

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Swamedikasi merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk mengobati penyakit yang tergolong ringan secara mandiri sebelum menemui dokter. Penyakit yang biasa diobati seperti demam, nyeri, flu, sakit maag, dan lain-lain. Swamedikasi menjadi salah satu alternatif pengobatan karena menghemat biaya dan waktu dalam mencari fasilitas kesehatan (Helal, 2017).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), presentase penduduk Indonesia yang melakukan swamedikasi dari tahun 2020 hingga 2022 sebesar 72,19%, 84,23% dan 84,34%. Presentase pengobatan sendiri di Jawa Tengah pada tahun 2022 yaitu 82,55 %. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku swamedikasi di Indonesia masih cukup besar (BPS, 2022).

Salah satu obat yang sering digunakan untuk mengatasi keluhan kesehatan melalui cara swamedikasi adalah obat sakit kepala. Prevalensi sakit kepala di Indonesia menunjukkan prevalensi yang sangat tinggi. Secara global, prevalensi sakit kepala pada orang dewasa diperkirakan mencapai 50% (Kharisma, 2017).

Masyarakat sering menggunakan obat bebas dan bebas terbatas untuk mengobati sakit kepala tanpa mengkonsultasikan keluhan yang dialami ke dokter karena mereka merasa penyakit tersebut tergolong ringan. Obat tersebut aman dikonsumsi jika digunakan sesuai petunjuk. Namun, jika tidak dikonsumsi dengan dosis atau petunjuk yang benar, obat bebas bahkan bisa berbahaya bagi kesehatan.

Perilaku tersebut diyakini dipengaruhi oleh iklan yang ditawarkan oleh industri farmasi melalui media massa seperti televisi (Uhargusta & Setiawaty Mukti, 2022).

Iklan adalah sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menawarkan produk dan menarik minat konsumen terhadap produk. Pada umumnya golongan obat yang diinformasikan melalui iklan adalah golongan obat bebas dan obat bebas terbatas yang dapat diperoleh pembelinya tanpa resep dari dokter. Selain itu, obat yang diiklankan tersebut hanya untuk mengatasi keluhan kesehatan yang ringan seperti demam, batuk, flu, sakit kepala, dan lain sebagainya (Nadhiroh, 2018).

Sesuai Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 2 Tahun 2021 tentang pedoman periklanan obat yang menyatakan bahwa informasi produk obat dalam iklan harus sesuai dengan kriteria yang ditetapkan yaitu objektif, lengkap, dan tidak menyesatkan (BPOM, 2021).

Berdasarkan penelitian Aat Ruchiat di Bandung yaitu keputusan pembelian suatu produk (obat non resep) yang dilakukan oleh masyarakat masih ada yang tergantung terhadap terpaan iklan yang ditayangkan oleh televisi (Nugraha, 2016).

Berdasarkan penelitian Ismi Fitriyani di Desa Pesarean Kota Tegal yaitu terdapat hubungan yang signifikan dalam pemilihan jenis obat sakit kepala yang diiklankan televisi terhadap umur, pekerjaan, dan pendidikan. Hasil juga menunjukkan bahwa obat paramex yang paling banyak dipilih masyarakat di Desa Pesarean (Ismi, 2020).

Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada teknik penarikan sampel. Pada penelitian Ismi Fitriyani menggunakan *Simple Random Sampling*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dimana kelebihan dari teknik ini adalah sampel terpilih sesuai dengan penelitian, mudah dilaksanakan, dan sampel terpilih biasanya adalah individu yang mudah ditemui atau didekati peneliti.

Lokasi penelitian berada di Kelurahan Tegalreja. Wilayah tersebut berada di dekat pusat kota, dimana televisi menjadi salah satu media untuk mendapatkan informasi selain melalui media internet. Selain itu arus informasi melaju cukup cepat dengan tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki.

Subjek dari penelitian dilakukan yaitu para ibu. Ibu menjadi garda terdepan pada keputusan pengobatan keluarga. Para ibu aktif dalam mencari informasi mengenai obat yang digunakan oleh keluarga. Informasi yang diperoleh digunakan oleh para ibu untuk mempertimbangkan pemilihan obat.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, diketahui bahwa terdapat 4.425 kartu keluarga di Kelurahan Tegalreja. Para ibu di Kelurahan Tegalreja cenderung sering melakukan swamedikasi dengan membeli obat di apotek, toko obat atau warung. Sakit kepala menjadi penyakit ringan yang sering dikeluhkan dan diobati secara swamedikasi. Mereka juga merasa iklan obat membantu memberikan informasi terkait berbagai merek obat. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh iklan obat sakit kepala di

televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi pada para ibu di Kelurahan Tegalreja.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka dapat diambil rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi pada para ibu di Kelurahan Tegalreja

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi pada para ibu di Kelurahan Tegalreja.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Menambah khasanah pustaka tentang pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi pada para ibu.

#### **b. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi keilmuan di bidang farmasi, khususnya terkait pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat swamedikasi.

### b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya para ibu dalam pemilihan obat.