

## Edukasi Masyarakat Cermat terhadap Iklan dan Promosi Obat Tradisional di Desa Penyengat Olak Kabupaten Muaro Jambi

Haflin

Jurusan Farmasi Poltekkes Kemenkes Jambi

Email: drshaflinapt@gmail.com

Submitted : 10/09/2020

Accepted: 24/09/2020

Published: 24/11/2010

### Abstract

*Advances in technology and the increasing desire of the community to use traditional medicines, traditional medicines are no longer used as ingredients for family consumption, but have become merchandise. Advertising is a way for corporate producers to promote their products, especially traditional medicines. The POM RI released 76% of advertisements for traditional medicines that did not comply with The Regulation. In order to protect the public against the possibility of distributing drugs and traditional medicines that do not meet the requirements due to false advertising and information, it is necessary to educate the public to increase public knowledge and understanding of traditional medicines and medicines. Penyengat Olak village, Muara Jambi district is one of the partners of the Ministry of Health's Jambi Poltekkes whose community has never been educated on traditional medicinal advertisements. The implementation method used is survey, observation, interview, discussion, question and answer, and evaluation. This community service activity was attended by 20 people. The result of this activity is an increase in public knowledge and understanding of the correct traditional medicinal advertisements so that people can be more careful and careful in choosing traditional medicinal products, and do not easily believe in incorrect advertisements, and the use of family medicinal plants in the environment around the house. , all participants attended health education from start to finish and most of them actively participated during the activity. It is recommended that the community is always communicative with local health workers to understand the treatment being carried out, and to increase the role of health workers in collaboration with district health offices to provide information, especially related to traditional medicinal advertisements*

**Keywords:** advertising, community, education, promotion, tradisional medicine

### Abstrak

Kemajuan teknologi dan meningkatnya keinginan masyarakat untuk menggunakan obat tradisional, maka obat tradisional tidak lagi menjadi ramuan untuk konsumsi keluarga, tetapi sudah menjadi barang dagangan. Iklan adalah cara para produsen perusahaan yang paling banyak dipilih untuk mempromosikan produknya khususnya obat tradisional. Badan POM RI merilis sebesar 76% iklan obat tradisional tidak sesuai ketentuan. Untuk melindungi masyarakat terhadap kemungkinan peredaran obat dan obat tradisional yang tidak memenuhi syarat akibat periklanan dan informasi yang tidak benar, perlu dilakukan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang obat dan obat tradisional. Desa Penyengat Olak kabupaten Muara Jambi adalah salah satu mitra Poltekkes Kemenkes Jambi yang masyarakatnya belum pernah dilakukan edukasi tentang iklan obat tradisional. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah survey, observasi, wawancara, diskusi, tanya jawab, dan evaluasi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini, diikuti oleh 20 orang . Hasil dari kegiatan ini yaitu terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang iklan obat tradisional yang benar sehingga masyarakat dapat lebih cermat dan berhati-hati dalam memilih produk obat tradisional, serta tidak mudah percaya dengan iklan yang tidak benar, serta pemanfaatan tanaman obat keluarga dilingkungan sekitar rumah, seluruh peserta mengikuti pendidikan kesehatan dari awal sampai akhir dan sebagian besar berpartisipasi aktif selama kegiatan. Disarankan agar masyarakat selalu komunikatif dengan petugas kesehatan setempat untuk memahami pengobatan yang dilakukan, serta meningkatkan

peran petugas kesehatan bekerjasama dengan dinas kesehatan kabupaten untuk memberikan informasi terutama terkait dengan iklan obat tradisional.

**Kata Kunci :** edukasi, iklan dan promosi, masyarakat, obat tradisional

## PENDAHULUAN

Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) melaporkan bahwa lebih dari 65,1%, pengobatan dilaksanakan oleh masyarakat sendiri (*swamedikasi*) dengan menggunakan obat dan atau obat tradisional. Hasil dari BPS merilis untuk penggunaan obat tradisional oleh masyarakat sebesar 25,09% (BPS, 2014). Obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (*galenik*) atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Obat tradisional merupakan warisan budaya bangsa di bidang kesehatan, yang diperlukan masyarakat, terutama untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, memelihara keelokan tubuh serta kebugaran, serta beberapa untuk mengobati penyakit.

Kemajuan teknologi dan meningkatnya keinginan masyarakat untuk menggunakan obat tradisional, maka obat tradisional tidak lagi menjadi ramuan untuk konsumsi keluarga, tetapi sudah menjadi barang dagangan. Iklan adalah cara para produsen perusahaan yang paling banyak dipilih untuk mempromosikan produknya khususnya obat tradisional. Iklan merupakan informasi awal yang sering kali menjadi penentu keputusan masyarakat untuk mengkonsumsi obat maupun suplemen kesehatan. Sehingga, kesalahan penyampaian pesan dalam iklan dapat berakibat fatal bagi masyarakat. BPOM RI tahun 2016 merilis, iklan obat tradisional yang tidak memenuhi ketentuan sebanyak 52,6%, dan pada tahun 2017, pelanggaran ini meningkat menjadi 85,9%, sedangkan tahun 2018, pelanggaran iklan obat

tradisional mencapai 76% dan menduduki peringkat pertama. Pelanggaran iklan obat tradisional ini meliputi mengiklankan obat secara berlebihan, diklaim aman, tanpa efek samping, tanpa bahan kimia, menggunakan kata anti, bebas, solusi prima, serta tidak ada nama produsen, dan tidak mencantumkan spot baca aturan pakai. Untuk melindungi masyarakat terhadap kemungkinan peredaran obat dan obat tradisional yang tidak memenuhi syarat akibat periklanan dan informasi yang tidak benar, perlu dilakukan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang obat dan obat tradisional, sehingga masyarakat dapat lebih cermat dan berhati-hati dalam memilih produk obat tradisional, serta tidak mudah percaya dengan iklan yang tidak benar.

Pendidikan kesehatan ini dilakukan untuk memberikan edukasi ke masyarakat khususnya masyarakat desa Penyengat Olak agar masyarakat desa Penyengat Olak lebih mengerti dan memahami tentang iklan obat dan obat tradisional. Setelah mendapatkan pendidikan kesehatan, tentang iklan obat dan obat tradisional masyarakat desa Penyengat Olak dapat lebih cerdas dan cermat dalam mengolah informasi tentang obat dan obat tradisional, serta semakin mencintai produk leluhur khususnya obat tradisional, selain itu masyarakat dapat semakin mandiri dalam mengobati penyakit serta dapat menangkal iklan obat tradisional yang tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Hasil analisis situasi yang telah didapatkan pada desa Penyengat Olak, kabupaten Muara Jambi, masyarakat hanya mengetahui bahwa iklan obat dan obat

tradisional tersebut menarik, namun tidak tahu apakah iklan obat dan obat tradisional tersebut melanggar aturan BPOM, sebagian masyarakat tidak takut untuk mengkonsumsi obat yang diberikan tanpa pengetahuan yang baik tentang obat, masyarakat meyakini jika ada keluarga yang sakit dengan gejala yang sama maka obat yang dikonsumsi sama, padahal untuk mengkonsumsi obat perlu ada pemeriksaan dan pengawasan petugas kesehatan, selain itu masih kurangnya pemahaman masyarakat untuk meningkatkan kesehatan dan merubah kebiasaan untuk hidup sehat, serta belum optimalnya pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) disekitar lingkungan rumah, dan yang terutama belum pernah dilakukan sosialisasi dan edukasi tentang iklan obat dan obat tradisional yang benar.

Pemberian pendidikan kesehatan tentang iklan obat dan obat tradisional kepada masyarakat desa Penyengat Olak sangat tepat dalam rangka upaya promotif dan preventif untuk membantu masyarakat, khususnya informasi obat dan obat tradisional.

Dari permasalahan mitra tersebut dapat diketahui bahwa, belum pernah dilakukan sosialisasi dan edukasi tentang iklan obat dan obat tradisional di desa Penyengat Olak. Oleh karena itu, tim pengabdian kepada masyarakat ini merasa perlu melakukan upaya sosialisasi dan edukasi tentang iklan obat dan obat tradisional untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat desa Penyengat Olak tentang obat dan pengobatan yang baik, serta pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) disekitar lingkungan tempat tinggal mereka.

## TARGET DAN LUARAN

Target dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat desa Penyengat Olak kabupaten Muara Jambi. Luarannya adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang iklan obat

dan obat tradisional yang sesuai dengan ketentuan yaitu ada persetujuan BPOM, memiliki izin edar, tidak menyimpang dari manfaat dan keamanan yang disetujui BPOM, mencantumkan informasi tentang khasiat, hal-hal yang harus diperhatikan serta penandaan produk yang jelas, tidak berlebihan dan menyesatkan, sehingga masyarakat cermat dan teliti dalam mengolah informasi tentang iklan obat dan obat tradisional.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di desa Penyengat Olak kabupaten Muara Jambi, selama 2 minggu yaitu 20 Juli-31 Juli 2019. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah survey, observasi, wawancara, ceramah, tanya jawab dan evaluasi yang diikuti oleh 20 orang , laki-laki dan perempuan. Selain mitra dan pelaksana, kegiatan ini dibantu oleh beberapa orang mahasiswa Jurusan Farmasi Poltekkes Kemenkes Jambi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dengan mitra masyarakat desa Penyengat Olak adalah sebagai berikut:

1. Hasil survei, observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum mengetahui tentang iklan obat dan obat tradisional yang sesuai ketentuan BPOM.
2. Sebelum diberikan pendidikan kesehatan, sebagian besar masyarakat mengatakan masih belum mengetahui tentang iklan obat dan obat tradisional yang sesuai ketentuan BPOM dan pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) dilingkungan rumah. Namun, setelah diberikan pendidikan kesehatan, sebagian besar masyarakat cepat memahami dan aktif bertanya tentang iklan yang baik dan obat tradisional, serta tidak lagi sembarangan memilih obat, masyarakat juga ingin aktif untuk

3. memanfaatkan fasilitas kesehatan dan berkonsultasi dengan petugas kesehatan.
3. Sebagian besar masyarakat menunjukkan sikap positif terhadap pelaksanaan kegiatan pendidikan kesehatan dengan mengikuti dari awal sampai selesai kegiatan pendidikan kesehatan ini, memperhatikan materi dan penjelasan petugas kesehatan dengan seksama serta aktif dan antusias mengajukan pertanyaan selama sesi pendidikan kesehatan berlangsung.

Peningkatan pengetahuan, sikap dan perilaku tersebut dapat dilakukan melalui pendidikan kesehatan. Pendidikan kesehatan merupakan sarana informasi yang efektif dalam usaha meningkatkan aspek kesehatan yang masih tertinggal di suatu tempat (Notoatmojo, 2010). Pendidikan kesehatan membawa perubahan perilaku yang kondusif untuk kesehatan masa kini dan masa depan, bagi individu, kelompok dan masyarakat (Glanz dkk, 2008). Tujuan dari pendidikan kesehatan adalah perilaku kesehatan. Perilaku kesehatan adalah respons seseorang terhadap stimulus atau objek yang berkaitan dengan sakit dan penyakit. Menurut teori L. Green dalam Notoatmodjo (2012) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yaitu a) faktor predisposisi yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan, nilai-nilai dan persepsi; b). faktor pendukung meliputi keterampilan, ketersediaan sumber daya seperti sarana dan prasarana kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, obat-obatan, tenaga kesehatan serta keterjangkauan sumber-sumber tersebut oleh individu atau masyarakat; c) faktor pendorong yaitu sikap dan perilaku tenaga kesehatan atau petugas lainnya, orangtua, tokoh masyarakat, yang merupakan kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Sedangkan teori Festinger menyatakan bahwa perubahan perilaku seseorang terjadi karena adanya upaya manusia untuk menyeimbangkan aspek kognitif (pengetahuan), (setiawati, 2008), dalam hal ini, pengetahuan masyarakat tentang iklan obat dan obat tradisional yang baik dan berbagai hal yang terkait dengan obat dan pengobatan serta pemanfaatan TOGA akan mempengaruhi sikap dan tindakan yang akan dilakukan oleh masyarakat. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang iklan obat dan obat tradisional diduga berdampak pada perilaku masyarakat terkait pengobatan, misalnya minum obat bebas, atau minum obat tanpa pemeriksaan dan pengawasan petugas kesehatan serta kurangnya pemanfaatan TOGA di lingkungan tempat tinggalnya serta masih kurangnya keinginan untuk memeriksakan kesehatan ke fasilitas pelayanan kesehatan. Kurang pengetahuan tersebut berhubungan dengan tingkat pendidikan masyarakat atau keterpaparan masyarakat tentang informasi-informasi terkait dengan iklan obat dan obat tradisional yang belum memadai.

Pelaksanaan kegiatan pendidikan kesehatan kepada masyarakat desa Penyengat Olak pada kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada beberapa dokumentasi berikut:





Gambar 1, 2 dan 3:  
Tim Pengabmas, Mitra dan Masyarakat

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui edukasi kepada masyarakat desa Penyengat Olak dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap iklan Obat dan Obat Tradisional. Kegiatan pengabdian masyarakat berjalan lancar dan mendapat dukungan dari pihak mitra dan masyarakat sampai dengan kegiatan berakhir.

### 2. Saran

Agar masyarakat selalu komunikatif dengan petugas kesehatan setempat untuk memahami pengobatan yang dilakukan, serta meningkatkan peran petugas kesehatan bekerjasama dengan dinas kesehatan kabupaten untuk memberikan informasi terutama terkait dengan iklan obat tradisional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Semua tim dan mitra pada kegiatan pengabdian ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Muara Jambi beserta jajarannya.
2. Kepala UPTD Puskesmas Penyengat Olak beserta jajarannya.
3. Mitra dari Kepala desa Penyengat Olak beserta perangkat desa
4. Direktur Poltekkes Kemenkes Jambi beserta jajarannya.
5. Ketua Jurusan Farmasi beserta jajarannya
6. Mahasiswa DIII Farmasi Poltekkes Kemenkes Jambi.
7. Semua pihak yang membantu terlaksananya kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Alifahmi, Drs. Hifni, M.Si. 2005 . *Sinergi Integrasi Iklan, Komunikasi Public Relations, Pemasaran dan Promosi*. Bandung: Mizan Media Utama

Badan POM RI, 2018, Laporan Tahunan Badan POM, Jakarta

BPS RI, 2014, Laporan Tahunan BPS, Jakarta

Glanz, K., Rimer, B.K., & Viswanath, K., 2008. *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (4th ed.). San Francisco: Jossey Bass.

<http://bali.tribunnews.com/2019/02/06/iklan-obat-tradisional-paling-banyak-melanggar-aturan-begini-penjelasan-bbpom-denpasar>

<http://p3i-pusat.com/lampiran-2-pedoman-periklanan-obat-tradisional/> Industri.kontan.co.id  
(diakses pada tanggal 10/06/15 pukul 15:00).

Morissan, M.A.. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Niken Restaty, SM, 2005. *Modul Pengantar Periklanan.* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Notoatmodjo, S., 2010. *Metodologi penelitian kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S., 2012. *Ilmu perilaku kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Kepala Badan POM RI No. HK 00.06.323.295 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengawasan Promosi dan Iklan Obat.
- S.Setiawati & AC Dermawan, 2008. Proses Pembelajaran dalam Pendidikan Kesehatan. Jakarta: TIM
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- Zamroni, Mohammad. (2009). *Fisafat Komunikasi Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis.* Yogyakarta: Graha Ilmu