

ABSTRAK

Nama : Venna Maulidda
Program Studi : Farmasi
Judul : Hubungan Iklan Obat Batuk Pada Media Elektronik Terhadap
Pemilihan Obat di Masyarakat RT 008 RW 005 Kelurahan
Tugu Kecamatan Cimanggis Kota Depok

Iklan merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terhadap suatu produk. Salah satu sumber informasi obat dapat disampaikan melalui media elektronik berupa iklan. Iklan obat harus memuat informasi berupa harus memenuhi persyaratan yaitu iklan obat harus memuat informasi yang objektif, lengkap, dan tidak menyesatkan seperti yang ditetapkan POM. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis hubungan iklan obat batuk di media elektronik terhadap pemilihan obat secara swamedikasi pada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling* dan penentuan jumlah sampel 229 responden. Data yang digunakan merupakan data primer melalui pengisian kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di RT 008 RW 005 Kelurahan Tugu Kecamatan Cimanggis Kota Depok didapatkan pada analisa korelasi yaitu *p value* 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,519 atau 51,9% yang termasuk dalam kategori hubungan sedang. Maka disimpulkan koefisien korelasi iklan obat batuk pada media elektronik terhadap keputusan pemilihan obat batuk signifikan.

Kata kunci:

Iklan obat, Keputusan pemilihan obat, Media elektronik

ABSTRACT

Name : Venna Maulidda
Study program : Pharmacy
Title : The Relationship between Cough Medicine Advertisements on
Electronic Media Selection of Medicines in the RT 008 RW
005 Tugu Village, Cimanggis District, Depok City

Advertising is a medium for conveying information to the public about a product. One source of drug information can be conveyed through electronic media in the form of advertisements. Drug advertisements must contain information in the form of compliance with requirements, namely drug advertisements must contain information that is objective, complete and not misleading as determined by POM. The research is to analyze the relationship between cough medicine advertising in electronic media and the community's choice of self-medication medicine. This research uses a cross-sectional method with a sampling technique, namely Purposive Sampling and determining the sample size of 229 respondents. The data used is primary data through filling out a questionnaire. Based on the results of research conducted at RT 008 RW 005, Tugu Village, Cimanggis District, Depok City, the correlation analysis showed that the p value was 0.000 ($p < 0.05$) and the correlation coefficient value was 0,519 or 51,9%, which was included in the moderate relationship category. So it was concluded that the correlation coefficient for cough medicine advertisements on electronic media on the decision to choose cough medicine was significant.

Keywords:

Drug advertising, Drug selection decisions, Electronic media