

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Iklan

Iklan adalah pesan yang disiarkan secara publik dan dibayar untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, dengan tujuan menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas. Iklan sering muncul di media massa seperti televisi, radio, media cetak, internet, dan media sosial. Iklan seringkali dibuat dengan strategi dan gaya bahasa tertentu untuk menarik perhatian dan memotivasi khalayak sasaran untuk melakukan sesuatu tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menerima ide yang diiklankan (Didik, 2023).

Tujuan dari iklan sebagai berikut (Rahmawati, 2013) :

1. Mendorong peningkatan permintaan.
2. Mengimbangi iklan pesaing.
3. Meningkatkan penggunaan dari produk.
4. Memperkuat citra produk dalam ingatan konsumen.

B. Aspek Utama Periklanan

Iklan adalah elemen yang umum digunakan dalam pemasaran. Bahkan periklanan memegang peranan penting dalam kehidupan modern saat ini. Ada beberapa faktor kunci yang menjadi aspek utama periklanan meliputi (Menkes, 2010) :

1. Periklanan perlu menarik perhatian calon konsumen terhadap suatu produk atau jasa disediakan oleh suatu perusahaan.

2. Calon konsumen didorong untuk memperhatikan dan menaruh minat terhadap produk tersebut, yang memberikan alasan bagi mereka untuk membeli.
3. Periklanan juga penting untuk menghubungkan konsumen yang sudah ada dan mengingatkan mereka tentang alasan mereka memilih produk yang diiklankan.

Ada beberapa faktor penting yang harus dipenuhi oleh iklan, antara lain (Didik 2023) :

1. Iklan harus mampu memberikan informasi yang menarik dan menyeluruh kepada calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.
2. Iklan harus menyampaikan manfaat produk dan informasi lain terkait bahan dan cara penggunaan produk. Periklanan bertujuan untuk membuat calon konsumen memperhatikan dan tertarik pada produk.
3. Periklanan juga penting untuk menghubungkan konsumen yang sudah ada dan mengingatkan mereka akan alasan dalam memilih produk yang diiklankan.
4. Konsumen lama juga didorong untuk tetap terhubung dengan produk dan layanan terbaru yang tersedia dengan banyak mengingatkan mereka tentang produk tersebut.

Iklan dapat disajikan dalam berbagai bentuk media yaitu media elektronik, cetak, dan *outdoor* (luar ruangan). Media elektronik terdiri atas media *audio* dan *audio visual*. Kemudian media cetak terdiri atas surat kabar, majalah, dan *direct mail*. Sedangkan media *outdoor* (luar ruangan) diantaranya seperti *billboard* dan stiker (Rahmawati, 2013).

C. Iklan Televisi

Iklan televisi merupakan salah satu media pemasaran suatu perusahaan untuk menarik konsumen, iklan perusahaan mengundang pemahaman konsumen terkait informasi yang diberikan, mengetahui keberadaan produk yang diiklankan dan melakukan pembelian aktual. Iklan yang disampaikan melalui televisi lebih efektif dalam memvisualkan sebuah produk yang diiklankan (Sari, 2020).

Tujuan utama dari iklan adalah menjual atau mengingatkan penjualan barang, jasa atau ide. Adanya iklan sering mengakibatkan terjadinya penjualan dengan segera meskipun banyak juga penjualan yang baru terjadi pada waktu mendatang (Wiguna *et al.*, 2016).

Media massa televisi berfungsi sebagai agen industri media transnasional mengedepankan nilai-nilai yang melekat dalam proses industrialisasi yang diadopsi masyarakat di negara perkotaan. Iklan menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan fisik yang sifatnya sementara seperti kosmetik, makanan, minuman, obat-obatan, pakaian dan kendaraan. Menurut iklan yang kita lihat setiap hari, pola pemilihan kebutuhan masyarakat mungkin juga terpengaruh. Begitu juga dengan pemilihan obat yang digunakan untuk meningkatkan, mengobati, dan mempertahankan kesehatan (Rachmawati, 2011).

D. Iklan Obat

Obat yang diiklankan wajib telah memiliki izin edar. Obat bebas dan obat bebas terbatas dapat diiklankan kepada masyarakat umum. Sedangkan obat keras, narkotika, dan psikotropika hanya dapat diiklankan kepada tenaga kesehatan (BPOM, 2021).

Informasi yang tercantum dalam Iklan wajib memenuhi kriteria sebagai berikut (BPOM, 2021) :

1. Objektif, yaitu memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat khasiat dan keamanan obat.
2. Lengkap, yaitu mencantumkan informasi tentang khasiat, keamanan dan mutu obat yang diiklankan.
3. Tidak Menyesatkan, yaitu memberikan informasi obat seperti sifat, harga, bahan, mutu, komposisi, indikasi, atau keamanan obat yang tidak menimbulkan gambaran/persepsi yang menyesatkan.

Obat keras, narkotika dan psikotropika hanya dapat diiklankan melalui media periklanan berupa media cetak ilmiah kedokteran dan media cetak ilmiah kefarmasian (BPOM, 2021).

E. Swamedikasi

Upaya masyarakat untuk mengobati dirinya sendiri dikenal dengan swamedikasi. Swamedikasi biasanya dilakukan untuk mengatasi keluhan dan penyakit ringan yang banyak dialami masyarakat, seperti demam, nyeri, pusing, batuk, influenza, sakit maag, kecacingan, diare, penyakit kulit dan lain-lain. Swamedikasi menjadi alternatif yang diambil masyarakat untuk meningkatkan keterjangkauan pengobatan (Syaima, 2023).

Tindakan swamedikasi cenderung memungkinkan untuk meningkatkan. Beberapa faktor berperan dalam peningkatan ini, yaitu pemahaman masyarakat terhadap penyakit ringan dan berbagai gejala dan pengobatannya, motivasi masyarakat untuk mencegah atau mengobati penyakit ringan yang dapat dikenali

sendiri, tersedia dan mudah mendapatkan obat yang dapat dibeli secara bebas tanpa resep dokter (OTC/*Over The Counter*) tersedia secara luas dan murah untuk mengobati penyakit ringan atau gejala muncul dan diterimanya pengobatan tradisional sebagai bagian dari sistem kesehatan (Depkes, 2007).

Pengobatan mandiri mencakup 4 kriteria, sebagai berikut :

1. Tepat golongan obat, menggunakan obat golongan bebas dan bebas terbatas.
2. Tepat kelas terapi obat, menggunakan obat yang sesuai dengan kelas terapi dan penyakit.
3. Tepat dosis obat, menggunakan obat sesuai dengan aturan dosis
4. Tepat lama penggunaan obat.

F. Keuntungan dan Risiko Swamedikasi

Keuntungan yang dari melakukan swamedikasi antara lain adalah sebagai berikut (Syaima, 2023) :

1. Meningkatkan akses untuk obat-obatan dan bantuan untuk pasien.
2. Pasien berperan aktif dalam menjaga kesehatannya sendiri.
3. Keterampilan dokter dan apoteker.
4. Mengurangi beban pemerintah dengan berkurangnya pengeluaran kesehatan terkait pengobatan penyakit ringan.

Risiko yang mungkin dihadapi apabila melakukan swamedikasi sebagai berikut (Syaima, 2023) :

1. Diagnosa penyakit yang salah.
2. Terjadi keterlambatan dalam mencari saran dari tenaga kesehatan apabila diperlukan.

3. Kemungkinan terjadi interaksi obat yang berbahaya.
4. Pemilihan terapi yang salah.
5. Terjadi risiko ketergantungan dan penyalahgunaan obat

G. Golongan Obat Untuk Swamedikasi

Golongan obat yang dapat digunakan untuk swamedikasi adalah sebagai berikut (Depkes 2007) :

1. Obat Bebas

Obat bebas merupakan obat yang dijual bebas dan dapat diperoleh tanpa resep dokter. Obat bebas dapat dikenali oleh masyarakat dengan melihat logo berwarna hijau. Contoh obat bebas yang sering digunakan masyarakat adalah parasetamol.



Gambar 2.1 Tanda Golongan Obat Bebas

2. Obat Bebas Terbatas

Obat bebas terbatas adalah obat kategori obat keras akan tetapi masih dapat dijual atau dibeli bebas tanpa resep dokter dan disertai dengan tanda peringatan pada kemasan. Tanda obat bebas terbatas adalah logo berwarna biru dengan garis tepi hitam.



Gambar 2.2 Tanda Golongan Obat Bebas Terbatas

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

Gambar 2.3 Tanda Peringatan Obat Bebas Terbatas

H. Cara Pemilihan dan Penggunaan Obat

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menetapkan jenis obat yang dibutuhkan (Depkes, 2007) :

1. Keluhan atau gejala penyakit.
2. Kondisi khusus seperti hamil, menyusui, bayi, lanjut usia, diabetes mellitus dan lain-lain.
3. Riwayat alergi atau reaksi yang tidak diinginkan terhadap obat tertentu.
4. Nama obat, zat berkhasiat, kegunaan, cara pemakaian, efek samping dan interaksi obat yang dapat dibaca pada etiket atau brosur obat.
5. Pilihlah obat yang sesuai dengan gejala penyakit dan tidak ada interaksi obat dengan obat yang sedang diminum.

6. Untuk pemilihan obat yang tepat dan informasi yang lengkap, tanyakan kepada Apoteker.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan obat sebagai berikut :

1. Penggunaan obat tidak untuk pemakaian secara terus menerus.
2. Obat digunakan sesuai dengan anjuran yang tertera pada etiket atau brosur.
3. Bila timbul efek samping dari obat yang digunakan, hentikan penggunaan dan tanyakan kepada Apoteker dan dokter.
4. Hindari penggunaan obat orang lain walaupun gejala penyakit sama.
5. Untuk mendapatkan informasi penggunaan obat yang lebih lengkap, tanyakan kepada Apoteker.

I. Sakit Kepala

Sakit kepala atau nyeri kepala dalam istilah medis *Cephalia*. *Cephalgia* berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu cephalo dan algos. Cephalo artinya kepala, sedangkan algos artinya sakit. Sakit kepala dapat mengganggu pola tidur dan makan, serta menyebabkan depresi dan kecemasan (Hidayati, 2016).

Sakit kepala sering ditandai dengan sakit kepala ringan atau berat, nyeri seperti diikat, tidak berdenyut, nyeri tidak terpusat pada satu titik, terjadi secara spontan, vertigo, sulit berkonsentrasi (Kusuma *et al.*, 2019).

Analgesik adalah obat yang digunakan untuk menghilangkan rasa sakit tanpa menyebabkan hilangnya kesadaran. Sedangkan antipiretik adalah obat menurunkan suhu tubuh. Oleh karena itu, analgetik dan antipiretik merupakan

obat yang dapat meredakan nyeri sekaligus menurunkan suhu tubuh yang tinggi (Imaniah, 2016).

Klasifikasi obat pereda nyeri dan penurun demam menurut (Imaniah, 2016) :

1. Paracetamol (acetaminophen)

Kegunaan obat pereda nyeri dan penurun demam Paracetamol adalah untuk kasus nyeri dan demam ringan sampai sedang. Peringatan pada obat ini berhubungan dengan gangguan fungsi hati, gangguan fungsi ginjal. Efek samping reaksi hipersensitivitas, kelainan darah, kerusakan hati, kerusakan ginjal. Contoh obat ini adalah Pramex, Panadol, Oskadon.

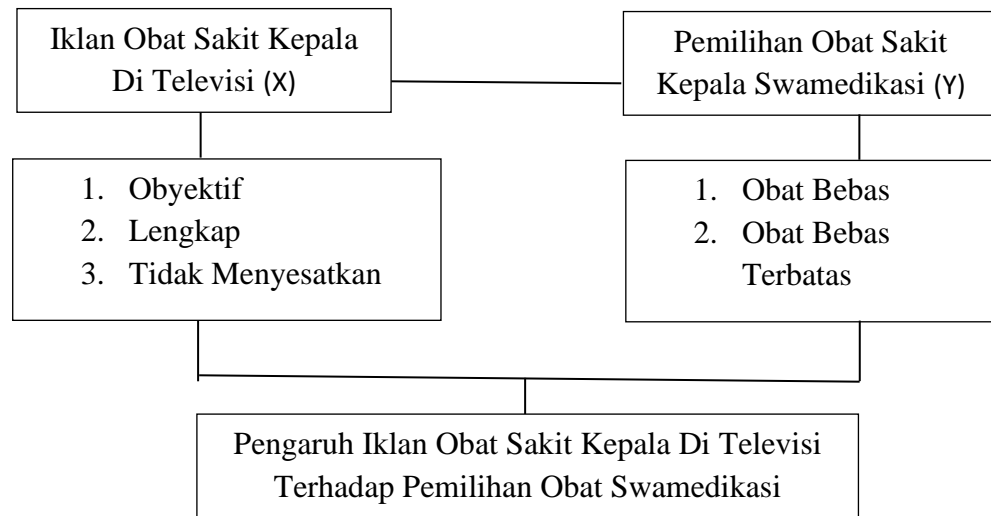
2. Asetosal

Penggunaan asetosal ditujukan untuk mengatasi nyeri ringan sampai sedang. Peringatan terhadap obat ini adalah asma, alergi, gagal ginjal, penurunan fungsi hati, dehidrasi, kehamilan, dan pasien lanjut usia. Efek samping penyakit kuning, tinitus. Contoh obat ini adalah Puyer Bintang Toedjoe 16, Brodixin.

3. Ibuprofen

Penggunaan ibuprofen ditujukan untuk mengobati nyeri ringan sampai sedang. Obat ini tidak dianjurkan untuk orang lanjut usia, ibu hamil, menyusui, gagal jantung, gagal ginjal. Efek samping pusing, sakit kepala, diare, mual, muntah. Contoh obat ini adalah Proris.

J. Kerangka Berfikir



Gambar 2.4 Bagan Kerangka Berfikir

Pada kerangka berpikir dalam penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui suatu variabel terhadap variabel lain. Berdasarkan skema kerangka berpikir di atas dijelaskan bahwa Iklan Obat Sakit Kepala Di Televisi merupakan variabel bebas atau independent yang menjadi variabel X. Variabel tersebut yang akan mempengaruhi variabel terikat atau dependen yaitu Pemilihan Obat Sakit Kepala Untuk Swamedikasi.

K. Hipotesis

Terdapat pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi pada para ibu di Kelurahan Tegalreja. Uji dilakukan dengan SPSS untuk mengetahui terdapat hubungan atau tidak.