diare adalah obat yang diiklankan di televisi dan memiliki khasiat untuk mengurangi sampai menghilangkan sakit diare.
  - d. Swamedikasi adalah upaya pengobatan penyakit diare oleh diri sendiri yang dilakukan pasien atau masyarakat untuk mengurangi keluhan tersebut dengan menggunakan obat diare yang diiklankan di televisi tanpa konsultasi dari dokter.
  - e. Pengaruh iklan obat diare di televisi adalah pengaruh iklan yang disampaikan dengan media televisi yang memuat tentang iklan obat diare yang kemudian diukur dengan kuesioner untuk dilihat pengaruh dari iklan obat. Dibedakan menjadi 2 kategori yaitu responden yang terpengaruh dan yang tidak terpengaruh iklan obat di televisi. Kategori yaitu terpengaruh iklan obat di televisi, jika responden menjawab "Ya" pada point pertanyaan nomor 5, tidak terpengaruh iklan obat di televisi, jika responden menjawab "Tidak" pada point pertanyaan nomor 5.
  - f. Ketepatan swamedikasi dalam penelitian ini adalah ketepatan tindakan swamedikasi diare yang memenuhi 3 kriteria, antara lain ketepatan pemilihan obat (nama dan golongan serta indikasi), aturan pakai obat, dan tidak adanya efek samping obat. Tepat tindakan dalam swamedikasi, jika nilai=3, yang berarti semua kriteria ketepatan tindakan swamedikasi terpenuhi. Dengan sistem penilaian jika memenuhi kriteria maka akan diberi nilai 1 dan jika tidak sesuai maka akan diberi nilai pada masing-masing pertanyaan.

#### Prosedur Penelitian

- a. Tahapan Persiapan  
Tahap persiapan dimulai dari studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini dan pembuatan proposal kemudian termasuk persiapan petunjuk kegiatan, *informed consent*, serta kuesioner yang akan diberikan pada saat pengambilan data
- b. Tahapan Pelaksanaan Penelitian  
Pengumpulan data dilakukan di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta dengan subyek penelitian yang telah memenuhi kriteria inklusi dan eklusi serta bersedia mengisi *informed consent*. Kemudian dari hasil tersebut dapat ditentukan jumlah responden yang dibutuhkan. Data diperoleh berdasarkan wawancara secara langsung dan tidak langsung.

#### 16 Analisis data

11 Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa univariat dan bivariat. Analisis univariat dilakukan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan masing-masing variabel yang diteliti dalam bentuk distribusi frekuensi dari setiap variabel penelitian [8]. Sedangkan untuk analisis bivariat digunakan uji *chi square* untuk mengetahui hubungan antara pengaruh iklan terhadap ketepatan tindakan swamedikasi.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2019 sampai dengan april 2020 dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 90 responden sesuai dengan kriteria inklusi sesuai pada ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *insidental sampling*, dimana ketika peneliti bertemu dengan responden yang memiliki kriteria inklusi sesuai pada ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini telah mendapatkan ijin etik dari Komite Etik Universitas Ahmad Dahlan dengan nomor 0120010003.



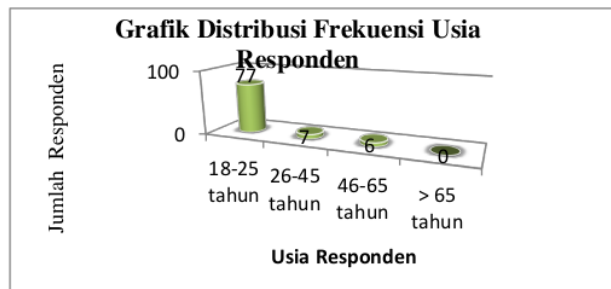
### Data Demografi Responden

Pemisahan antara judul utama, sub-judul dan sub-subjudul harus diberi nomor dalam naskah, sebagai contoh sebagai berikut:

a. Usia

Usia responden terbanyak adalah 18-25 tahun. Usia adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tindakan swamedikasi. Pada usia dewasa (18 tahun) seseorang telah memiliki tingkat kemandirian dan tanggung jawab sehingga dapat mempengaruhi kesehatan dan penggunaan obat seseorang [9]. Menurut Talawo Tahun 2014 seseorang yang memiliki usia semakin tua maka seseorang tersebut semakin banyak pengalaman, sehingga semakin bertambahnya usia dapat mempengaruhi pertambahan pengetahuan, akan tetapi pada usia tertentu yang mendekati usia lanjut dapat berpengaruh terhadap kemampuan penerimaan atau daya ingat terhadap suatu pengetahuan akan semakin berkurang [10]. Namun pada remaja membutuhkan informasi lebih lanjut terhadap tindakan pengobatan sendiri yang dilakukannya untuk mencegah efek samping [11].

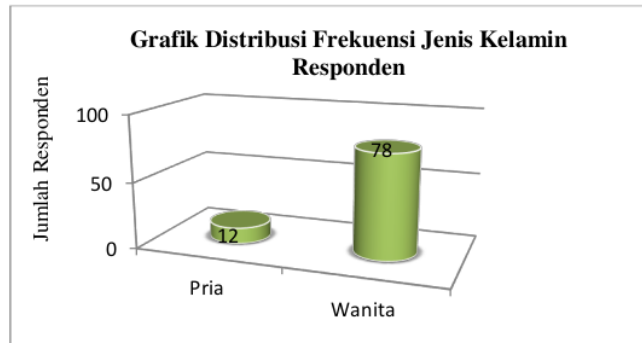
Berikut adalah Distribusi Frekuensi Usia Responden pada penelitian ini tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Distribusi responden berdasarkan usia di kecamatan umbulharjo yogyakarta

b. Jenis Kelamin

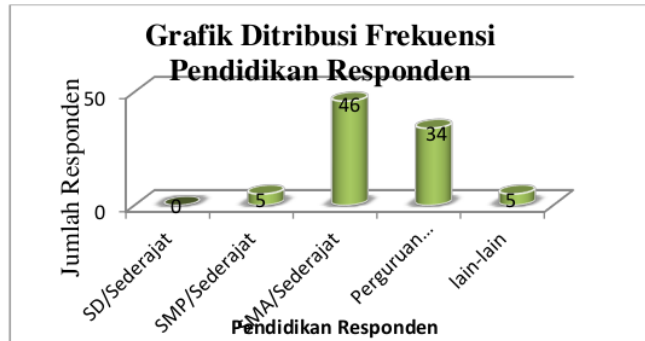
Jenis kelamin responden terbanyak adalah wanita sebesar 87%. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Eritrea, bahwa sebagian besar responden yang melakukan pengobatan sendiri adalah wanita. Praktik swamedikasi dapat berbeda antar negara, maupun benua yang disebabkan oleh karakteristik sosiodemografi dan ekonomi di setiap negara [12]. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden pada penelitian ini tersaji pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin di kecamatan umbulharjo yogyakarta

c. Pendidikan

Berikut adalah Distribusi Frekuensi Pendidikan Responden pada penelitian ini tersaji pada Gambar 3.

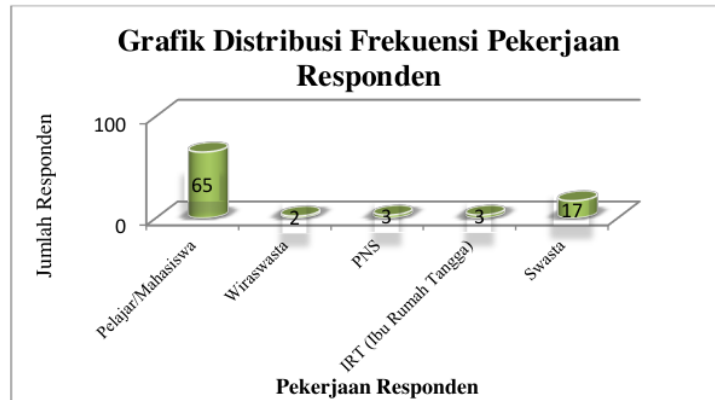


**Gambar 3.** Distribusi responden berdasarkan pendidikan di kecamatan umbulharjo yogyakarta

Gambar tersebut menunjukkan bahwa pendidikan responden terbanyak adalah SMA/Sederajat sebesar 51%. Menurut Agustina tahun 2021 jenjang pendidikan akan mempengaruhi seseorang dalam menentukan pengobatan untuk dirinya. Tingkat pendidikan khususnya akan berpengaruh terhadap pengetahuan mengenai obat yang digunakan dalam pengobatan sendiri [13]. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan pernyataan Utamingrum et al pada tahun 2015 yaitu tingkat pendidikan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap rasionalitas penggunaan obat. Semakin tinggi jenjang pendidikan formal seorang individu maka akan semakin rasional dan berhati-hati dalam memilih obat dalam upaya pengobatan sendiri [14].

d. Pekerjaan

Berikut adalah Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden pada penelitian ini tersaji pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Distribusi responden berdasarkan pekerjaan di kecamatan umbulharjo yogyakarta

Gambar tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah pelajar atau mahasiswa sebesar 72%, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak melakukan swamedikasi adalah wanita yang sedang menempuh pendidikan seorang pelajar atau mahasiswa.

#### Distribusi Jawaban Responden Mengenai Pengetahuan dan Perilaku swamedikasi Responden

Data distribusi jawaban responden mengenai pengetahuan tentang penyakit diare serta informasi obat diare yang didapatkan pada penelitian ini untuk mengetahui apakah swamedikasi yang dilakukan sudah memenuhi kriteria “tepat indikasi”. Tepat indikasi merupakan ketepatan dalam pemilihan obat yang dimaksud perlu diberikan kepada pasien oleh tenaga medis pada saat mendiagnosa, sehingga pasien ditangani dengan tepat [15]. Data distribusi frekuensi jawaban responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1. di bawah ini.

**Tabel 1.** Pengetahuan dan perilaku swamedikasi masyarakat kecamatan umbulharjo yogyakarta

No	Pertanyaan Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi	Jawaban Responden	Frekuensi (%) (n=90)
1.	Apakah Saudara mengetahui gejala diare?	Ya	87 (96,67)
		Tidak	3 (3,33)
2.	Gejala diare yang saudara ketahui?	Tinja Cair	87 (96,67)
		Nyeri ulu hati	2 (2,22)
		Tidak tahu	1 (1,11)
3.	Apakah saat gejala diare muncul anda langsung mengobatinya sendiri?	Ya	90 (100)
		Tidak	0
4.	Kapan saudara memilih obat diare untuk pengobatan sendiri?	BAB lebih dari 3 kali dalam sehari	63 (70)
		Diare berlangsung 1 sampai 3 hari	25 (27,78)
		Diare berlangsung lebih dari 3 hari	2 (2,22)
5.	Apakah saudara pernah membeli obat diare yang diiklankan di televisi ?	Ya	90 (100)
		Tidak	0
6.	Merek obat diare apa yang saudara/i beli?	Diapet®	39 (43,33)
		Diapet NR®	5 (5,55)



		Entrostop®	40 (44,44)
		Lainnya	6 (6,67)
7	Apakah saudara efek yang tidak diinginkan ketika mengonsumsi obat diare?	Sulit BAB	41 (45,55)
		Mual Muntah	14 (15,56)
		Gatal-gatal	2 (2,22)
		Lainnya	33 (36,67)
		< 2 minggu	19 (21,11)
8.	Kapan terakhir saudara mengonsumsi obat diare yang diiklankan di televisi ?	1-2 bulan	31 (34,44)
		2-4 bulan	10 (11,11)
		4-6 bulan	30 (33,33)
9.	Apakah saudara lebih percaya iklan obat diare di media televisi atau media lain untuk tindakan pengobatan sendiri ?	Ya	44 (48,89)
		Tidak	46 (51,11)
10.	Jika tidak, dari mana saudara mendapatkan informasi obat diare yang saudara gunakan?	Apoteker	38 (42,22)
		Tenaga kesehatan lainnya (Dokter, perawat, bidan)	8 (8,89)
		Leaflet	3 (3,33)
		Media Sosial	4 (4,44)
		Spanduk	37 (41,11)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mengetahui gejala diare (96,67%). Pada tahun 2017 Alaydrus mengatakan bahwa tepat indikasi merupakan tindakan yang tepat dalam pemilihan obat yang dimaksud dalam pemberian kepada pasien oleh tenaga kesehatan saat mendiagnosa [16]. Oleh karena itu, masyarakat harus mengetahui gejala diare agar tindakan yang dilakukan sesuai dengan kondisi pasien. Pada pertanyaan kedua mengenai pengetahuan terkait gejala diare menunjukkan bahwa 87 responden (96,67%) telah mengetahui gejala diare yaitu berupa tinja yang cair. Menurut WHO pengertian diare adalah buang air besar dengan konsistensi cair sebanyak 3 kali atau lebih dalam satu hari (24 jam) [17].

Pada pertanyaan ketiga menunjukkan bahwa semua responden langsung melakukan swamedikasi diare. Dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden melakukan upaya pengobatan sendiri (swamedikasi) untuk mengatasi diare secara tepat, karena obat-obatan diare tidak dapat diberikan kepada pasien yang memiliki keluhan sulit buang air besar. Menurut WHO penggunaan obat yang rasional adalah pasien yang memperoleh pengobatan sesuai dengan indikasi klinisnya pada takaran dosis dan jangka waktu yang memenuhi syarat [17].

Sebanyak 69% responden memilih obat diare untuk pengobatan sendiri terbanyak adalah ketika "BAB > 3 kali sehari". Semua responden yang mengetahui gejala diare terdapat langsung melakukan upaya pengobatan sendiri setelah mengetahui bahwa gejala diare atau frekuensi BAB sudah lebih dari 3 kali dalam sehari (100%). Menurut penelitian sebelumnya hal tersebut penting dilakukan karena dampak yang ditimbulkan diare terberat adalah dehidrasi yang dapat menyebabkan terjadinya kematian sehingga diare harus segera diobati. Dehidrasi terjadi karena kehilangan cairan dan elektrolit melalui feses [18].

Merk obat yang dibeli responden terbanyak adalah "Entrostop®" sebanyak 40%. Jawaban responden mengenai efek samping obat diare yang terbanyak adalah "sulit buang air besar" sebanyak 41%. Efek yang tidak diinginkan obat merupakan efek berbahaya yang tidak diinginkan muncul ketika telah melakukan upaya peningkatan kesehatan obat dalam dosis normal dengan tujuan profilaksis, diagnosa, dan terapi [19].

Responden mengalami diare terbanyak yaitu "4-6 bulan lalu. Sebanyak 37% responden percaya bahwa. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi mengenai kepercayaan iklan obat di televisi menunjukkan bahwa terdapat 37% responden percaya iklan obat di televisi untuk tindakan pengobatan sendiri. Informasi mengenai cara penggunaan obat diare diperoleh responden sebagian besar dari apoteker (42,22%) diikuti oleh tenaga kesehatan (41,11%), sedangkan sisanya mendapatkan informasi mengenai obat diare dari sosial media, leaflet dan spanduk. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden lebih percaya kepada Apoteker dan tenaga kesehatan (dokter, bidan, dan perawat) dalam hal informasi mengenai penggunaan obat untuk swamedikasi diare.

### Pengaruh Iklan Terhadap Pemilihan Obat Diare

Pengaruh iklan obat di televisi terdiri dari 5 item pertanyaan tertutup. Penilaian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Gambaran jawaban pertanyaan masyarakat kecamatan umbulharjo yogyakarta tentang iklan obat diare

Indikator	Nomor Item Pertanyaan	Prosentase 9%)
<b>Variabel Independen</b>		
Objektif	3	76
	9	14
Lengkap	2	90
	10	59
	4	22
Tidak Menyesatkan	5	86
	6	59
	7	50
	8	86

Presentase jawaban pertanyaan tentang iklan obat diare di televisi. Data Penelitian ini kepercayaan iklan obat di televisi menunjukkan bahwa terdapat 48% responden percaya iklan obat di televisi untuk tindakan pengobatan sendiri. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mardiaty (2021) bahwa iklan obat di televisi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tindakan swamedikasi. Perilaku ini berkaitan dengan persepsi yang dibentuk oleh iklan sehingga akan mempengaruhi perilaku seseorang [20]. Informasi yang terdapat pada tayangan iklan memiliki daya tarik bagi masyarakat yang menimbulkan kepercayaan mengenai obat sehingga masyarakat akan terpengaruhi dalam memilih obat untuk mengatasi keluhan atau penyakit.

Iklan obat di televisi berupaya untuk mempengaruhi masyarakat dengan memberikan informasi berupa manfaat dari suatu obat. Menurut Indrasari (2019) iklan obat yang tidak berimbang dengan informasi yang baik dan lengkap akan meningkatkan ketidakrasionalan dalam penggunaan obat [21]. Menurut Purwanto (2007) obat-obat yang memiliki frekuensi tampil di iklan sangat sering memiliki tingkat

konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan dengan obat yang memiliki frekuensi tampil lebih sedikit [22] hampir semua kalangan masyarakat memiliki televisi dan dapat mengaksesnya setiap hari, sehingga masyarakat akan lebih sering untuk melihat iklan obat di televisi. Iklan obat tersebut biasanya menjadi sumber informasi masyarakat untuk mengetahui nama obat yang dijual bebas dan bebas terbatas [22]

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Candradewi (2017) yang menyatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi pasien dalam pemilihan obat diantaranya Apoteker, teman, pengalaman, informasi dari dokter, dan iklan di televisi [23]. Selain itu Iklan mempengaruhi masyarakat dengan membuat mereka paham tentang obat yang diiklankan dan menarik masyarakat untuk membeli produk tersebut [19].

### Ketepatan Tindakan Swamedikasi Masyarakat Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta

Berdasarkan data yang diperoleh pada Tabel 3, dari total 90 responden terlihat bahwa sebagian besar tindakan swamedikasi diare yang dilakukan responden termasuk dalam kategori tepat 32% dan 68% tindakan swamedikasi diare yang dilakukan responden termasuk dalam kategori tidak tepat.

**Tabel 3.** Ketepatan tindakan swamedikasi diare pada masyarakat di kecamatan umbulharjo yogyakarta

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tepat	29	32
Tidak Tepat	61	68
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Penggunaan obat yang tepat adalah ketika pasien mendapatkan obat yang sesuai kebutuhan dengan harga terjangkau [15]. Selain itu kriteria penggunaan obat yang sesuai atau biasa dikenal dengan penggunaan obat secara rasional yaitu berupa tepat pasien, tepat indikasi, tepat obat, tepat dosis, dan waspada efek samping. Obat dikatakan tepat pasien apabila pada saat diberikan tidak akan kontraindikasi dengan kondisi fisiologis dan patologis pasien [24].

**Tabel 4.** Pengaruh iklan obat di televisi terhadap ketepatan tindakan swamedikasi diare

Pengaruh Iklan Obat di Televisi	Ketepatan Tindakan Swamedikasi Diare		Total	P	OR dengan 95% CI
	Tepat	Tidak Tepat			
Terpengaruh iklan obat di televisi	18	39	57	0,864	0,923 (0,370-2,303)
Tidak terpengaruh iklan obat di Televisi	11	22	33		
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>61</b>	<b>90</b>		

Pengaruh iklan obat di televisi dengan ketepatan tindakan swamedikasi diare pada masyarakat Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta diuji dengan menggunakan *chi-square test*, didapatkan nilai signifikan  $p$  adalah 0,864, karena nilai signifikan  $p > 0,10$  ( $H_0$  diterima) dan pada penelitian ini nilai OR (*Odds Ratio*) 0,923 serta nilai CI (*Convident Interval*) 0,370-2,303, maka dapat disimpulkan bahwa iklan obat di televisi tidak mempunyai pengaruh terhadap ketepatan tindakan swamedikasi diare

pada masyarakat di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta.

#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini bahwa iklan tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan tindakan swamedikasi masyarakat ( $p > 0,05$ ).

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu jalannya penelitian ini dari mulai persiapan sampai dengan proses pengambilan data.

#### Referensi

- [1] Anonim. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Jakarta, 2009.
- [2] P. N. Pratiwi, L. Pristianty, G. Noorrizka, and A. Impian. (2014). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Swamedikasi Obat Anti-Inflamasi Non-Steroid Oral Pada Etnis Thionghoa Di Surabaya. *J. Farm. Komunitas*.1 (2), 36–40, 2014.
- [3] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018.
- [4] Y. Febrianti, D. Milanita, and B. Ardiningtyas. (2020). Analysis of the level of knowledge of mothers about self-medication to children in Cangkringan District , Yogyakarta Analisis tingkat pengetahuan para ibu tentang swamedikasi pada anak di Kecamatan Cangkringan Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Farmasi*. 16 (1), 80–95.
- [5] Anonim. (2017). Pedoman Pengawasan Periklanan Obat. Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia. 1-155, 2017.
- [6] Anonim. (2017). Profil Kesehatan Provinsi DIY. Yogyakarta.
- [7] W. Supriyanto and R. Iswandiri. (2017). Kecenderungan Sivitas Akademika Dalam Memilih Sumber Referensi. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. 13(1), 79–86, 2017. doi: 10.22146/bip.26074.
- [8] S. Notoatmodjo. (2014). Promosi kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- [9] A. D. Bertoldi *et al.* (2014). Self-medication among adolescents aged 18 years: The 1993 Pelotas (Brazil) birth cohort study. *J. Adolesc. Health*. 55(2), 175–181. doi: 10.1016/j.jadohealth.2014.02.010.
- [10] D. P. Talawo. (2014). Pengaruh Leaflet Terhadap Tingkat Pengetahuan Penggunaan Obat Swamedikasi Di Desa Tingkohubu Timur Kecamatan Suwawa . Universitas Negeri Gorontalo.
- [11] M. R. Gualano *et al.* (2014) Use of self-medication among adolescents: a systematic review and meta-analysis. *European. J. Public Health*. 25,(3),444–450. doi: 10.1093/eurpub/cku207.
- [12] Z. Z. Araia, N. K. Gebregziabher, and A. B. Mesfun. (2019). Self medication practice and associated factors among students of Asmara College of Health



- Sciences, Eritrea: A cross sectional study. *J. Pharm. Policy Pract.* 12 (1), 1-9. doi: 10.1186/s40545-019-0165-2.
- [13] E. Agustina, Y. O. Sari, D. Permatasari, and D. Almasdy. (2021). Pengkajian Praktek Swamedikasi Pada Salah Satu Apotek di Kota Padang, Indonesia. *Sci. J. Farmasi dan Kesehatan.* 11 (1), 15-23. doi: 10.36434/scientia.v11i1.340.
- [14] W. Utaminigrum, J. E. Lestari, and A. M. Kusuma. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Sosiodemografi Terhadap Rasionalitas Penggunaan Obat Dalam Pengobatan Sendiri Pada Pasien Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis). *Farmasains.* 2 (6), 285-288. [Online]. Available: <https://farmasains.uhamka.ac.id/wp-content/uploads/2016/04/285-288-Pengaruh-Faktor-Faktor-Sosiodemografi-Terhadap.pdf>.
- [15] M. Raini, R. Gitawati, and I. Rooslamati. (2015). Kerasionalan Penggunaan Obat Diare yang Disimpan di Rumah Tangga di Indonesia (Rational Use of Diarrhea Medication Stored in Household in Indonesia). *Jurnal Kefarmasian Indonesia.*, 5 (1), 49-56.
- [16] S. Alaydrus. (2017). Profil Penggunaan Obat pada pasien Hipertensi di Puskesmas Marawola Periode Januari - Maret 2017. *J. Mandala Pharmacon Indonesia.* 3 (02),110-118. doi: 10.35311/jmpi.v3i02.9.
- [17] World Health Organization. (2021). Promoting rational use of medicines. Citing Internet sources URL <https://www.who.int/activities/promoting-rational-use-of-medicines> (accessed Feb. 11, 2022).
- [18] M. Y. Christy. (2014). Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Diare Pada Balita Di Wilayah Kerja Puskesmas Puuwatu Kota Kendari. *J. Berkala. Epidemiology.* 2 (3), 297-308. doi: 10.36566/mjph/vol3.iss1/140.
- [19] H. Rachmawati. (2012). Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi Pada Masyarakat Di Malang. *J. Farmasi. dan Ilmu Kesehatan.* 1 (2). doi: 10.22219/far.v1i2.1169.
- [20] N. Mardiaty *et al.* (2021). Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap the Effect of Flu Drug Advertising on Television. *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia.* 3 (1), pp. 35-44. doi: 10.33759/jrki.v3i1.103.
- [21] F. Indrasari, S. Suwarni, and A. H. Sa'diyah. (2019). Pengaruh Iklan Obat Influenza Terhadap Kerasionalan Penggunaan Obat Pada Ibu Rumah Tangga Di Dusun Tegalwuni Kabupaten Semarang. *J. Farmasi dan Sains Indonesia.* 2 (1), 75-83. .
- [22] W. E. Purwanto. (2007). Evaluasi Kerasionalan Iklan Obat Tanpa Resep Pada Tayangan Acara Untuk Anak-Anak Di Empat Stasiun Televisi Swasta Nasional. Universitas Sanata Dharma.
- [23] S. F. Candradewi and S. A. Kristina. (2017). Gambaran pelaksanaan swamedikasi dan pendapat konsumen apotek mengenai konseling obat tanpa resep di wilayah Bantul. *Pharmaciana.* 7 (1), 41. doi: 10.12928/pharmaciana.v7i1.5193.
- [24] M. W. E. Tyashapsari and A. karim Zulkarnain. (2012). Penggunaan obat pada pasien hipertensi di instalasi rawat inap rumah sakit umum pusat dr. Kariadi



*P-ISSN: 2656-8187, E-ISSN: 2656-9612*

semarang. *Majalah Farmasi*. 8 (2),145-151. [Online]. Available:  
<https://jurnal.ugm.ac.id/majalahfarmaseutik/article/download/24068/15748>.

# HASIL CEK\_Pengaruh iklan obat diare

## ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.lib.ui.ac.id">www.lib.ui.ac.id</a> Internet Source	1%
2	Submitted to Okaloosa-Walton Community College Student Paper	1%
3	<a href="http://repository.stikesmukla.ac.id">repository.stikesmukla.ac.id</a> Internet Source	1%
4	Salmah Handayani Lubis, Muharni Saputri, Nikmatul Hasanah. "PENGARUH PEMBERIAN TEH KOMBUCHA DAUN JATI BELANDA (Guazuma ulmifolia Lamk ) TERHADAP PENURUNANAN KADAR TRIGLISERIDA DARAH TIKUS PUTIH JANTAN (Rattus norvegicus)", Journal of Pharmaceutical And Sciences, 2021 Publication	1%
5	Submitted to Universitas Mahasaraswati Denpasar Student Paper	1%
6	<a href="http://repository.urecol.org">repository.urecol.org</a> Internet Source	1%

7	Hasmi Syahputra Harahap, Nurlina Ariani Hrp, Intan Bayati Nasution, Amin Harahap, Aziddin Harahap, Arman Harahap. "Hubungan Motivasi Berprestasi, Minat dan Perhatian Orang Tua Terhadap Kemandirian Siswa", <b>EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN</b> , 2021 Publication	1 %
8	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet Source	1 %
9	<a href="http://jurnal.uns.ac.id">jurnal.uns.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	Zulkarni R, Lola Azyenela, Dwigita Yulia Penny. "PERILAKU KELUARGA DALAM SWAMEDIKASI OBAT HERBAL", <b>Jurnal Kesehatan</b> , 2019 Publication	1 %
11	<a href="http://repository.utu.ac.id">repository.utu.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://repository.uin-malang.ac.id">repository.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://jdih.pom.go.id">jdih.pom.go.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://journal.lppm-unasman.ac.id">journal.lppm-unasman.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://jsfk.ffarmasi.unand.ac.id">jsfk.ffarmasi.unand.ac.id</a> Internet Source	1 %

16

[jurnal.stieykp.ac.id](http://jurnal.stieykp.ac.id)

Internet Source

1 %

---

17

[repositorii.urindo.ac.id](http://repositorii.urindo.ac.id)

Internet Source

1 %

---

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On