

PENGARUH IKLAN OBAT BATUK di TELEVISI TERHADAP PEMILIHAN OBAT SECARA SWAMEDIKASI

Nia Kurnia

Program Studi Farmasi, Universitas Ngudi Waluyo

Email: nkurniaaa1@gmail.com

ABSTRAK

Latar Belakang :Swamedikasi merupakan tindakan seseorang dalam mendapatkan penyelesaian. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi yang memberitahukan kepada khalayak ramai, baik secara langsung maupun tidak langsung yakni media. Televisi adalah salah satu alat komunikasi, dalam memberikan tawaran berbagai macam produk yaitu iklan. Maka dari itu kebanyakan masyarakat melakukan swamedikasi (pengobatan sendiri). Tujuan dari skripsi ini yakni Untuk mengetahui Pengaruh Iklan Obat Batuk di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi .

Metode :Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasional analitik dan pendekatan *cross sectional*.

Hasil : Dari hasil penelitian terdapat 50 responden, yaitu mayoritas mendapatkan informasi obat melalui televise sebanyak 27 responden (54,0%), dan yang melakukan pengobatan sendiri sebanyak 31 responden (62,0%).

Kesimpulan : Terdapat pengaruh iklan obat batuk yang diiklankan di televisi terhadap pemilihan obat secara swamedikasi pada ibu rumah tangga.

Kata Kunci : iklan obat batuk, swamedikasi, pemilihan obat

THE EFFECT OF COUGH DRUG ADVERTISING ON TELEVISION ON THE SELECTION OF DRUG SELF-MEDICATION

ABSTRACT

Background :Self-medication is a person's action in getting a solution. Communication is a process of exchanging information that informs the general public, either directly or indirectly, namely the media. Television is one of the communication tools, in offering a variety of products, namely advertising. Therefore most people do self-medication (self-medication). The purpose of this thesis is to find out the effect of cough medicine advertisements on television on self-medication drug selection.

Method :Data collection techniques using observational analytic methods and cross sectional approaches.

Results :From the results of the study there were 50 respondents, namely the majority obtained drug information via television as many as 27 respondents (54.0%), and those who self-medicated were 31 respondents (62.0%).

Conclusion :There is an influence of cough medicine advertisements advertised on television on the selection of drugs by self-medication in housewives.

Keywords :cough medicine advertisements, self-medication, drug selection