

## **PENGARUH IKLAN TV TERHADAP PERILAKU KONSUMSI OBAT BEBAS DAN TERBATAS PADA MASYARAKAT DESA BANYUAJUH**

Desi Uhargusta<sup>1</sup>, Liliy Setiawaty Mukti<sup>2</sup>  
<sup>1, 2</sup>Akademi Farmasi Yannas Husada Bangkalan  
Email: [desiuhargusta6@gmail.com](mailto:desiuhargusta6@gmail.com),  
[lilysmukti@gmail.com](mailto:lilysmukti@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Masyarakat sering menggunakan obat bebas dan bebas terbatas tanpa mengkonsultasikan keluhan yang dialaminya ke dokter. Obat ini aman dikonsumsi apabila digunakan sesuai petunjuk. Tetapi apabila dikonsumsi tidak sesuai takaran yang tepat atau tidak sesuai petunjuk pemakaian, obat bebas bahkan bisa berisiko membahayakan kesehatan. Perilaku ini diasumsikan dapat dipengaruhi oleh iklan yang ditawarkan oleh industri farmasi melalui media massa seperti televisi. Untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh iklan obat bebas dan obat bebas terbatas di Televisi terhadap perilaku konsumsi masyarakat Desa Banyuajuh. Sebanyak 19 item kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas disebar ke 125 responden menghasilkan data yakni; 68% responden menyatakan iklan obat bebas dan bebas terbatas di Televisi menarik karena ada unsur edukasi didalamnya, 74,4% responden yakni iklan obat di Televisi berguna bagi mereka. Iklan obat ini juga mempengaruhi 73,6% responden untuk membantu menentukan pilihan obat sejenis di pasaran dan 77,6% menyatakan iklan obat di Televisi berguna membantu mengetahui merek jenis obat sesuai dengan kebutuhan mereka, dan 84% iklan obat di Televisi membeli jenis obat yang terbaik dengan harga yang cocok. Hasil uji korelasi didapatkan r hitung sebesar 0,38 yang berarti disimpulkan ada pengaruh iklan obat dan obat bebas terbatas di Televisi dengan perilaku konsumtif masyarakat Desa Banyuajuh.

Kata kunci : Iklan Televisi, Perilaku konsumtif

### **ABSTRACT**

People often use free medicines and over-the-counter medicines without consulting their complaints to the doctor. This medicine is safe to take if used as directed. But if consumed not according to the right dose or not according to the instructions for use, over-the-counter drugs can even pose a risk to health. This behavior is assumed to be influenced by advertisements offered by the pharmaceutical industry through mass media such as television. For this reason, the purpose of this study was to see the effect of advertisements for over-the-counter drugs and limited-free drugs on television on the consumption behavior of the people of Banyuajuh Village. A total of 19 questionnaire items that have been tested for validity and reliability are distributed to 125 respondents to produce data, namely; 68% of respondents stated that advertisements for over-the-counter and restricted drugs on television were interesting because there was an element of education in it, 74.4% of respondents said that drug advertisements on television were useful for them. This drug advertisement also influenced 73.6% of respondents to help determine the choice of similar drugs on the market and 77.6% stated that drug advertisements on television were useful in helping to determine the brand of the type of drug according to their needs, and 84% of drug advertisements on television bought the type of drug that the best at the right price. The results of the correlation test obtained r arithmetic of 0.38 which means that it is concluded that there is an influence of drug advertisements and limited over-the-counter

drugs on television with the consumptive behavior of the Bayuajuh Village community.

Keywords: Television advertising, Konsumtif behavior

Diterima Redaksi : 12-04-2022

Selesai Revisi : 21-04-2022

Diterbitkan : 28-04-2022

## PENDAHULUAN

Obat telah memberikan manfaat yang luar biasa bagi kehidupan manusia. Obat telah menurunkan angka kematian dan angka kesakitan dengan cara menyelamatkan jiwa, menurunkan jumlah pasien dan meningkatkan kesehatan, tetapi hanya jika obat tersebut aman, berkhasiat, bermutu dan digunakan dengan benar. Obat yang tidak aman, tidak berkhasiat, tidak bermutu dan tidak digunakan dengan benar dapat menimbulkan berbagai masalah bagi kesehatan, kegagalan pengobatan bahkan kematian dan dalam jangka panjang akan membuang berbagai sumber (dana dan manusia) yang sebenarnya terbatas (BPOM, 2017).

Obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi, untuk manusia dan hewan. Obat yang boleh atau dapat di iklankan kepada masyarakat umum adalah obat yang masuk dalam daftar obat bebas dan obat bebas terbatas.

Kondisi nyata di lapangan memperlihatkan bahwa masyarakat di Desa Banyuajuh cenderung membeli obat tanpa resep dokter di apotik maupun di toko obat. Obat umum yang ada di pasaran merupakan obat bebas. Obat ini aman dikonsumsi apabila digunakan sesuai petunjuk. Masyarakat sering menggunakan obat bebas dan bebas terbatas tanpa mencari tahu keluhan yang dialaminya ke dokter. Kecepatan apabila dikonsumsi tidak sesuai takaran yang tepat atau tidak sesuai petunjuk pemakaian, obat bebas bahkan bisa berisiko membahayakan Kesehatan.

Upaya masyarakat untuk mengobati dirinya sendiri dikenal dengan istilah swamedikasi. Swamedikasi biasanya

dilakukan untuk mengatasi keluhan-keluhan dan penyakit ringan yang banyak dialami masyarakat, seperti demam, nyeri, pusing, batuk, influenza, sakit maag, dll.

Swamedikasi menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan. Pada pelaksanaannya swamedikasi dapat menjadi sumber terjadinya kesalahan pengobatan (medication error) karena keterbatasan pengetahuan masyarakat akan obat dan penggunaannya (Abdul, dkk, 2007).

Dengan semakin banyaknya variasi obat non resep yang ditawarkan oleh industri farmasi melalui iklan di media massa dapat menyebabkan semakin banyak pula masyarakat dibuat bingung untuk memutuskan pembelian jenis obat non resep mana yang dapat dikonsumsi untuk jenis penyakit yang ringan tetapi tetap berkualitas dan murah. Selain itu, aktivitas iklan obat di televisi masih banyak digunakan oleh para produsen dikarenakan apabila diiklankan melalui internet, banyak masyarakat yang mengategorikan obat tersebut sebagai obat palsu maupun obat ilegal. Untuk terkait obat palsu tentu masyarakat awam akan sulit menganalisis. Pada akhirnya stigma yang terbentuk yaitu iklan yang melalui media internet masih rawan sebagai channel yang menjamin kualitas produk yang aman dan terjamin, khususnya obat kesehatan. Suatu produk yang ditayangkan melalui iklan di televisi masih menjadi populer bagi produsen dalam rangka meraup keuntungan semata secara cepat. Demi mendapatkan keuntungan, hak konsumen pun biasanya diabaikan (Nugraha, 2017).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian merupakan penelitian deskriptif analitis yakni penelitian untuk menemukan

fakta-fakta dengan interpretasi yang tepat dan sekaligus untuk menguji hipotesis-hipotesis memberikan interpretasi yang lebih dalam tentang hubungan.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan juni-agustus 2021 di di Kelurahan Desa Banyuajuh wilayah RT 04, 05, 06, dan 07.

### Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah adalah menggunakan teknik accidental sampling. Jumlah orang diambil dari total 14.991 penduduk Desa Banyuajuh, besarnya sampel dalam penelitian ini adalah ditentukan menggunakan Rumus Taro Yamane (Vinna, 2013).

### Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner.

### Tehnik Analisis Data

#### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan merangkum data yang telah diperoleh, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting. Setelah mereduksi data maka akan memberikan suatu gambaran yang lebih jelas, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data dan selanjutnya mencarinya apabila diperlukan.

#### b. Penyajian Data

Selanjutnya dalam penyajian data penelitian mengkategorikan data yang diperoleh menurut pokok permasalahan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori,

dan sejenisnya. Dalam menyajikan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

#### a. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan menjawab rumusan masalah yang telah di rumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai masalah yang telah dibahas diawal.

#### b. Coding

Coding merupakan kegiatan merubah data berbentuk huruf menjadi data berbentuk angka atau bilangan. Pemberian kode bertujuan untuk mempermudah analisis data. Maka pada setiap hasil yang di dapat diberi kode dengan karakter masing-masing.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Responden senang melihat iklan obat di televisi

**Tabel 4.2 Hasil Kuisisioner Sikap Senang Responden Terhadap Iklan Obat di TV**

Item	Frekuensi (n=125)	Prosentase (%)
Saya senang TV yang menayangkan iklan jenis obat		
Ya	69	55,2
Tidak	56	44,8
Hal yang paling menarik saat saya menonton iklan TV adalah jenis obat		
Ya	85	68
Tidak	40	32

Dari Tabel 4.2 di atas terlihat bahwa jawaban berimbang antara responden yang senang 55, 2% dan tidak senang menonton tayangan iklan obat di TV 44,8%. Tetapi jawaban responden berbeda saat

ditanyakan jenis iklan yang menarik di TV ternyata 68% responden senang melihat iklan obat dan 32% yang tidak senang.

### Sikap Percaya Responden Pada Iklan Obat di TV

Tabel 4.3 Responden Percaya pada Iklan Obat di TV

Item	Frekuensi (n=125)	Prosentase (%)
1. Saya percaya Iklan TV yang menayangkan jenis obat		
Ya	71	56,8
Tidak	54	43,2
2. Saya yakin tentang informasi dan kebenaran iklan jenis obat di TV		
Ya	93	74,4
Tidak	32	25,6
3. Jika saya sakit saya akan membeli obat seperti iklan di TV		
Ya	76	60,8
Tidak	49	39,2
4. Saya tahu dan yakin mengenal jenis obat yang saya butuhkan dari Iklan TV		
Ya	84	67,2
Tidak	41	32,8
5. Iklan TV berguna bagi saya dalam memilih jenis obat		
Ya	94	75,2
Tidak	31	24,8
6. Saya lebih mempercayai jenis obat yang ada di Iklan TV dibandingkan dengan jenis obat yang dipasarkan oleh orang lain.		
Ya	91	72,8
Tidak	34	27,2

Data tentang kepercayaan responden tentang iklan obat di TV sebesar 56,8% dan yang tidak percaya sebesar 43,2%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terlalu jauh perbedaan antara responden yang percaya dan tidak percaya kepada iklan obat di TV. Tetapi hal berbeda tentang kuisioner pada item keyakinan tentang informasi dan kebenaran iklan jenis obat di TV. 74,4% responden yakin akan kebenaran informasi

dari iklan obat tersebut. Kondisi tersebut diperkuat oleh kondisi jika sakit 60,8% responden akan membeli obat seperti iklan di TV dibandingkan dengan 30,2% saja responden yang tidak membeli obat seperti iklan di TV tersebut.

Iklan obat di TV ini juga membuat 67,3% responden tahu dan yakin mengenal obat yang dibutuhkan saat sakit. Hal ini juga berbanding lurus dengan anggapan responden yang menganggap iklan di TV berguna bagi responden dalam memilih jenis obat. Terlihat di Tabel 4.3 di atas 75,2% responden yang memilih menjawab iya. Kepercayaan responden ini juga dikuatkan oleh kuisioner item mempercayai jenis obat yang ada di Iklan TV dibandingkan dengan jenis obat yang dipasarkan oleh orang lain. Sebanyak 72,8% responden lebih memilih jenis obat yang ditayangkan di iklan TV sedangkan responden yang tidak memilih jenis obat yang ditayangkan di iklan TV hanya sebesar 27,2% saja.

### Pengaruh Berpikir Responden Akibat Iklan Obat di TV

#### 4.4 Hasil Kuisioner Pengaruh Berpikir Responden Akibat Iklan Obat di TV

Item	Frekuensi (n=125)	Prosentase (%)
1. Iklan TV adalah cara belajar yang cepat dan mudah untuk mempelajari jenis obat yang ada di pasaran		
Ya	88	70,4
Tidak	37	29,6
2. Iklan TV menayangkan jenis obat yang lebih baik dibandingkan dengan jenis obat yang tidak ditayangkan di TV		
Ya	77	61,6
Tidak	48	38,4
3. Iklan TV membantu saya mengetahui merek jenis obat sesuai kebutuhan saya		
Ya	97	77,6

Tidak	28	22,4
4. Jenis obat yang ditayangkan Iklan di TV dapat diandalkan kebenarannya		
Ya	91	72,8
Tidak	34	27,2

Didapatkan 70,8% responden menganggap untuk mempelajari obat secara cepat dan mudah yang ada di pasaran dengan cara melihat di iklan TV. Hal ini diperkuat dengan item iklan TV membantu responden mengetahui merek jenis obat sesuai kebutuhan sebesar 77,6%. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Banyuwajuh percaya bahwa iklan obat di TV sebagai salah satu sumber yang dapat dipercaya mereka dalam memilih jenis obat. Untuk item kehandalan kebenaran tayangan iklan obat sebesar 72,8% responden setuju menjawab iya. Ini memperkuat item kuisioner yang menyatakan bahwa iklan obat yang ditayangkan di TV itu lebih baik dibandingkan dengan yang tidak ditayangkan di TV. Sebesar 61,6% responden setuju pendapat ini.

### Memilih Obat Berdasarkan Iklan Obat di TV

**Tabel 4.5 Keputusan Memilih Obat Berdasarkan Iklan Obat di TV**

Item	Frekuensi (n=125)	Prosentase (%)
1. Jenis obat yang ada di Iklan TV sangat membantu saya dalam menentukan pilihan jenis obat yang saya butuhkan		
Ya	92	73,6
Tidak	33	26,4
2. Saya membeli obat seperti Iklan di TV meskipun ada banyak pilihan jenis obat di Toko		
Ya	86	68,8
Tidak	39	31,2

3. Iklan TV membantu saya membeli jenis obat terbaik dengan harga yang cocok		
Ya	105	84
Tidak	20	16
4. Iklan TV kebanyakan hanya menampilkan kesan adanya perbedaan jenis obat satu dengan jenis obat lain walaupun sebenarnya mungkin sama		
Ya	30	24
Tidak	95	76
5. Iklan TV tidak memberikan informasi tentang kondisi jenis obat sebenarnya		
Ya	38	30,4
Tidak	87	69,6
6. Umumnya Iklan TV menunjukkan gambaran yang benar tentang pemilihan jenis obat		
Ya	89	71,2
Tidak	36	28,8
7. Iklan TV memberikan informasi jenis obat sebenarnya secara lengkap sesuai kebutuhan saya		
Ya	95	76
Tidak	30	24

Hasil penelitian terhadap responden dalam pemilihan obat menemukan bahwa 73,6 responden menganggap iklan obat di TV sangat membantu mereka dalam menentukan pilihan jenis obat saat membeli. Responden tersebut beranggapan bahwa iklan obat di TV tersebut merupakan jenis obat terbaik dengan harga yang cocok di pasaran. Sebanyak 84% responden setuju dengan hal tersebut. Ini menunjukkan bahwa iklan obat di TV tersebut membantu responden memilih jenis obat yang dibutuhkan mereka.

Iklan obat TV juga memberikan gambaran yang benar dalam pemilihan jenis obat. Pendapat ini disetujui oleh 71,2% responden. Kondisi ini juga selaras dengan 30,4% responden menjawab tentang iklan TV tidak memberikan informasi tentang kondisi jenis obat sebenarnya. Item kuisioner yang menyatakan bahwa iklan obat di TV

memberikan informasi jenis obat sebenarnya secara lengkap sesuai kebutuhan responden disetujui 76% responden. Artinya masyarakat Desa Banyuwajuh yakin bahwa iklan obat di TV merupakan petunjuk yang baik dan benar dalam memilih obat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuisioner responden pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa :

1. Masyarakat Desa Banyuwajuh senang melihat iklan obat bebas dan bebas terbatas di TV karena di dalamnya terdapat edukasi tentang penyakit terutama saat pandemi ini. Kepercayaan masyarakat Desa Banyuwajuh terhadap isi iklan obat bebas dan bebas terbatas termasuk tinggi termasuk juga mereka akan memilih jenis obat seperti iklan obat di TV pada saat mereka sakit.
2. Keputusan memilih obat seperti iklan di TV juga dipengaruhi oleh seringnya masyarakat melihat tayangan iklan obat di TV tersebut. Hasil Uji Korelasi menunjukkan nilai 0,38 berarti ada pengaruh melihat tayangan obat di iklan TV dengan pola konsumsi masyarakat Desa Banyuwajuh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Muchid, Fatimah Umar, Chusun Sus. 2007. Pedoman penggunaan obat bebas dan bebas terbatas, Jakarta.
- BPOM. 2017. Pedoman Pengawasan Periklanan Obat. Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Nugraha AR. 2017. Pengaruh terpaan iklan obat non resep dengan sikap masyarakat (Studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obat non resep yang tayang pada televisi dengan

sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian), Jakarta.

- Vinna Indahtianti. 2013. Hubungan Pelayanan Sirkulasi Dengan Pembentukan Citra Perpustakaan (Studi Deskriptif di Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia), Jakarta.