

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa globalisasi saat ini salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat adalah kesehatan. Ketika seseorang merasa sakit maka orang tersebut akan berusaha untuk mendapatkan pengobatan dan menjadi sehat kembali. Menurut Undang-Undang No.36 tahun 2009, yang dimaksud kesehatan adalah seseorang dapat hidup produktif dengan keadaan fisik, mental, spiritual dan sosial yang sehat. Upaya yang dilakukan untuk mendapatkan kesembuhan dari suatu penyakit bisa dilakukan dengan berbagai cara, yaitu dengan berobat ke dokter atau pengobatan sendiri (swamedikasi). Secara sederhana, swamedikasi adalah usaha seseorang tanpa bantuan dokter untuk mengobati gejala sakit atau penyakit. Tindakan swamedikasi hanya dapat dilakukan untuk beberapa penyakit yang ringan, umum dan tidak akut (Menkes, 1993).

Data aktual berdasarkan SUSENAS-BPS (2017) menunjukkan bahwa 69,43% masyarakat yang sakit di Indonesia melakukan swamedikasi sebagai usaha pertama dalam menanggulangi penyakitnya. Persentase tersebut cenderung lebih tinggi dibandingkan 30,7% masyarakat yang langsung berobat jalan ke dokter. Pada data Badan Pusat Statistik (BPS) juga mencatat bahwa 70,48% masyarakat perkotaan di Jawa Timur melakukan swamedikasi sebagai tindakan pertama bila menderita sakit. Dan rata-rata dalam satu bulan di Apotek K-24 Balongsari Tama Surabaya sebanyak 450 pasien melakukan swamedikasi flu atau 60% dari pasien yang membeli obat flu secara swamedikasi, maka masalah penelitian adalah banyaknya pasien membeli obat flu secara swamedikasi.

Flu adalah penyakit infeksi dibagian saluran napas atas yang menyebabkan timbulnya beberapa gejala seperti demam, pilek, hidung tersumbat, bersin, batuk, nyeri tenggorokan dan yang paling dirasakan adalah

gejala pada bagian hidung. Tingginya prevalensi flu dan tersedianya obat dipasaran dengan mudah serta harga yang relatif terjangkau, menjadikan salah satu pendorong untuk melakukan tindakan swamedikasi flu oleh masyarakat. Selain itu, dengan berkembangnya zaman membuat masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi, salah satunya televisi yang didalamnya memuat iklan. Iklan yang dilihat setiap hari dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan obat swamedikasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dianawati, dkk (2008) menyatakan bahwa perilaku dalam swamedikasi dapat dipengaruhi oleh informasi yang ditampilkan pada iklan sehingga masyarakat dengan mudah percaya dengan iklan yang dilihatnya. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Rachmawati (2011), menyatakan bahwa iklan flu di televisi dapat menimbulkan pengaruh terhadap pemilihan obat flu secara swamedikasi.

Berdasarkan hal tersebut, penayangan iklan obat flu di televisi tanpa penyaringan lebih lanjut dikhawatirkan juga berpotensi menyebabkan *medication error* dalam perilaku swamedikasi di masyarakat. Mengingat data Riset Dasar Kesehatan Nasional (2013) menyatakan bahwa sebanyak 103.860 atau 35,2% dari 294.959 masyarakat Indonesia menyimpan obat di rumah untuk swamedikasi, hal tersebut dipengaruhi oleh ketersediaan obat di rumah sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan tindakan swamedikasi. Sementara itu, menurut Kepmenkes Republik Indonesia (2006) menyatakan bahwa masyarakat melakukan swamedikasi umumnya belum rasional. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Kristina, dkk. (2008) yang menyatakan bahwa 67,8% responden melakukan swamedikasi tidak rasional. Swamedikasi yang dilakukan secara tidak rasional memungkinkan terjadinya *medication error* dalam perilaku swamedikasi.

Terdapat beberapa faktor yang mendorong dan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan swamedikasi, salah satunya adalah iklan di media massa, baik tertulis maupun elektronik. Pada media elektronik, iklan dibuat semenarik mungkin sebagai hiburan untuk menarik perhatian bagi

siapapun yang melihatnya, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut (Liliweri, 2013). Masyarakat lebih memilih pengobatan sendiri dibandingkan ke dokter karena biayanya lebih murah. Pada pelaksanaannya, swamedikasi dapat menjadi hal yang membuat seseorang melakukan kesalahan dalam pengobatan, mengingat begitu banyak produk iklan obat flu yang ditayangkan di televisi. Oleh karena itu, untuk menghindari kesalahan pengobatan maka diperlukan pengetahuan yang cukup untuk memilih obat.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan iklan obat flu di televisi dan tindakan swamedikasi pada pasien di Apotek K-24 Balongsari Tama Surabaya dilihat dari cara pemilihan obat flu.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana hubungan iklan obat flu di televisi dan tindakan swamedikasi pada pasien di Apotek K-24 Balongsari Tama Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui hubungan iklan obat flu di televisi dan tindakan swamedikasi pada pasien di Apotek K-24 Balongsari Tama Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi Penulis
Mendapatkan pengetahuan melalui penelitian ini terkait hubungan iklan obat flu di televisi dan tindakan swamedikasi pada pasien di Apotek K-24 Balongsari Tama Surabaya.
- 2) Bagi Masyarakat
Memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat dalam memilih atau menggunakan obat flu dalam tindakan swamedikasi.
- 3) Bagi Manajemen Apotek
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan swamedikasi.
- 4) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bahan pembandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sejenis atau penelitian yang lebih luas.

