

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN KETERPAPARAN IKLAN OBAT TERHADAP PERSEPSI  
MAHASISWI NON KESEHATAN DI UNIVERSITAS ALMA ATA  
TENTANG SWAMEDIKASI DISMILNORE**

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana  
di Program Studi Sarjana Farmasi Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan  
Universitas Alma Ata



**Universitas  
Alma Ata**

The Globally Inspiring University

Oleh :

**Rusmiyati R.Hud**

**160500038**

**PROGRAM STUDI SARJANA FARMASI  
FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN  
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA**

**2023**

# HUBUNGAN KETERPAPARAN IKLAN OBAT TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI NON KESEHATAN DI UNIVERSITAS ALMA ATA TENTANG SWAMEDIKASI DISMENOIRE

Rusmiyati R. Hud<sup>1</sup>, Ari Susiana Wulandari<sup>2</sup>, Siti Nurunnayah<sup>3</sup>, Eva Nurinda<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Farmasi; Fakultas Ilmu Ilmu Kesehatan; universitas Alma Ata

<sup>2</sup>Dosen Program Studi sarjana Farmasi; Fakultas Ilmu Ilmu Kesehatan; Universitas Alma Ata

<sup>3</sup>Dosen Program Studi Kebidanan; Fakultas Ilmu Ilmu Kesehatan; Universitas Alma Ata

## INTISARI

**Latar belakang:** Swamedikasi merupakan tindakan mengobati diri sendiri menggunakan obat tanpa resep secara tepat dan bertanggung jawab (rasional). *Dismenore* merupakan suatu keluhan yang sering dialami remaja putri yang datang melakukan pemeriksaan ke dokter ataupun klinik. Penanganan nyeri haid dilakukan dengan menggunakan terapi farmakologi dan terapi non farmakologi.

**Tujuan:** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan iklan terhadap persepsi mahasiswa non kesehatan di Universitas Alma Ata terhadap swamedikasi dismenore.

**Metode Penelitian:** Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif non eksperimental secara *cross sectional*. Instrumen penelitian berupa kuesioner. Sampel penelitian adalah mahasiswi non kesehatan Universitas Alma Ata tahun angkatan 2021 dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 154 mahasiswi. Variabel bebas iklan dan variabel terikat persepsi tentang swamedikasi dismenore. Data dianalisa menggunakan uji *chi square* untuk mengetahui hubungan iklan terhadap persepsi mahasiswi non kesehatan di Universitas Alma Ata tentang swamedikasi dismenore.

**Hasil penelitian:** Mayoritas mahasiswi terpengaruh terhadap iklan dan persepsi baik terhadap swamedikasi dismenore, hasil analisis menunjukkan adanya hubungan iklan terhadap persepsi mahasiswa non kesehatan di Universitas Alma Ata swamedikasi dismenore dengan nilai *p value*  $0,002 < 0,05$ .

**Kesimpulan:** adanya hubungan iklan terhadap persepsi mahasiswa non kesehatan di Universitas Alma Ata swamedikasi dismenore.

**Kata kunci:** *Dismenore*, Iklan, Swamedikasi, Persepsi.

# THE RELATIONSHIP BETWEEN EXPOSURE OF DRUG ADVERTISING TO NON-HEALTH STUDENTS' PERCEPTION AT ALMA ATA UNIVERSITY ABOUT DISMENOREHES SELF-MEDICATION

Rusmiyati R. Hud<sup>1</sup>, Ari Susiana Wulandari<sup>2</sup>, Siti Nuranniyah<sup>3</sup>, Eva Nurinda<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bachelor of Pharmacy Study Program; Faculty of Health Sciences; Alma Ata University

<sup>2</sup>Lecturer of the Bachelor of Pharmacy Study Program; Faculty of Health and Sciences; Alma Ata University

<sup>3</sup>Lecturer of the Midwifery Study Program; Faculty of Health and Sciences; Alma Ata University

## ABSTRACT

**Background:** Self-medication is an act of self-medication using drugs without a prescription in a proper and responsible (rational) manner. Dysmenorrhea is a complaint that is often experienced by young women who came to see a doctor or a clinic. The treatment of menstrual pain is handled by using pharmacological therapy and non-pharmacological therapy.

**Purpose:** this study aims to determine the relationship of advertising to the perceptions of non-medical students at Alma Ata University on dysmenorrhea self-medication.

**Research Methods:** This research is a non-experimental quantitative research with cross-sectional approach. The instrument of this research is a questionnaire. The research sample was non-medical students at Alma Ata University in of the 2021 class students whilst using the Purposive Sampling technique that was taken by 154 female students. Advertising was the independent variable and the dependent variable was the perception of dysmenorrhea self-medication. Data were analyzed using the chi square test to determine the relationship between advertising and perceptions of non-health students at Alma Ata University about dysmenorrheal self-medication.

**The results of the study:** The majority of female students were affected by the advertisement and good perceptions of dysmenorrheal self-medication. The result of the analysis showed that there were a relationship between advertising and perceptions of non-medical students at Alma Ata University of dysmenorrheal self-medication with a p value of  $0.002 < 0.05$ .

**Conclusion:** there was a relationship between advertising and the perception of non-medical students at Alma Ata University on dysmenorrhea self-medication.

**Keywords:** Dysmenorrhea, Advertising, Self-medication, Perception.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pengobatan mandiri atau swamedikasi dapat dilakukan oleh individu yang bertujuan untuk mengobati keluhan yang dirasakan sebelum melakukan pengobatan ke petugas kesehatan atau fasilitas kesehatan. Swamedikasi merupakan mengobati keluhan pada diri sendiri menggunakan obat-obatan sederhana yang bisa dibeli bebas tanpa memakai resep dokter(1). Perilaku swamedikasi dibentuk melalui suatu proses dan berlangsung dari interaksi manusia dengan lingkungannya(2). Persentase swamedikasi atau pengobatan sendiri di daerah D.I Yogyakarta dari tahun 2019-2021 mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2019 61,43%, 2020 63,29% dan pada tahun 2021 sebesar 80,68% (3).

Menstruasi atau haid merupakan peluruhan dinding rahim yang terdiri dari darah serta jaringan tubuh(4). Menstruasi juga diartikan sebagai siklus yang alami dan terjadi secara regular untuk mempersiapkan tubuh perempuan setiap bulannya(5). Rata-rata masa haid perempuan 3-8 hari dengan siklus rata-rata 28 hari dalam setiap bulan(6). *Dismenore* merupakan suatu keadaan nyeri yang dapat mengganggu aktivitas sehari-hari para penderita. Keluhan yang dialami meliputi nyeri *abdomen*, kram, sakit punggung(5), sakit kepala, rasa malas, mual dan muntah(7). *Dismenore* ialah suatu keluhan *ginekologi* yang terjadi pada perempuan yang datang ke klinik

atau dokter(6). Remaja yang tumbuh menjadi dewasa mengalami perubahan fisik yang dimana ciri perubahan pada aspek emosi, sosial, kognitif dan moral dalam menuju kedewasaan. Salah satu perubahan terjadi pada remaja adalah perubahan fisik yaitu mengalami menstruasi(5).

Angka kejadian nyeri haid atau *dismenore* di dunia sangat besar, rata-rata lebih dari 50% wanita pada setiap negara mengalami *dismenore*. Prevalensi *dismenore* primer di Amerika Serikat tahun 2012 pada wanita umur 12-17 tahun adalah 59,7%, dengan derajat kesakitan *dismenore* dengan kategori ringan sebanyak 49%, kategori sedang sebanyak 57%, dan kategori berat sebanyak 12%. Mengakibatkan 23,6% dari penderitanya tidak masuk sekolah. Remaja perempuan mesir pada tahun 2012 yang menderita *dismenore* sebesar 75% , diantaranya nyeri ringan sebesar 55,3% , nyeri sedang 30%, dan nyeri berat 14,8%. Penelitian yang telah dilaksanakan di India diketahui prevalensi *dismenore* berat sebesar 73,83%(8). Kejadian *dismenore* di Indonesia sebesar 64,25% terbagi menjadi *dismenore* primer 54,89% dan *dismenore* sekunder sebanyak 9,36%(9).

Pengobatan nyeri haid biasa dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan terapi farmakologi dan terapi non farmakologi maupun gabungan dari kedua cara tersebut, untuk menghilangkan atau meminimalisir nyeri *dismenore*, pengobatan farmakologi dengan memberikan obat anti peradangan non steroid (AINS) contohnya ibuprofen, naproxen atau asam mefenamat. Obat ini efektif bila dikonsumsi 2 hari sebelum menstruasi

kemudian dilanjutkan satu sampai 2 hari saat memulainya. Selain dengan farmakologi dapat juga ditangani dengan non farmakologi yaitu beristirahat dengan cukup, melakukan olahraga yang teratur (terutama untuk olahraga berjalan), melakukan pemijatan ringan pada daerah yang sakit, melakukan yoga, mengompres daerah perut menggunakan air hangat(10). Iklan yang dipublikasikan di masyarakat melalui media elektronik (televsion, internet radio, maupun media teknologi informasi lainnya) serta media luar ruang harus mendapatkan persetujuan iklan terlebih dahulu dari PPOM sebelum di edarkan(11). Hasil dari pengawasan iklan obat pada tahun 2021, dari 6.432 iklan obat sebanyak 5.525 (85,90%) iklan obat memenuhi ketentuan sedangkan jumlah iklan obat yang tidak memenuhi ketentuan meningkat pada tahun 2021 dibandingkan tahun 2020 yaitu berjumlah 218 iklan obat yang tidak memenuhi ketentuan(11). Penelitian yang dilakukan oleh Euis Marselina dengan judul gambaran pengaruh iklan obat terhadap pemilihan obat secara swamedikasi pada ibu di r.w 007 kelurahan jatiwaringin yaitu sebanyak 96% responden terpengaruh terhadap iklan obat yang dilihat(12) dan penelitian dari Aat Ruchiat Nugraha dengan judul Pengaruh terpaan iklan obat non resep dengan sikap masyarakat (studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obatan non resep yang tayang pada televisi dengan sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian) yang hasilnya menunjukkan bahwa terpaan iklan obat non resep pada televisi dengan sikap masyarakat dalam pembelian obat non resep produk kesehatan industri farmasi sebesar 46,2% maka

keputusan pembelian obat pada masyarakat masih tergantung pada terpaan tayangan iklan televisi(13).

Penelitian ini diambil untuk mengetahui apakah ada hubungan keterpaparan iklan obat terhadap persepsi swamedikasi. Penelitian tentang keterpaparan iklan obat terhadap persepsi swamedikasi dismenore masih sangat sedikit hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Apakah ada hubungan keteterpaparan iklan obat pada media elektronik (Tv, Radio, Sosmed) dan media cetak terhadap persepsi mahasiswi Non Kesehatan di Universitas Alma Ata Yogyakarta tentang swamedikasi dismenore?

## **C. Tujuan penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Untuk mengetahui apakah ada hubungan keteterpaparan iklan obat (Tv, Radio, Sosmed) terhadap persepsi mahasiwi non kesehatan di Universitas Alma Ata tentang swamedikasi dismenore.

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui karakteristik responden meliputi usia, prodi.
- b. untuk mengetahui persepsi responden terhadap swamedikasi dismenore.

- c. Untuk mengetahui apakah ada hubungan iklan terhadap swamedikasi *dismenore*

#### **D. Manfaat penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Dapat bermanfaat dalam ilmu kefarmasian yaitu iklan dari media elektronik dan media cetak terhadap pemilihan obat pada swamedikasi *dismenore*.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Responden

Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah informasi tentang pemilihan obat untuk swamedikasi melalui iklan.

###### b. Universitas Alma Ata

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai tambahan pustaka bagi peneliti selanjutnya. Serta untuk meningkatkan pengetahuan dan dapat memperluas wawasan tentang bagaimana pengobatan nyeri haid yang benar dan tepat dengan pengobatan sendiri melalui iklan.

###### c. Peneliti

Penelitian ini dijadikan sebagai pengalaman baru serta menambah wawasan bagi peneliti.



## E. Keaslian penelitian

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian

Nama, Tahun	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Rini Andarwati (2016)(14).	Hubungan Pengetahuan melalui Iklan Obat Maag terhadap Sikap pemilihan Obat untuk Swamedikasi pengobatan Maag Pada masyarakat di dusun V desa Binjai Baru Kecamatan talawi.	Jenis penelitian <i>cross sectional</i> dengan pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> populasi sebanyak 409 dengan jumlah sampel 80 orang .	Terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan melalui iklan obat maag dengan sikap swamedikasi pengobatan maag pada masyarakat dengan p-value $0,001 < 0,05$	Jenis penelitian, metode <i>design</i> penelitian.	Waktu penelitian, tempat penelitian, variabel, sampel penelitian.
Nurul Mardiaty, Robiatul islamiyah, Rahmayanti Fitriah(2021) (15).	Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap Perilaku Swamedikasi.	Penelitian deskriptif observasional dengan rancangan <i>cross sectional</i> . Teknik pengambilan sample secara non random sampling yaitu <i>accidental sampling</i> , jumlah responden sebanyak 100. Data dikumpulkan dengan kuesioner kemudian	Hasil dari penelitian menunjukkan nilai signifikan p yaitu 0,000. Kesimpulan yang didapat yaitu iklan obat flu di televisi mempunyai pengaruh terhadap perilaku pada masyarakat kecamatan karang intan.	Jenis penelitian.	Waktu penelitian, tempat penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian.

				dianalisis secara deskriptif menggunakan uji <i>chi square</i> .		
Ismi Nur Fitriyani (2021) (16).	Hubungan Obat Sakit Di Televisi Dengan Pemilihan Obat Sakit kepala Di Desa Pesarean.	Iklan Kepala Dengan Obat Di	Jenis penelitian ini adalah non eksperimental dengan rancangan deskriptif kuantitatif dengan rancangan <i>cross sectional</i> . Pengambilan sampel dengan <i>simple random sampling</i> dengan menggunakan kuesioner dan dianalisa secara univariat dan bivariat.	Terdapat hubungan antara iklan obat sakit kepala di televisi terhadap pemilihan obat sakit kepala diperoleh p-value 0,021<0,05	Jenis penelitian dan metode penelitian.	Waktu penelitian, tempat penelitian dan sampel penelitian, variable penelitian.
Fitrichia Febriyani, Susan Fitria Candradewi, Ana hidayati. (2022)(17).	Pengaruh Obat Diare Televisi Terhadap Keputusan Swamedikasi	Iklan Di Terhadap Dan	penelitian ini observasional analitik dengan penambahan data secara <i>cross sectiona</i> . Teknik pengambilan sampel <i>incidental sampling</i> dengan menggunakan kuesioner analisis menggunakan uji bivariat dan univariat dengan menggunakan SPSS 20.0.	Hasil menunjukkan hasil uji signifikan antara pengaruh iklan obat di televisi terhadap ketepatan tindakan swamedikasi yaitu 0,864. Kesimpulan didapatkan iklan tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan tindakan swamedikasi masyarakat (p> 0,05).	Jenis penelitian, metode penelitian	Waktu penelitian, tempat penelitian, sampel penelitian, <i>design</i> penelitian, variabel penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Rohmawati A. Swamedikasi Di Kalangan Mahasiswa Kesehatan Dan Non kesehatan Di Universitas Jember [Skripsi]. Universitas jember; 2016.
2. Wulandari AS, Ahmad NFS. Hubungan Faktor Sosiodemografi Terhadap Tingkat Pengetahuan Swamedikasi Di Beberapa Apotek Wilayah Purworejo. 2020;4(1):33–43. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/373499453/>
3. Badan Pusat Statistik. Persentase Peruduk Yang Mengobati sendiri Selama Sebulan terakhir [Internet]. 2021 [cited 2022 Jul 31]. Available from: <http://www.bps.go.id/indicator/30/>
4. Harnani Y, Hastuti M, Kurnani E. Teori Kesehatan Reproduksi. Yogyakarta: Cv Budi Utama; 2015. 68–73 p.
5. Rosyida D ayu cahya. Buku Ajar Kesehatan Reproduksi Remaja dan Wanita. Yogyakarta; 2021. 32–33 p.
6. Anurogo D, Ari W. Cara Jitu Mengatasi Nyeri Haid. P H, editor. Yogyakarta: Penerbit Andi; 2011. 10–62 p.
7. Yatim Faisal. Haid Tidak Wajar dan Monopouse. Jakarta: pustaka Populer Obor; 2001. 15–16 p.
8. Sabila Y, Fachlevy AF. Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Dismenorea Pada Remaja Putri Di sma negeri 8 Kendari tahun 2016. J Ilm Mhs Kesehat Masy Unsyiah [Internet]. 2017;2(6):1–14. Available from: <https://www.neliti.com/publications/185630/>
9. Anita M, Mahdlalena, Samsan F. Penanganan Dismenore Cara Farmakologi Dan Nonfarmakologi. J Citra Keperawatan [Internet]. 2015;1(1):5–8. Available from: <http://www.ejurnal-citrakeperawatan.com/index.php/JCK/article/view/100>
10. Dr. Taufan nugroho, MPH dan Dr Bobby Indra Utama S. Masalah Kesehatan Reproduksi Wanita. 2014. 254–258 p.
11. Badan POM Laporan Tahunan. 2021; Available from: [https://www.pom.go.id/new/browse/more/laporan\\_tahunan/22-02-2022/22-02-2023/1](https://www.pom.go.id/new/browse/more/laporan_tahunan/22-02-2022/22-02-2023/1)
12. Marselina E. Gambaran Pengaruh Iklan Obat Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi Pada Ibu Di Rt 007 Kelurahan Jatinegara. 2018; Available from: <https://drive.google.com/file/d/17r4ETvNsM0nys2CPobU4WeXnsoqxKxEc/view>
13. Nugraha AR. Pengaruh Terpaan Iklan Obat Non Resep Dengan Sikap Masyarakat (Studi Regresi Sederhana Mengenai Terpaan Iklan Obat-Obatan Non Resep Yang Tayang Pada Televisi Dengan Sikap Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian). J Komun [Internet]. 2016; Available from: <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/2520>
14. Andarwati R. Hubungan Pengetahuan melalui Iklan Obat Maag terhadap Sikap pemilihan Obat untuk Swamedikasi pengobatan Maag Pada masyarakat di dusun V desa Binjai Baru Kecamatan talawi. 2016;10.

15. Nurul M, Islamia R, Fitriah R. Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap Perilaku Swamedikasi. 2021;3.
16. Fitriyani IN. Hubungan Iklan Obat Sakit Kepala Di Televisi Dengan Pemilihan Obat Sakit kepala Di Desa Pesarean. Politeknik Harapan bersama; 2021.
17. Febriyani F, Candradewi SF, Hidayati A. Pengaruh Iklan Obat Diare di Televisi Terhadap Keputusan dan Ketepatan Swamedikasi. 2022;4.
18. Suryanto. Strategi Perancang Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia. Edisi pert. Yogyakarta: CV Andi Offset; 2005. 3 p.
19. Sitorus Fonny, Utami N. Buku Ajar Strategi Promosi pemasaran [Internet]. [Internet]. Jakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr Hamka; 2017. 20–25 p. Available from: <http://drive.google.com/file/d/1Um00xaIYL7m9BaRTDqAH8Gba-nvZG3w5/view?usp=drivesdk>
20. Kholid A. Promosi Kesehatan, Dengan pendekatan Teori Perilaku, Media, Dan Aplikasinya. Edisi pert. Depok: Raja Grafindo Persada; 2015. 17–22 p.
21. Donsu JDT. Psikologi Keperawatan. Yogyakarta: Pustaka baru press; 2017.
22. Thoah M. Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada; 2007.
23. Sunaryo. Psikologi Untuk Keperawatan. Jakarta: FGC; 2007.
24. Suryani E, Widyasih H. Psikologi Ibu Dan Anak. Yogyakarta: Fitramaya; 2008.
25. Irwanto. Psikologi Umum. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2002.
26. Djena ko I, Hendrawati D. Swamedikasi Yang Baik Dan Benar. Yogyakarta: Pt Citra Aji Pranana; 2011. 8–9 p.
27. Hartono D. Modul Bahan Ajar Cetak Keperawatan Psikologi. Jakarta: Kementerian kesehatan Republik Indonesia; 2016. 11–15 p.
28. Nuryati. Bahan Ajar Rekam medis Dan Informasi Kesehatan Farmakologi. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2017. 16–17 p.
29. Nurhayati L. Tata Cara Pengujian Sediaan Obat, Obat Tradisional, Dan Fitofarmaka. Jakarta: Pt Multi Kreasi; 2014. 1–2 p.
30. Rinidar. No TudeHewan, Farmakologi Obat Tradisional, Prospek Wedelia Biflora. Panda Aceh: Syiah Kuala University Press; 2017. 13–20 p.
31. Sibagiang FE, Pusmaika R R. Kesehatan Reproduksi Wanita. Jakarta: TIM; 2010. 71 p.
32. Saryono SW. Sindrom Premenstruasi. Yogyakarta: Nuha medika; 2009. 7 p.
33. Purwoastuti E, S W. Paduan Materi Kesehatan Reproduksi dan Keluarga Berencana. Yogyakarta: Pustaka baru press; 2015. 58–59 p.
34. Misaroh S PA. MENARCHE menstuasi Pertama Penuh Makna. Yogyakarta: Nuha medika; 2009. 80–90 p.
35. Darwati. Hubungan Tingkat Nyeri Menstruasi Remaja Putri Dengan Pola Aktivitas Fisik pada Siswa SMP PGRI Kasihan Bantul Yogyakarta. Universitas Alma Ata; 2017.
36. lowdermilk L D, Perry E S CK. Keperawatan Maternitas. 8nd ed. 75 p.
37. Kawuriansari R, Dyah F, Mulidah S. Studi efektivitas leaflet terhadap skor

- pengetahuan remaja putri tentang Dismenorea di SMP Kristen 01 Purwokerto Kabupaten Banyumas. *J Ilm Kebidanan* [Internet]. 2010;1(1):108–22. Available from: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/>
38. Destyaningrum A. Pengaruh Pilates Exercise Terhadap Penurunan Skla Nyeri Dismenorrhea Pada Remaja Putri. *J Kesehatan, kebidanan, keperawatan* [Internet]. 2017;10:39–51. Available from: <https://ejournal.uhb.ac.id/index.php/VM/article/view/140>
  39. Arikunto S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta; 2010.
  40. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2015. 39 p.
  41. Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta; 2020. 158 p.
  42. Rachmawati H. Pengaruh Iklan Obat Flu Di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi Pada Masyarakat Di Malang. *Farmasains J Farm dan Ilmu Kesehatan* [Internet]. 2012; Available from: <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/farmasain/article/view/1169>
  43. Sari YK. *Gambaran Tingkat Pengetahuan Dan Perilaku Masyarakat Tentang Swamedikasi Di Rumah Tangga Di Kecamatan Pakualaman Yogyakarta* [Skripsi]. 2020. Available from: <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/23350>
  44. Siyoto S, Sodik A. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing; 2015. 130 p.
  45. Djengala A. *MIMS Petunjuk Konsultasi*. Jakarta: PT Medidata Indonesia; 2015. 103 p.
  46. Munir. *Pembelajaran Jarak jauh berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Bandung: Alfabeta; 2009.
  47. Zaharnita E, Witarsa Royid R. Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Informasi Belajar Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *J Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa* [Internet]. 2019;1–17. Available from: <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/16401>
  48. Jatiningrum SW. *Survei Penggunaan Internet Untuk Pencarian Informasi Kesehatan di Kalangan Ibu-Ibu PKK Kampung Girmulyo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah*. Skripsi [Internet]. 2021;51. Available from: [https://repository.usd.ac.id/39883/2/178114002\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/39883/2/178114002_full.pdf)
  49. Pratiwi P, Al E. Evaluasi pengaruh Iklan Terhadap Persepsi Dan Perilaku Wanita usia Subur Dalam Mengatasi Dismenore. *Acta Pharm Indones* [Internet]. 2022;47(2):46–62. Available from: <https://journals.itb.ac.id/index.php/acta/article/view/19803>
  50. Harahap NA, Al E. Tingkat Pengetahuan Pasien dan Rasionalitas Swamedikasi di Tiga Apotek Kota Panyabungan. *J Sains Farm Klin* [Internet]. 2017;3(May):186–92. Available from: <http://jsfk.ffarmasi.unand.ac.id/index.php/jsfk/article/view/124>
  51. Childa, Suwendar, Lestari F. *Gambaran Swamedikasi Dysmenorrhea di Kalangan Siswi SMA Negeri 1 Haurgeulis*. *Pros Farm* [Internet]. 2020;6:1–

7. Available from:  
<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/farmasi/article/view/24106>
52. Candradewi SF, Kristina SA. Gambaran Pelaksanaan Swamedikasi Dan Pendapat Konsumen Apotek Mengenai Konseling Obat Tanpa Resep Di Wilayah Bantul. *PharmaCiana* [Internet]. 2017; Available from:  
<http://journal.uad.ac.id/index.php/PHARMACIANA/article/view/5193>
53. Susanti yuli N. Gambaran Pengetahuan Remaja Tentang Penanganan Disminorea Secara Swamedikasi (Self Care). 2022;4(1):162–71. Available from:  
<https://www.ojsstikesbanyuwangi.com/index.php/PHJ/article/view/352>
54. Aryanti AR. Gambaran Penanganan Disminore pada Siswa Kelas XI Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Purworejo Tahun 2015. Vol. 1, Keperawatan. Universitas Alma Ata; 2016.
55. Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia. Pedoman Pengawasan Periklanan Obat. 2021; Available from:  
<https://jdih.pom.go.id/download/product/1227/2/2021>
56. Jajuli M, Suraya RK. Artikel Tinjauan: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dan Risiko Pengobatan Swamedikasi. 2018;16:48–53. Available from: <https://jurnal.unpad.ac.id/farmaka/article/view/16789>
57. Munkong R, Juang BH. Auditory perception and Cognition. *IEEE Signal Processing Magazine*; 2008.
58. Purwanto. Psikologi pendidikan. Bandung: Pustaka Remaja Rosdakarya; 2011.
59. Cahaya noor et al. Hubungan Persepsi Terhadap Iklan Obat Laktasif Di Televisi Dengan Perilaku Swamedikasi Masyarakat Di Kelurahan Sungai Besar Kecamatan Banjarbaru Selatan. *Jurnal Farm Indones* [Internet]. 2017;14(01):108–26. Available from:  
<https://jurnalnasional.unp.ac.id/index.php/PHARMACY/article/view/1466>
60. Nuryanto PD et al. Hubungan Persepsi Penyakit Dengan Kepatuhan Minum Obat Pada pasien Tuberkulosis Paru Di Puskesmas Depok II Sleman[Skripsi]. Universitas Alma Ata Yogyakarta; 2020.
61. Indahwati R. Hubungan Antara Illness Perception Dengan Kepatuhan Minum Obat Pada Pasien Hipertensi. 2019; Available from:  
[https://digilib.uins.ac.id/35100/3/Rizky Indahwati\\_J71214074.pdf](https://digilib.uins.ac.id/35100/3/Rizky%20Indahwati_J71214074.pdf)
62. Artini Kisiwi, Ardya H. Hubungan Tingkat Pengetahuan Pasien Terhadap Perilaku Swamedikasi Nyeri yang Rasional di Apotek Harish Farma Kabupaten Sukoharjo. *INPHARMED* [Internet]. 2020;I(2):34–42. Available from:  
<https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/INPHARNMED/article/view/1386>
63. Dianawati O, Fasich, Athijah U. Hubungan persepsi terhadap iklan di televisi dengan perilaku swamedikasi pelajar SMU negeri di Surabaya. *Airlangga J ofPharmacy* [Internet]. 2008;6(1):10–6. Available from:  
<https://journal.unair.ac.id/@-media-13.html>
64. Yuliyana. Keterlibatan Farmasi Dalam Pemberian Informasi Obat Hipertensi Melalui Media Leaflet Terhadap Kemampuan Persepsi Penggunaan Anti Hipertensi di Puskesmas Sedayu 2 Bantul Yogyakarta [Skripsi]. Universitas alma Ata; 2021.