

INTISARI

Sakit kepala adalah penyakit yang umum dialami masyarakat dan sudah banyak swamedikasi yang dilakukan untuk mengatasinya. Banyaknya iklan obat sakit kepala yang tersebar di media massa dapat mendorong perilaku swamedikasi pada sakit kepala. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan dan perilaku swamedikasi sakit kepala serta gambaran pengalaman masyarakat terhadap iklan obat sakit kepala.

Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional*. Data penelitian diambil dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner yang disebarikan secara *online* pada masyarakat di 17 kecamatan di Kabupaten Sleman. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*, kemudian untuk perhitungan sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat ketelitian 10%. Analisis data dilakukan secara deskriptif kemudian dilakukan analisis *bivariate* dengan *chi square* dengan derajat kepercayaan 95%, untuk melihat hubungan antar variabel. Terdapat tiga variabel yang dihubungkan yaitu karakteristik sosiodemografi, tingkat pengetahuan, dan perilaku swamedikasi sakit kepala.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang tinggi sebesar 109 responden (68.6%) mengenai swamedikasi sakit kepala. Berdasarkan uji statistik menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan pengetahuan ($p\text{-value} = 0.038$), usia dengan perilaku ($p\text{-value} = 0.039$), pendidikan dengan perilaku swamedikasi ($p\text{-value} = 0.036$), dan perilaku dengan tingkat pengetahuan dengan rincian $p\text{-value}$ sebesar 0.001 (faktor tindakan swamedikasi sakit kepala), 0.039 (faktor frekuensi swamedikasi sakit kepala), dan 0.000 (faktor repetisi swamedikasi sakit kepala). Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, responden memiliki pengetahuan tinggi dan perilaku yang baik dalam swamedikasi saat sakit kepala, serta diperoleh hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan pengetahuan, usia dan pendidikan dengan perilaku, dan pengetahuan dengan perilaku.

Kata kunci: Sakit Kepala, Swamedikasi, Iklan Obat, Tingkat Pengetahuan, dan Perilaku

ABSTRACT

Headaches are a common ailment experienced by the public, and many individuals engage in self-medication to address this issue. The abundance of advertisements for headache medications disseminated through mass media can encourage self-medication behavior for headaches. Therefore, this study aims to determine the relationship between knowledge levels and self-medication behavior for headaches, as well as to describe the public's experiences with headache medication advertisements.

This research employs a cross-sectional method. Data were collected through a survey using a questionnaire distributed online to the community across 17 districts in Sleman Regency. The sampling was conducted using convenience sampling, and the sample size was calculated using Slovin's formula with a precision level of 10%. Data analysis was performed descriptively, followed by bivariate analysis using the chi-square test with 95% confidence level, to examine the relationships among the variables. Three variables were analyzed: sociodemographic characteristics, knowledge level, and self-medication behavior for headaches.

The results indicate that respondents had a high level of knowledge, with 109 individuals (68.6%) demonstrating awareness of self-medication for headaches. Statistical tests revealed significant relationships between gender and knowledge (p -value = 0.038), age and behavior (p -value = 0.039), education and self-medication behavior (p -value = 0.036), as well as between behavior and knowledge level, with p -values of 0.001 (for self-medication actions), 0.039 (for the frequency of self-medication), and 0.000 (for the repetition of self-medication). In conclusion, the study found that respondents possess high knowledge and good behavior regarding self-medication for headaches. Additionally, significant relationships were identified between gender and knowledge, age and behavior, education and behavior, and knowledge and behavior

Keywords: Headache, Self-medication, Drug Advertising, Level of Knowledge, and Behaviour.