

KARYA TULIS ILMIAH

**EVALUASI PENGARUH IKLAN OBAT DI TELEVISI TERHADAP
SWAMEDIKASI FLU (*COMMON COLD*) PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI NON KESEHATAN DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)**

**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Derajat Sarjana
Farmasi pada Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh

TRI LUSI KUSUMAWATI

20130350106

**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

EVALUASI PENGARUH IKLAN OBAT DI TELEVISI TERHADAP
SWAMEDIKASI FLU (*COMMON COLD*) PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI NON KESEHATAN DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA (UMY)

Disusun Oleh
TRI LUSI KUSUMAWATI
20130350106

Telah disetujui dan diseminarkan pada tanggal 16 Juni 2017

Dosen Pembimbing

Pramitha Esha Nirmala Dewi, M.Sc., Apt

NIK: 19860811201504173239

Dosen Penguji 2

Dosen Penguji 1

Indriastuti Cahyaningsih, M.Sc., Apt

NIK: 19850526201004173121

Ingenida Hadning, M.Sc., Apt

NIK: 19850304201004173122

Mengetahui,

Kepala Program Studi Farmasi
Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Sabtanti Harimurti, Ph.D., Apt

NIK: 19730223201310173127

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Lusi Kusumawati

NIM : 20130350106

Program Studi : Farmasi

Fakultas : Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya tulis ilmiah yang Saya tulis benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri dan belum pernah diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan tercantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir karya tulis ilmiah ini.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dibuktikan karya tulis ilmiah ini hasil jiplakan, maka Saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, Juni 2017

Yang membuat pernyataan

Tri Lusi Kusumawati

NIM: 20130350106

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul:

“Evaluasi Pengaruh Iklan Obat Di Televisi Terhadap Swamedikasi Flu (*Common Cold*) Pada Mahasiswa Program Studi Non Kesehatan Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)”.

Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana Farmasi pada Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Penyelesaian karya tulis ilmiah ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. dr. H. Ardi Pramono Sp. An. M.Kes, selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Sabtanti Harimurti, Ph.D., Apt, selaku Kepala Program Studi Farmasi dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan, semangat, nasehat, serta motivasi.

4. Pramitha Esha Nirmala Dewi, M.Sc., Apt, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, bimbingan dan pengetahuan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.
5. Ingenida Hadning, M.Sc., Apt dan Indriastuti Cahyaningsih, M.Sc., Apt, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran.
6. Mahasiswa program studi non kesehatan jenjang Strata 1 (S1) angkatan tahun 2015 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
7. Seluruh dosen Program Studi Farmasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas dukungan, bimbingan dan pengetahuan yang telah diberikan.
8. Keluarga tercinta Ayahanda (Juhardi), Ibunda (Aenah Maryani), Kak Eko Ridho Purnomo, Amd, Kak Dwi Risqi Wibowo, S.Pd dan Kakak Ipar (Kak Nani Sugiarti, S.Pd) serta ponakan tercinta (Enrera Adzliya Ridho dan Arsaka Ridho) yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat baik secara moril maupun materil.
9. Para sahabat yang selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.
10. Seluruh mahasiswa Program Studi Farmasi FKIK UMY, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terus berjuang mengembangkan ilmu pengetahuan.
11. Semua Staf Perpustakaan UMY.

12. Semua Staf bagian Pengajaran UMY.

13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang secara langsung maupun tidak langsung ikut membantu dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda dan pahala yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian karya tulis ilmiah ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan karya tulis ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun dan mendukung kemanfaatan hasil penelitian ini.

Semoga karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

KARYA TULIS ILMIAH.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN MASALAH	4
C. KEASLIAN PENELITIAN	5
D. TUJUAN PENELITIAN.....	7
E. MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. IKLAN OBAT	8
B. SWAMEDIKASI.....	10
1. Pengertian Swamedikasi.....	10
2. Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dalam Tindakan Swamedikasi	11
C. FLU (<i>COMMON COLD</i>)	13
1. Pengertian Flu (<i>Common Cold</i>)	13
2. Pengobatan Flu (<i>Common Cold</i>).....	14
D. PERILAKU KONSUMEN	21
E. KERANGKA TEORI	23
F. KERANGKA KONSEP	26
G. HIPOTESIS.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28

A. JENIS DAN DESAIN PENELITIAN	28
B. TEMPAT DAN WAKTU	28
C. POPULASI DAN SAMPEL	28
1. Populasi	28
2. Sampel Penelitian.....	28
D. KRITERIA INKLUSI DAN EKSKLUSI.....	30
1. Kriteria Inklusi.....	30
2. Kriteria Eksklusi	30
E. IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	30
1. Variabel Penelitian	30
2. Definisi Operasional.....	30
F. INSTRUMEN PENELITIAN.....	33
G. CARA KERJA	37
H. SKEMA LANGKAH KERJA	40
I. ANALISIS DATA	41
J. ETIKA PENELITIAN	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	43
B. KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN	46
C. POLA MELIHAT IKLAN OBAT DI TELEVISI.....	48
D. PENGARUH IKLAN OBAT DI TELEVISI.....	53
E. TINGKAT PENGETAHUAN SWAMEDIKASI FLU (<i>COMMON COLD</i>)	55
F. KETEPATAN TINDAKAN SWAMEDIKASI FLU (<i>COMMON COLD</i>) ..	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. KESIMPULAN	59
B. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Tentang Perilaku Konsumsi Obat Pada Masyarakat	5
Tabel 2. Obat Batuk Berdahak (Ekspektoran).....	17
Tabel 3. Obat Penekan Batuk (Antitusif).....	18
Tabel 4. Antipiretik dan Analgesik.....	19
Tabel 5. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	43
Tabel 6. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi.....	44
Tabel 7. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	44
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas pada Kuesioner	45
Tabel 9. Karakteristik Demografi Responden	46
Tabel 10. Lama Waktu Responden Menonton Televisi Setiap Hari	49
Tabel 11. Iklan Obat Flu (<i>Common Cold</i>) yang Paling Sering Dilihat Responden	50
Tabel 12. Iklan Obat Flu (<i>Common Cold</i>) yang Pernah Digunakan Oleh Responden	51
Tabel 13. Sumber Informasi yang Paling Mendukung Responden dalam Memilih Obat Flu (<i>Common Cold</i>).....	52
Tabel 14. Penilaian pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi	53
Tabel 15. Pengaruh Iklan Obat di Televisi.....	54
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>) Seluruh Responden	55
Tabel 17. Pengaruh Iklan Obat di Televisi Terhadap Tingkat Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>).....	56
Tabel 18. Distribusi Frekuensi Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>) Seluruh Responden	57
Tabel 19. Pengaruh Iklan Obat di Televisi Terhadap Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>).....	58
Tabel 20. Jumlah Mahasiswa Aktif S1 Fakultas Non Kesehatan Angkatan 2015	64
Tabel 21. Uji Validitas pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi	83
Tabel 22. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi ...	85
Tabel 23. Uji Reliabilitas pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi	85
Tabel 24. Uji Validitas pada Kuesioner Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	86
Tabel 25. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	88

Tabel 26. Uji Reliabilitas pada Kuesioner Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	88
Tabel 27. Uji Validitas pada Kuesioner Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	89
Tabel 28. Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	89
Tabel 29. Uji Reliabilitas Kuesioner Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	90
Tabel 30. Uji Analisis Bivariat Antara Pengaruh Iklan Obat di Televisi dengan Tingkat Pengetahuan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>)	91
Tabel 31. Uji Analisis Bivariat Antara Pengaruh Iklan Obat di Televisi dengan Ketepatan Tindakan Swamedikasi Flu (<i>Common Cold</i>).....	91
Tabel 32. Penilaian pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tanda Khusus Golongan Obat	12
Gambar 2. Tanda Peringatan Pada Obat Bebas Terbatas.....	12
Gambar 3. Kerangka Teori.....	24
Gambar 4. Perilaku Manusia	25
Gambar 5. Kerangka Konsep	26
Gambar 6. Skema Langkah Kerja.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Mahasiswa Aktif Jenjang Strata 1 (S1) Angkatan 2015	64
Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian.....	65
Lampiran 3. Lembar <i>Ethical Clearence</i>	66
Lampiran 4. Lembar Kesiediaan Menjadi Responden.....	67
Lampiran 5. Kuesioner yang Telah Valid dan Reliabel.....	68
Lampiran 6. Kuesioner yang Belum Valid dan Reliabel	77
Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	83
Lampiran 8. Uji Analisis Bivariat.....	91
Lampiran 9. Penilaian pada Kuesioner Pengaruh Iklan Obat di Televisi	92

INTISARI

Tingginya prevalensi flu (*common cold*) dan tersedianya obat dipasaran dengan mudah serta harga yang relatif terjangkau menjadikan salah satu pendorong tindakan swamedikasi flu oleh masyarakat. Selain itu, kemajuan teknologi yang semakin canggih membuat masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi, salah satunya iklan obat di televisi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan obat yang digunakan dalam tindakan swamedikasi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh iklan obat di televisi terhadap tingkat pengetahuan swamedikasi flu dan tindakan swamedikasi flu pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) program studi non kesehatan.

Metode penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *deskriptif observasional* dengan rancangan *cross sectional*. Penelitian ini dilakukan di Kampus Terpadu UMY. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *simple random sampling* dan didapatkan jumlah responden sebanyak 81 orang. Data yang dikumpulkan berasal dari data kuesioner, yang diisi oleh responden didampingi oleh peneliti. Analisis data secara deskriptif dilakukan dengan uji *chi square* dan *fisher exact test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh iklan obat di televisi terhadap tingkat pengetahuan swamedikasi flu memiliki nilai *signifikan p* yaitu 0,529 dan pengaruh iklan obat di televisi terhadap tindakan swamedikasi flu memiliki nilai *signifikan p* yaitu 0,296. Kesimpulan yang didapat yaitu iklan obat di televisi tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengetahuan swamedikasi flu dan tindakan swamedikasi flu pada mahasiswa program studi non kesehatan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Kata Kunci: Iklan obat, swamedikasi flu, mahasiswa non kesehatan.

ABSTRACT

The high prevalence of common cold, the medicines that are readily available in the market and relatively affordable prices become one of the drivers of community's flue self medication. In addition, the advances in the increasingly sophisticated technology have made it easier for the community to access information, including the medicine advertisements via aired on television which may influence customer behaviors in selecting the medicines they use in the self-medication action. This research was conducted with the purpose of figuring out the influence of medicine advertisements aired on television on the level of knowledge on flue self-medication and self-medication action of the students of non-medical study program in University Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

The methods used in this research were observational methods with cross-sectional design. The research was conducted at the Integrated Campus of UMY. The sampling was carried out using simple random sampling technique and 81 respondents were obtained. The data were collected from questionnaires completed by the respondents accompanied by the researcher. The data were analyzed descriptively using chi-square test and fisher exact test.

The result of this research reveals that the influence of drug advertisement broadcasted on television towards the knowledge of common cold self-medication appears to have p *significant* value amounted to 0.529. Meanwhile, the influence of the aforementioned advertisement towards the action of such medication has p *significant* value amounted to 0.296. Therefore, the researcher concludes that drug advertisement broadcasted on television does not affect the degree of knowledge upon common cold self-medication as well as the action of such medication to students of non-health study programs in University Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Keywords: medicine advertisements, flue self-medication, non-medical students.