



**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP IKLAN OBAT FLU DENGAN  
PERILAKU SWAMEDIKASI PADA MASYARAKAT KELURAHAN SUNGAI  
BESAR KECAMATAN BANJARBARU SELATAN**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi persyaratan  
dalam menyelesaikan program sarjana strata-1 Farmasi**

**Oleh :**

**M. Andi Chandra**

**NIM J1E114016**

**PROGRAM STUDI FARMASI  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU  
JANUARI 2019**

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP IKLAN OBAT FLU DENGAN  
PERILAKU SWAMEDIKASI PADA MASYARAKAT KELURAHAN  
SUNGAI BESAR KECAMATAN BANJARBARU SELATAN**

Oleh :

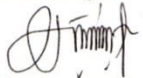
**M. Andi Chandra**

**NIM J1E114016**

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji pada tanggal Januari 2019.

Susunan Dosen Penguji:

Pembimbing I



Difa Intannia, S.Farm., M.Farm-Klin., Apt. NIP.  
19860919 201212 2 001

Pembimbing II



Herningtyas Nautika Lingga, M.Sc., Apt.  
NIDK. 8878340017

Dosen Penguji:

1. Valentina Meta Srikartika, S.Farm., MPH., Apt.



(.....)

2. Prima Happy Ratnapuri, S.Farm., M.Sc., Apt.



(.....)

3. Dina Rahmawanty, S.Far., M.Farm., Apt.



(.....)

Banjarbaru, Januari 2019

Ketua Program Studi Farmasi FMIPA ULM



Valentina Meta Srikartika, S.Farm., MPH., Apt.  
NIP. 19860413 200812 2 003

### PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarbaru, Januari 2019



M. Andi Chandra  
NIM. J1E114016

## ABSTRAK

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP IKLAN OBAT FLU DENGAN PERILAKU SWAMEDIKASI PADA MASYARAKAT KELURAHAN SUNGAI BESAR KECAMATAN BANJARBARU SELATAN** (Oleh M. Andi Chandra; Pembimbing: Difa Intannia & Herningtyas Nautika Lingga: 2019; 36 halaman)

Flu merupakan salah satu penyakit yang bisa ditangani dengan swamedikasi, dan informasi mengenai obat ini sering didapatkan melalui iklan di televisi yang akan berpengaruh pada perilaku swamedikasi (pengobatan sendiri). Tujuan penelitian ini adalah menganalisa hubungan antara persepsi terhadap iklan obat flu dengan perilaku swamedikasi menggunakan obat flu. Metode yang digunakan pada penelitian ini secara survei analitik dengan desain penelitian *cross sectional* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling* dengan kriteria inklusi, yaitu tercatat sebagai penduduk kelurahan Sungai Besar, berusia  $\geq 17$  tahun, pernah melihat iklan obat flu di televisi, menggunakan obat flu secara swamedikasi, bersedia menjadi responden. Sampel penelitian ini sebanyak 94 responden dengan mayoritas responden berada pada umur 17 - 27 tahun, berjenis kelamin perempuan, lulusan SMA/SMK, dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kelengkapan iklan obat flu sebesar 90,43%, persepsi responden lengkap dan 89,36% responden tidak terpengaruh. Perilaku swamedikasi yang dilakukan oleh responden diperoleh sebesar 65,96% rasional dan 34,04% tidak rasional. Hasil analisa *chi-square* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara persepsi terhadap kelengkapan iklan obat flu dengan perilaku swamedikasi menggunakan obat flu ( $P\ value = 0,152$ ) dan tidak terdapat hubungan antara persepsi terhadap pengaruh iklan dengan perilaku swamedikasi menggunakan obat flu ( $P\ value = 0,090$ ). Hasil evaluasi dan kelengkapan iklan obat flu di televisi diperoleh 3 iklan obat flu yang ditayangkan di televisi masih tidak lengkap dan tidak sesuai.

**Kata kunci :** Persepsi, Iklan Obat, Swamedikasi flu, Kelengkapan iklan

## ABSTRACT

*THE CORRELATION BETWEEN PERCEPTION ON FLU MEDICINE ADVERTISEMENTS AND SELF-MEDICATION BEHAVIOR IN KELURAHAN SUNGAI BESAR OF SOUTH BANJARBARU SUB-DISTRICT* (Written by M. Andi Chandra; Supervisors: Difa Intannia & Herningtyas Nautika Lingga: 2019; 36 pages)

*Flu is one of the diseases that can be treated with self-medication, and information about the medicines are often obtained through television advertisements that will affect self-medication behavior. The purpose of this study was to analyze the correlation between perception on flu medicine advertisements and self-medication behavior in using flu medicines. The method used in this study was analytic survey with cross sectional research design and the sampling technique used was quota sampling with inclusion criteria, which were recorded as a resident of Kelurahan Sungai Besar, aged  $\geq 17$  years old, had seen an advertisement for flu medicines on television, using flu medicine by self-medication, and willing to be a respondent. The sample of this study was 94 respondents with the majority of respondents aged 17 – 27 years old, females, senior high school/vocational school graduates, and their jobs were housewives. The results showed that respondents' perceptions to the completeness of flu medicine advertisements amounted to 90.43%, the respondents' perceptions were complete, and 89.36% of respondents were not affected. Self-medication behaviors carried out by respondents were 65.96% rational and 34.04% irrational. The results of the chi-square analysis showed that there was no relationship between perceptions of the completeness of flu medicine advertisements and self-medication behaviours in using flu medicines ( $P$  value = 0.152) and there was no relationship between the influence of advertisements and self-medication behaviours in using flu medicines ( $P$  value = 0.090). The results of the evaluation and the completeness of flu medicine advertisements on television that were obtained from 3 advertisements for flu medicines and aired on television, were still incomplete and inappropriate.*

*Keywords: Perception, Drug Advertisements, Self-Medication of Flu, Completeness of Advertisements*

## **PRAKATA**

Alhamdulillah segala puji syukur tiada henti-hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat, rahmat, hidayah dan karunia- Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Hubungan Persepsi Terhadap Iklan Obat Flu Dengan Perilaku Swamedikasi Pada Masyarakat di Kelurahan Sungai Besar Kecamatan Banjarbaru Selatan.” Penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, adik dan seluruh keluarga peneliti atas segala do’a, perhatian, dan dukungan yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril dan materil.
2. Ibu Difa Intannia, S.Farm., M.Farm-Klin., Apt. selaku dosen pembimbing utama yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat dan motivasi selama ini.
3. Ibu Herningtyas Nautika Lingga, M.Sc., Apt. selaku dosen pembimbing pendamping yang juga telah banyak memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Valentina Meta Srikartika, S.Farm. MPH., Apt., Ibu Prima Happy Ratnapuri, M.Sc., Apt., dan Ibu Dina Rahmawanty, S.Far., M.Farm., Apt, selaku tim penguji. Terima kasih atas kritik, saran serta masukan yang telah diberikan selama penulisan proposal hingga skripsi.
5. Teman-teman Farmasi Angkatan 2014, yang telah sama-sama berjuang, serta saling memberikan semangat, dukungan, dan hiburan selama 4 tahun bersama dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung ikut membantu jalannya penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat serta dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan.

Banjarbaru, Januari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>5</b>
2.1. Iklan Obat .....	5
2.1.1 Definisi Iklan dan jenis Media Periklanan.....	5
2.1.2 Iklan Obat di televisi.....	5
2.1.3 Persyaratan Kelengkapan Iklan dan Evaluasi Iklan.....	6
2.2. Perilaku Swamedikasi .....	7
2.2.1 Definisi Swamedikasi.....	7
2.2.2 Perilaku Swamedikasi yang Rasional .....	8
2.3. Flu .....	10
2.3.1 Penyakit Flu.....	10
2.3.2 Obat Flu.....	10
2.4. Persepsi .....	11
2.4.1 Definisi Persepsi .....	11
2.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi .....	11
2.5. Keaslian Penelitian .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>14</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	14

3.3	Populasi dan Sampel .....	14
3.4	Instrumen Penelitian.....	16
3.5	Uji Validitan dan Realibilitas Kuesioner.....	17
	3.5.1 Uji Validitas.....	17
	3.5.2 Uji Realiabelitas.....	17
3.6	Variabel Penelitian .....	18
	3.6.1 Variabel bebas .....	18
	3.6.2 Variabel terikat .....	18
3.7	Definisi Operasional .....	18
3.8	Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	20
	3.8.1 Pengumpulan Data.....	20
	3.8.2 Pengolahan Data.....	21
3.9	Analisis Data .....	23
3.10	Alur Penelitian .....	24
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		25
4.1	Karakteristik Responden.....	26
4.2	Persepsi Terhadap Kelengkapan Iklan Obat Flu di Televisi.....	28
4.3	Persepsi Terhadap Pengaruh Iklan Obat Flu di Televisi.....	29
4.4	Rasionalitas Perilaku Swamedikasi Obat Flu .....	31
4.5	Kelengkapan Iklan Obat Flu.....	34
4.6	Hubungan Persepsi Terhadap Iklan Obat Flu dengan Perilaku Swamedikasi Menggunakan Obat Flu .....	36
<b>BAB V PENUTUP</b>		36
5.1	Kesimpulan .....	39
5.2	Saran .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		40
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Keaslian Penelitian.....	12
2. Rekapitulasi jumlah penduduk setiap RT dan Jumlah Responden	
3. Definisi Operasional.....	18
4. Distribusi Karakteristik Responden di Kelurahan Sungai Besar .....	26
5. Hasil Pengukuran Persepsi terhadap Iklan Obat Flu Responden di Kelurahan Sungai Besar terhadap Iklan Obat Flu di Televisi.....	29
6. Hasil Pengukuran Rasionalitas Swamedikasi Obat Flu pada Masyarakat di Kelurahan Sungai Besar .....	31
7. Hasil Kelengkapan Iklan Obat Flu di Televisi berdasarkan PKBPOM nomor 8 tahun (2017).....	34
8. Hasil Evaluasi Iklan Obat Flu di Televisi berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan (1994).....	35
9. Hasil analisa chi-square hubungan antara Persepsi terhadap Iklan Obat Flu dengan Perilaku Swamedikasi menggunakan Obat Flu pada Masyarakat di Kelurahan Sungai Besar .....	36

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Alur Penelitian .....	24
2. Alur Pemilihan Responden di Kelurahan Sungai Besar.....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Surat Permohonan Izin Penelitian dari Fakultas MIPA
2. Surat Permohonan Izin Penelitian dari Kelurahan Sungai Besar
3. *Ethical Clearance*
4. Lembar Persetujuan Menjadi Responden
5. Kuesioner
6. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner bagian kedua
7. Data Sosiodemografi Responden
8. Rekapitulasi hasil Kuesioner Perilaku Swamedikasi
9. Rekapitulasi data jawaban Responden Kuesioner Persepsi Kelengkapan Iklan
10. Rekapitulasi data jawaban Responden Kuesioner Persepsi Pengaruh Iklan
11. Rekapitulasi data jawaban Responden Kuesioner Perilaku Swamedikasi
12. Analisa *Chi-Square* dengan *SPSS*
13. Hasil Evaluasi Iklan Obat Flu di Televisi
14. Hasil Evaluasi Kelengkapan Informasi dari Iklan Obat Flu di Televisi