

INTISARI

Iklan obat bebas dan bebas terbatas yang banyak beredar dapat memengaruhi pembelian obat, namun seringkali tidak memenuhi persyaratan, yaitu objektivitas, kelengkapan, dan tidak menyesatkan. Oleh karena itu, masyarakat tak terkecuali mahasiswa perlu dibekali kemampuan dalam mengevaluasi iklan obat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh metode *CEMA-Community* secara daring terhadap pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam mengevaluasi iklan obat bebas dan bebas terbatas secara kritis.

Penelitian menggunakan rancangan *pre test post test control group*. Intervensi dengan metode *CEMA-Community* secara daring terdiri dari penyuluhan dan diskusi mengevaluasi iklan obat bebas dan bebas terbatas. Partisipan yaitu mahasiswa berjumlah 15 orang pada kelompok intervensi dan 15 orang pada kelompok kontrol. Kategori pengetahuan dan keterampilan serta rata-rata hasil *pre* dan *post test* dianalisis dengan dibandingkan antara hasil keduanya dan antara kedua kelompok.

Hasil menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan setelah intervensi, yaitu mahasiswa dengan pengetahuan baik meningkat dari 1 menjadi 11 orang dan nilai rata-rata meningkat sebesar 28,3%. Peningkatan juga terjadi pada keterampilan, yaitu mahasiswa dengan keterampilan baik meningkat dari tidak ada menjadi 2 orang dan nilai rata-rata meningkat dari 2 menjadi 7. Berdasarkan hasil penelitian, metode *CEMA-Community* secara daring dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai obat bebas dan bebas terbatas dan keterampilan mengevaluasi iklan obat bebas dan bebas terbatas, namun peningkatan keterampilan masih jauh dari nilai maksimal.

Kata kunci : *Evaluasi iklan obat, metode CEMA-community, pengetahuan, keterampilan.*

ABSTRACT

Advertisements of non-prescription medicines that are widely circulated can influence the purchase of medicines. However oftentimes did not qualify it's objectivity, completeness, and non-misleading. Therefore, society, including students, need to be equipped with the ability to evaluate medicine advertisements. The study aimed to determine the effect of the online CEMA-Community method on students knowledge and skills in critically evaluating non-prescription medicines advertisements.

This research uses a pre test post test control group design. Intervention by the online CEMA-Community method consists of counseling and discussion to evaluate non-prescription drugs advertisement. The participants are 15 students in the intervention group and 15 students in the control group. The categories of knowledge and skills as well as the average results of the pre and post tests were analyzed by comparing the results of two and between the two groups.

The results showed an increase in knowledge after the intervention, students with good knowledge increased from 1 person to 11 people, and the average value increased by 28.3%. Students with good skills increased from none to 11 people, and the average value was increased from 2 to 7. According to the research, the online CEMA-Community method can increase students knowledge about non-prescription medicines and skill of evaluating non-prescription medicines advertisements, but when it comes to skill improvement, still far from the maximum value.

Keywords: *Drug advertisement evaluation, CEMA-community methods, knowledge, skills.*