

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara tingkat pengetahuan dengan sikap pasien yang berkunjung di Apotek Slamet Hidup Parang tentang iklan obat sakit kepala di televisi, hal tersebut dikarenakan pasien yang memilih obat sakit kepala tidak hanya dipengaruhi oleh tayangan iklan obat sakit kepala di televisi, tetapi terdapat beberapa faktor lain seperti tingkat pengetahuan keluarga, pengalaman pribadi serta rekomendasi dari teman dan tenaga medis.

#### **B. SARAN**

1. Masyarakat disarankan untuk lebih aktif dalam mencari informasi tentang obat sakit kepala baik melalui tenaga medis maupun media massa dan meningkatkan tingkat pengetahuan tentang obat sakit kepala dengan tujuan penggunaan obat sakit kepala yang tepat dan benar.
2. Bagi tenaga kesehatan lebih aktif memberikan informasi tentang obat sakit kepala dengan penyampaian sederhana yang mudah dipahami oleh masyarakat supaya masyarakat tepat dan benar dalam penggunaan obat sakit kepala secara swamedikasi.
3. Bagi penelitian selanjutnya perlu dilakukan penelitian dengan mencari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan dengan sikap tentang iklan obat sakit kepala di televisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, A. 2015. Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Ketepatan Penggunaan Obat Analgetika Pada Swamedikasi Nyeri di Masyarakat Kabupaten Demak. (*Skripsi*). Prodi Farmasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Apotek Slamet Hidup. 2019. *Data Penjualan. Apotek Slamet Hidup, Parang*. Kab.Magetan.
- Arif, M. 2008. *Kapita Selekta Kedokteran*. Jakarta:Media Aesculapius.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berardi, R.R. 2006. *Handbook of Non Prescription Drugs*. New York: American Pharmacist Association.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2012. *Laporan Kinerja Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Tahun 2012*. Jakarta:Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Biagi, S. 2010. *Media Impact*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Indriarto, Fidelis. 2006. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.5, No.3, pp.243-268.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Liliweri. 2013. *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lee, M. Dan Johnson, C. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Prospektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Lestari, S. 2013. Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Ketepatan Pemilihan Obat Influenza pada Mahasiswa Farmasi. (*Skripsi*). Prodi Farmasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Menteri Kesehatan. 2010. *Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia.

- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nurmasari, D,D. 2016. Pengaruh Iklan Obat Batuk di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi. (*Skripsi*). Prodi Farmasi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nursalam. 2011. *Proses dan Dokumentasi Keperawatan, konsep dan praktek*. Jakarta: Salemba Medika.
- Notoatmodjo, S. 2012. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Permenkes RI. 1993. *Kriteria Obat yang dapat Diserahkan Tanpa Resep*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Sowi, R, R. 2015. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mengenai Iklan Obat Sakit Kepala di Televisi Terhadap Tindakan Penggunaan Obat Sakit Kepala di Kalangan Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. (*Skripsi*). Prodi Farmasi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ummah, K, K. 2016. Pengaruh Iklan Obat Flu pada Anak-anak di Televisi Terhadap Pemilihan Obat Secara Swamedikasi. (*Skripsi*). Prodi Farmasi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Undang-undang. 2009. *Kesehatan*. Undang-undang No.36. Jakarta.
- Wawan dan Dewi. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Widyatama, R. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- WHO. 1998. *The Role of The Pharmacist in Self-Care and Self-Medication*. WHO.p.1-11, The Hague, The Netherlands.