

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan obat merupakan keterangan atau pernyataan mengenai obat dalam bentuk gambar, tulisan, atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan obat (BPOM, 2017). Penelitian menunjukkan bahwa 55% masyarakat memperoleh informasi mengenai obat dari iklan di televisi, 40% dari anggota keluarga atau teman dan 5% melalui iklan radio, poster atau spanduk (Dianawati dkk., 2008). Obat-obat yang diiklankan di televisi dapat dibeli bebas tanpa resep dokter ke sarana pelayanan kefarmasian seperti Apotek. Masyarakat dapat memilih obat bebas dan bebas terbatas melalui swamedikasi (Djunarko & Hendrawati, 2011).

Swamedikasi atau mengobati diri sendiri adalah kegiatan atau tindakan mengobati diri sendiri dengan obat tanpa resep secara tepat dan rasional (Djunarko & Hendrawati, 2011). Adanya swamedikasi ini selain faktor dari pasien yang malas, pasien juga tidak ingin mengantri untuk konsultasi dan mendapatkan resep dari dokter. Selain itu, mengurangi biaya dalam pembelian obat, lebih murah biaya obat dengan swamedikasi dibandingkan obat yang didapat dari resep (Hartati & Utari, 2022). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2019, terdapat 71,04% masyarakat Jawa Timur yang melakukan swamedikasi (pengobatan sendiri). Pada tahun 2020 mengalami peningkatan mencapai 71,61% dan

tahun 2021 meningkat menjadi 83,80 % (BPS, 2022). Sedangkan di Kabupaten Banyuwangi sendiri menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2021 terdapat 84,39% masyarakat yang melakukan swamedikasi atau menyimpan obat dirumah (BPS, 2021). Data tersebut didukung dengan banyaknya jumlah obat bebas dan bebas terbatas yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk melakukan swamedikasi (Prabandani & Febriyanti, 2016). Pengetahuan yang diperoleh seseorang dapat berpengaruh terhadap sikap atau respon dalam melaksanakan atau mempraktikan apa yang diketahui (Kardewi, 2018). Sikap merupakan respon evaluatif yang dapat hadir dalam bentuk positif maupun bentuk negatif (Azwar, 2022).

Swamedikasi biasa dilakukan untuk mengatasi keluhan dan penyakit ringan yang banyak dialami masyarakat salah satunya seperti flu. Oleh karena itu pemilihan obat flu harus didasarkan pada gejala yang muncul sehingga diperlukan pengetahuan dan perilaku yang tepat dalam memperhatikan indikasi dan komposisi obat flu yang diminum agar komponen obat sesuai dengan gejala yang flu yang dialami (Ariyanti dkk., 2018). Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dianawati dkk, (2008) menyatakan bahwa informasi yang ada pada iklan obat mampu menimbulkan kepercayaan pada masyarakat sehingga pengetahuan hasil persepsi tersebut akan mempengaruhi perilakunya dalam swamedikasi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2011), yang menyatakan bahwa iklan obat flu di televisi berpengaruh positif terhadap pemilihan obat flu secara swamedikasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari data hasil penjualan Apotek Dunia Sehat selama satu bulan, diperoleh 5.575 konsumen. Sebanyak 4.181 konsumen yang membeli obat secara swamedikasi dan 1.394 konsumen membeli obat dengan resep dokter. Dari total 4.181 konsumen yang melakukan swamedikasi terdapat 2.509 konsumen yang melakukan swamedikasi obat flu.

Berdasarkan penggalan informasi yang diperoleh di Apotek Dunia Sehat, dari pertanyaan awal yang disampaikan ke konsumen, diketahui bahwa alasan pembelian obat flu adalah berdasarkan iklan di televisi. Disesuaikan dengan gejala atau keluhannya ternyata tidak sesuai antara komposisi obat dengan keluhan yang dialami oleh pasien. Sehingga diperlukan penelitian yang terkait dengan pengetahuan dan sikap, dari selain jumlah konsumen yang melakukan swamedikasi obat flu di Apotek Dunia Sehat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah pengetahuan dan sikap konsumen terhadap iklan obat flu di televisi pada pemilihan obat secara swamedikasi di Apotek Dunia Sehat ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan umum

Mengetahui tentang pengetahuan dan sikap konsumen terhadap iklan obat flu

di televisi pada pemilihan obat secara swamedikasi di Apotek Dunia Sehat.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Mengetahui pengetahuan konsumen terhadap iklan obat flu di televisi pada pemilihan obat secara swamedikasi di Apotek Dunia Sehat.
- b. Mengetahui sikap dan tanggapan konsumen terhadap iklan obat flu di televisi pada pemilihan obat secara swamedikasi di Apotek Dunia Sehat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Bagi Masyarakat

Memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat dalam memilih atau menggunakan obat flu dalam tindakan swamedikasi.

1.4.3 Bagi Peneliti

Sarana mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah didapatkan saat kuliah, khususnya dalam melakukan penelitian dan menambah wawasan peneliti.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Iklan Obat

2.1.1 Definisi Iklan

Iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran) mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang didalamnya menyampaikan suatu pesan iklan bahwa pada umumnya harus dibeli oleh satu sponsor yang diketahui. Iklan juga merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya luas. Sedangkan iklan obat adalah pesan yang disampaikan melalui komunikasi media massa oleh perusahaan farmasi tertentu untuk meningkatkan pemasaran (Morissan, 2010)

2.1.2 Kriteria Iklan

Informasi mengenai produk obat dalam iklan harus sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam PerBPOM No.8 tahun 2017 tentang Pedoman Pengawasan Periklanan Obat sebagai berikut:

- 1) Obyektif: harus memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfaatan dan keamanan obat yang telah disetujui.
- 2) Lengkap: harus mencantumkan tidak hanya informasi tentang khasiat obat, tetap

juga memberikan informasi tentang hal-hal yang harus diperhatikan, misalnya adanya kontraindikasi dan efek samping.

- 3) Tidak menyesatkan: informasi obat harus jujur, akurat, bertanggung jawab serta tidak boleh memanfaatkan kekuatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan. Disamping itu, cara penyajian informasi harus berselera baik dan pantas serta tidak boleh menimbulkan persepsi khusus di masyarakat yang mengakibatkan penggunaan obat berlebihan atau tidak berdasarkan pada kebutuhan.
- 4) Iklan obat tidak boleh ditujukan untuk khalayak anak-anak atau menampilkan anak-anak tanpa adanya supervisi orang dewasa atau memakai narasi suara anak-anak yang menganjurkan penggunaan obat.
- 5) Iklan obat tidak boleh menggambarkan bahwa keputusan penggunaan obat diambil oleh anak-anak.
- 6) Iklan obat tidak boleh diperankan oleh tenaga profesi kesehatan atau aktor yang berperan sebagai profesi kesehatan dan atau menggunakan “*setting*” yang beratribut profesi kesehatan dan laboratorium. Iklan obat tidak boleh memberikan pernyataan superlatif, komparatif tentang indikasi, kegunaan/manfaat obat.

2.1.3 Iklan Televisi

Televisi biasa dikenal sebagai media iklan paling kuat dan menjangkau masyarakat dengan sangat luas. Iklan televisi mendapatkan dua keistimewaan. Pertama iklan televisi bisa menjadi media efektif untuk mempromosikan suatu produk dengan sangat jelas dan secara efektif juga menjelaskan manfaat kepada

konsumennya. Kedua, iklan televisi bisa menggambarkan secara dramatis tentang penggunaan dan pencitraan pemakaian, keistimewaan suatu produk, dan atau hal yang lainnya (Kusumawati, 2017).

Agar komunikasi dapat berjalan efektif antara pihak satu dengan pihak yang lain diperlukan beberapa unsur komunikasi yaitu komunikator, komunikasi, pesan dan saluran atau media. Dari berbagai media yang ada, iklan melalui media televisi dianggap sangat efektif dalam memperkenalkan suatu produk. Televisi adalah media 24 jam yang dapat menjangkau segala lapisan masyarakat mulai dari berbagai kelompok umur, kelas, sosial, gaya hidup, dan profesi (Liliweri, 2013).

2.2 Domain Perilaku Kesehatan

Menurut Notoatmodjo (2014) dalam perkembangan selanjutnya oleh para ahli pendidikan, dan untuk kepentingan pengukuran hasil pendidikan perilaku kesehatan dibagi menjadi 3 domain yaitu :

2.2.1 Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan hal ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2014).

b. Tingkatan Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2010), tingkat pengetahuan manusia di bagi menjadi tingkatan, seperti :

- a) Tahu (*Know*), diartikan sebagai mengingat materi yang sudah dipelajari sebelumnya. Oleh karena itu, tahu adalah tingkatan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu apa yang di pelajari seperti menguraikan, menyebutkan, mendefinisikan dan sebagainya.
- b) Memahami (*Comprehension*), diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang apa yang sudah diketahui dan dapat menginterpretasikan materi secara benar. Orang yang paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyimpulkan, menyebutkan contoh, meramalkan dan sebagainya terhadap apa yang sudah dipelajari.
- c) Aplikasi (*Aplication*), diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang sudah dipelajari padaa suatu kondisi yang nyata.
- d) Analisis (*Analysis*), diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau objek ke dalam komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi dan masih ada kaitannya antara satu sama lain. Kemampuan ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti memisahkan, menggambarkan, membedakan, mengelompokkan dan sebagainya.
- e) Sintesis (*Syntesis*), merupakan suatu kemampuan untuk menghubungkan atau menyusun, meringkas, merencanakan, menyesuaikan sesuatu terhadap teori atau rumusan yang sudah ada.

- f) Evaluasi (*Evaluation*), hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek atau materi, penilaian ini berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan.

c. Kategori Penilaian Pengetahuan

Penilaian pengetahuan terbagi menjadi 3 kategori, yaitu :

1. Baik, jika menjawab benar 76%-100% dari seluruh pertanyaan.
2. Cukup, jika menjawab benar 56%-75% dari seluruh pertanyaan.
3. Kurang, jika menjawab benar < 56% dari seluruh pertanyaan.

2.2.2 Sikap

a. Pengertian Sikap

Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan (senang-tidak senang, setuju-tidak setuju, baik-tidak baik) (Notoatmojo, 2014).

b. Tingkatan Sikap

Notoatmodjo (2014) Menjelaskan seperti halnya dengan pengetahuan, sikap ini terdiri dari berbagai tingkatan, yakni :

- a) Menerima(receiving)

Menerima, di artikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang di berikan (objek). Misalnya sikap orang terhadap gizi dapat di lihat dari kesediaan dan perhatian itu terhadap ceramah-ceramah tentang gizi.

b) Merespons (responding)

Memberikan jawaban apabila di tanya, mengerjakan dan menyelesaikan tugas yang di berikan adalah suatu indikasi dari sikap. Karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang di berikan, lepas pekerjaan itu benar atau salah, berarti orang menerima ide tersebut.

b) Menghargai (valving)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga. Misalnya, seorang ibu yang mengajak ibu yang lain (tetangganya, saudaranya, dan sebagainya) untuk pergi menimbang anaknya ke posyandu, atau mendiskusikan tentang gizi, adalah suatu bukti bahwa si ibu tersebut telah mempunyai sikap positif terhadap gizi anak.

c) Bertanggung jawab (responsible)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah di pilihnya dengan segala risiko merupakan sikap yang paling tinggi. Misalnya, seorang ibu mau menjadi akseptor KB meskipun mendapat tantangan dari mertua atau orang tuanya sendiri.

2.2.3 Tindakan atau Praktik

Respon akhir atau respon lebih jauh setelah sikap akibat dari stimulus objek yang diketahui untuk mewujudkan sikap menjadi suatu pembuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain ada fasilitas (Notoatmojo, 2014).

2.3 Swamedikasi

2.3.1 Pengertian Swamedikasi

Swamedikasi merupakan upaya yang dilakukan untuk mengatasi penyakit atau gejala yang dialami diri sendiri dengan pengetahuan dan persepsinya sendiri tanpa bantuan atau suruhan seseorang yang ahli dalam bidang medik atau obat. Obat- obat yang digunakan dalam swamedikasi adalah obat tanpa resep dokter (OTR). Di Indonesia yang termasuk OTR meliputi obat wajib apotek (OWA) atau obat keras yang dapat diserahkan oleh apoteker kepada pasien di apotek tanpa resep dokter, obat bebas dan obat bebas terbatas (Djunarko & Hendrawati, 2011).

Kurangnya pengetahuan pada masyarakat mengakibatkan pengobatan pada diri sendiri sering tidak rasional. Masyarakat perlu dibekali pengetahuan tentang obat bebas dan obat bebas terbatas agar penggunaan sendiri dapat efektif, tepat, dan rasional maka diperlukan tersedianya tenaga, sarana dan prasarana untuk mendapatkan informasi yang obyektif dari sumber yang tepat dan terpercaya (Tjay dan Rahardja, 2010).

2.3.2 Hal-Hal yang Harus Diperhatikan dalam Swamedikasi

Berdasarkan informasi yang dikeluarkan oleh BPOM pada tahun 2014 mengenai Swamedikasi yang Aman, obat yang dapat digunakan untuk swamedikasi yaitu obat golongan obat bebas dan obat bebas terbatas.

- 1) Obat bebas adalah obat yang dapat dibeli tanpa resep dokter. Tanda khusus pada kemasan dan etiket obat bebas adalah lingkaran hijau dengan garis tepi berwarna hitam.

- 2) Obat bebas terbatas adalah obat yang sebenarnya termasuk obat keras tetapi masih dapat dibeli tanpa resep dokter. Obat ini biasa disertai dengan tanda peringatan. Tanda khusus pada kemasan dan etiket obat bebas terbatas adalah lingkaran biru dengan garis tepi berwarna hitam.



Keterangan: a. Tanda khusus obat bebas; b. Tanda khusus obat bebas terbatas

Gambar 2.1 Tanda Khusus Golongan Obat (Depkes RI, 2007)

P. No. 1 Awas ! Obat Keras Bacalah aturan pemakaiannya	P. No. 2 Awas ! Obat Keras Hanya untuk kumur, jangan ditelan
P. No. 3 Awas ! Obat Keras Hanya untuk bagian luar dari badan	P. No. 4 Awas ! Obat Keras Hanya untuk dibakar
P. No. 5 Awas ! Obat Keras Tidak boleh ditelan	P. No. 6 Awas ! Obat Keras Obat wasir, jangan ditelan

Gambar 2.2 Tanda Peringatan pada Obat Bebas Terbatas (Depkes RI, 2007)

Berdasarkan Informasi yang dikeluarkan oleh BPOM pada tahun 2014 mengenai Swamedikasi yang Aman, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam tindakan swamedikasi, yaitu:

- 1) Mengenali kondisi ketika akan melakukan swamedikasi seperti kehamilan, berencana untuk hamil, menyusui, umur (balita atau lansia), diet khusus (diet rendahgula, diet rendah garam), mempunyai penyakit lain yang baru diderita.
 - 2) Memahami adanya kemungkinan interaksi obat dengan obat lain, obat dengan minuman atau makanan.
 - 3) Mewaspadaai efek samping yang mungkin muncul seperti mengantuk, mual, reaksi alergi, gatal-gatal, ruam dan lain-lain baik yang bisa ditoleransi ataupun yang memerlukan penanganan medis.
 - 4) Meneliti obat yang akan dibeli seperti bentuk sediaan dari obat tersebut dan pastikan bahwa kemasan obat tersebut tidak rusak serta sudah memiliki nomor izin edar yang ditetapkan oleh BPOM.
 - 5) Mengetahui cara penggunaan obat yang benar dengan membaca aturan pakai sesuai informasi pada label kemasan.
 - 6) Mengetahui cara penyimpanan obat yang baik sesuai dengan jenis sediaan obatnya, agar obat tersebut tidak mudah rusak dan terjaga potensi obatnya.
- (BPOM, 2014)

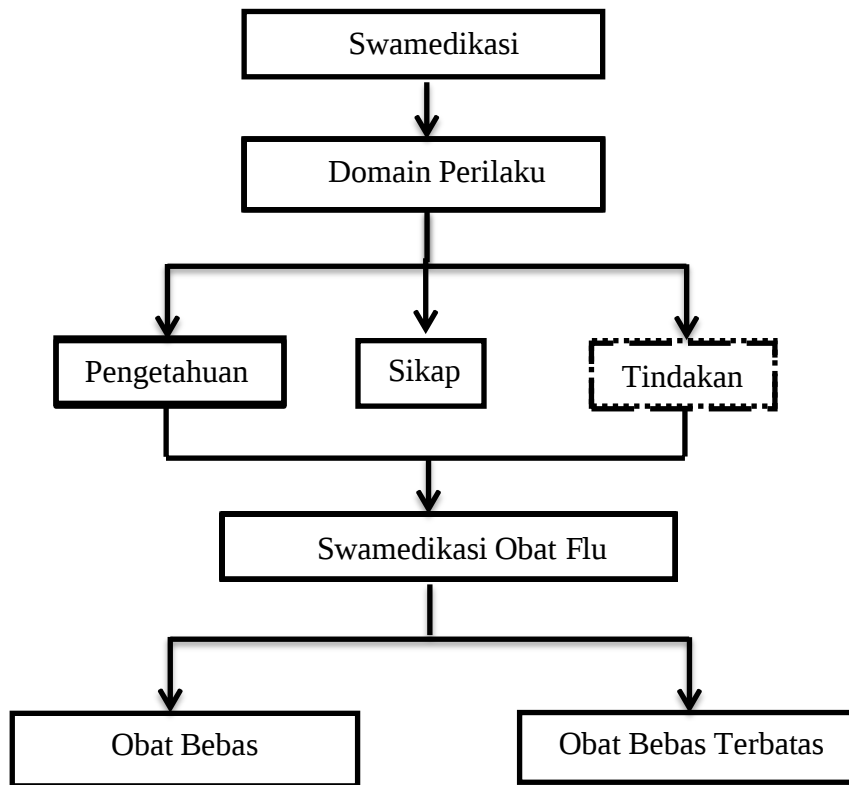
Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor: 919/Menkes/Per/X/1993 Tentang Kriteria Obat Yang Dapat Diserahkan Tanpa Resep, obat yang dapat diserahkan tanpa resep harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Tidak dikontraindikasikan untuk penggunaan pada wanita hamil, anak di bawahusia 2 tahun dan orang tua di atas 65 tahun
- 2) Pengobatan sendiri dengan obat dimaksud tidak memberikan resiko pada

kelanjutan penyakit

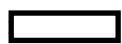
- 3) Penggunaannya tidak memerlukan cara dan atau alat khusus yang harus dilakukan oleh tenaga kesehatan.
- 4) Penggunaannya diperlukan untuk penyakit yang prevalensinya tinggi di Indonesia.
- 5) Obat yang dimaksud memiliki rasio khasiat keamanan yang dapat dipertanggungjawabkan untuk pengobatan sendiri.

2.4 Kerangka Konsep



Gambar 2.3 Kerangka konsep

Keterangan :



: Diteliti



: Tidak diteliti

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan metode pengambilan data secara prospektif.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Mei tahun 2023.

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Apotek Dunia Sehat. Tempat ini dipilih karena peneliti berasal dari wilayah tersebut dan cukup mengetahui kondisi perkembangan apotek di wilayah tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah semua pasien yang membeli obat flu di Apotek Dunia Sehat Jajag Banyuwangi selama bulan April- Mei 2023.

3.3.2 Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah semua pasien yang datang di Apotek Dunia Sehat selama bulan April- Mei 2023 dan memenuhi kriteria inklusi.

3.4 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

3.4.1 Kriteria Inklusi

- a. Pernah melakukan tindakan swamedikasi flu
- b. Berusia 18 tahun ke atas (UU Nomor 13 Tahun 2003 pasal 68 tentang ketenagakerjaan. Berdasarkan ketentuan undang-undang, batas usia minimal tenaga kerja di Indonesia adalah 18 tahun.)
- c. Pasien bersedia mengisi kuisioner

3.4.2 Kriteria Eksklusi

- a. Pasien tidak dapat mengingat riwayat swamedikasi
- b. Pasien yang membeli obat flu tetapi bukan untuk dirinya sendiri

3.5 Instrumen Penelitian

Penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner terdiri dari 2 bagian kuesioner yaitu :

- a. Kuesioner aspek pengetahuan terdiri dari 7 pertanyaan, terdiri dari :
 - a. Kriteria iklan : pertanyaan 1,4
 - b. Informasi iklan : pertanyaan 2,5

- c. Komponen iklan : pertanyaan 3,6,7

Setiap pertanyaan dirancang dengan skala pilihan jawaban yaitu “ya” dan “tidak”. Skor maksimal adalah 7 poin. Terdapat 2 (dua) jenis pertanyaan, yaitu:

- a. *Favorable* : Pertanyaan 2, 4, dan 5. Jika jawaban “ya” skornya adalah +1, “tidak” adalah 0.
- b. *Unfavorable* : Pertanyaan 1, 3, 6, dan 7. Jika jawaban “tidak” skornya +1, “ya” adalah 0.

Analisis data dan pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Jumlah skor benar

N = Jumlah skor maksimum

- b. Kuesioner aspek sikap terdiri dari 7 pernyataan dengan lima jawaban yang hasilnya akan diolah dan dianalisis. Dalam kuesioner terdapat 7 pernyataan, yang terdiri dari 3 *item favorable* dan 4 *item unfavorable*. *Item favorable* terdapat dalam pertanyaan nomor 2, 4, dan 5. *Item unfavorable* terdapat dalam pertanyaan nomor 1, 3, 6, dan 7.

Skor *item favorable* yaitu : Sangat Setuju : +5

Setuju : +4

Kurang Setuju : +3

Tidak Setuju : +2

Sangat Tidak Setuju : +1

Skor *item unfavorable* yaitu :

Sangat Setuju : +1

Setuju : +2

Kurang Setuju : +3

Tidak Setuju : +4

Sangat Tidak Setuju : +5

Kriteria penilaian penelitian ini diperoleh skor tertinggi dalam satu kuesioner responden adalah 35, dimana merupakan hasil skor tertinggi per item kali 7 pernyataan. Skor terendah dalam satu kuesioner responden adalah 7, dimana diperoleh dari hasil skor terendah per item kali 7 pernyataan. Terdapat 4 kategori dalam penelitian ini yaitu sangat baik, baik, cukup baik, dan kurang baik.

$$I = \frac{R}{K}$$

I = Interval kelas

R = Range/kisaran = (35-7) = 28

K = Jumlah kategori = 4

Jadi,

$$I = \frac{28}{4}$$

Kategori :

1. Sangat baik : 22 - 28
2. Baik : 15 - 21
3. Cukup Baik : 8 - 14
4. Kurang Baik : 1 - 7

3.6 Prosedur Penelitian

3.6.1 Tahap Pra Penelitian

Tahap persiapan meliputi :

- a. Pembuatan surat pengantar penelitian dari LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Banyuwangi untuk melakukan penelitian di Apotek Dunia Sehat Jajag Banyuwangi.
- b. Permohonan izin kepada pemilik Apotek Dunia Sehat Jajag Banyuwangi untuk melakukan pra penelitian.

3.6.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian

Tahap pelaksanaan penelitian meliputi :

- a. Melakukan validasi dan reabilitas kuesioner
- b. Pengambilan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada pasien yang datang ke Apotek Dunia Sehat Jajag Banyuwangi untuk membeli obat flu dengan kriteria yang sudah ditentukan sesuai kriteria inklusi
- c. Peneliti mendokumentasikan kegiatan penelitian dalam bentuk foto.

3.6.3 Tahap Pengolahan Data dan Penyusunan Laporan

- a. Peneliti mengolah data yang sudah diperoleh dari hasil penelitian dengan menggunakan komputer untuk memudahkan dalam analisis data.
- b. Penyusunan hasil penelitian ke dalam naskah KTI sampai dengan selesai.

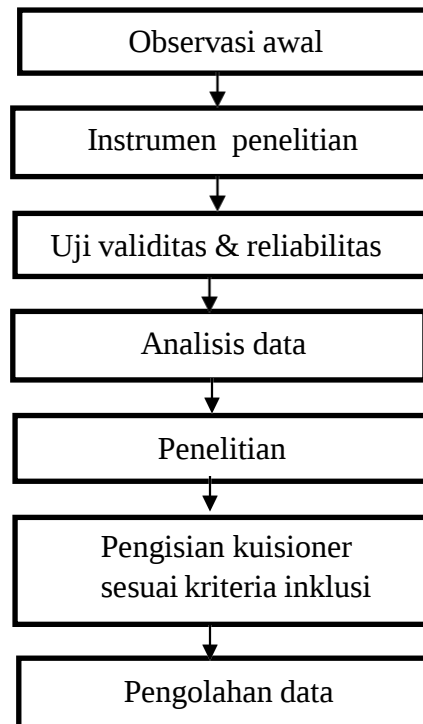
3.7 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Skala data	Instrumen penelitian	Kriteria objektif
Pengetahuan	Suatu pemahaman konsumen terhadap iklan obat flu pada pemilihan obat secara swamedikasi meliputi : informasi iklan, kriteria iklan, komponen iklan	Rasio	Kuesioner	<i>Favorable</i> : Pertanyaan 2,4,dan 5 Ya = +1 Tidak = 0 <i>Unfavorable</i> : pertanyaan 1,3,6 dan 7 Ya = 0 Tidak = +1 Kategori : Baik, jika menjawab benar 76%-100% dari seluruh pertanyaan. Cukup, jika menjawab benar 56%-75% dari seluruh pertanyaan. Kurang, jika menjawab benar < 56% dari seluruh pertanyaan.
Sikap	Sikap konsumen	Ordinal	Kuisisioner	Dibuat dalam pertanyaan dengan 5

	terhadap iklan obat flu di televisi pada pemilihan obat secara swamedikasi			jawaban : Sangat Setuju Kurang SetujuSetuju Tidak Setuju Sangat Tidak setuju Skor Item <i>Favorable</i> (Pernyataan no. 2, 4, 5) Sangat setuju : +5 Kurang setuju : +4 Setuju : +3 Tidak setuju : +2 Sangat tidak setuju : +1 Item <i>Unfavorable</i> (Pernyataan no. 1,3, 6 dan 7) Sangat setuju : +1 Kurang setuju : +2 Setuju : +3 Tidak setuju : +4 Sangat tidak setuju : +5 Kategori : 1. Sangat baik : 22-28 2. Baik : 15-21 3. Cukup baik : 8-14 4. Kurang baik : 1-7
--	---	--	--	--

3.8 Alur Penelitian



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.9 Analisis Data

Data yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah data deskriptif. Data disajikan dalam bentuk tabel berupa persentase pasien dengan pengetahuan (baik, cukup, dan kurang) dan sikap (sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik).

3.10 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian harus valid dan reliabel oleh karena itu instrumen harus diuji validitas untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat digunakan untuk pengambilan data, sehingga data yang diperoleh valid (Sugiyono, 2019).

3.10.1 Uji Validitas

Uji Validasi adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen mampu atau dapat digunakan untuk mengukur suatu instrumen. Validitas instrumen dihitung dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh pada tiap pertanyaan dengan skor total yang merupakan penjumlahan dari semua skor item pertanyaan. Instrumen dapat diketahui validitasnya menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment. Instrumen dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk taraf kesalahan 5% (Sugiyono, 2019)

3.10.2 Uji Reliabilitas

Reliabel menunjukkan bahwa instrumen dapat dipercaya, artinya berapa kalipun digunakan untuk mengukur, maka akan menghasilkan data yang sama/hasil pengukuran yang konsisten. Uji reliabilitas dengan menggunakan nilai Alpha Chrombach. Instrumen dapat dikatakan reliable jika memiliki koefisien (Sugiyono, 2019) antara lain:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 - 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 - 0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 - 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 - 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 - 1,00 berarti sangat reliabel

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan software Statitital Package for Social Science (SPSS). Berdasarkan data hasil uji reliabilitas yang terlampir dapat diketahui bahwa pertanyaan menunjukkan kuesioner telah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0,61 yakni 0,870 (Variabel Pengetahuan) dan nilai Cronbach's Alpha > 0,61 yakni 0,776 (Variabel Sikap)