

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M.E.K., dan Fattouh, Y, 2017, Assessment of a Pharmaceutical Advertisement Analysis Module in a Drug Literature Evaluation Course, *American Journal of Pharmaceutical Education*, 81(6): 112.
- Anonim, 2018, *Top Brand Award*, <http://www.topbrand-award.com>, diakses pada 13 Mei 2018.
- Ardiansyah, A., Indra, B. N., Rachmadya, N. H., dan Dian, E. S., 2006, Iklan Obat Tradisional: Peraturan dan Realita, *Karya Ilmiah*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Avorn, J., Chen, M., Hartley, R., 1982, Scientific Versus Commercial Source of Influence on The Prescribing Behaviour of Physicians, *American Journal of Pharmaceutical Education*, 73: 4-8.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2004, Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor HK.00.05.4.2411 tentang Ketentuan Pokok Pengelompokan dan Penandaan Obat Bahan Alam Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan RI, Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2016, Laporan Tahunan 2016, Badan Pengawas Obat dan Makanan RI, Jakarta.
- Batra, R., Aaker, D., dan Myers, J., 1996, *Advertising Management, 5<sup>th</sup> Edition*, Prentice Hall, New Jersey.
- Bungin, B., 2008, *Konstruksi Sosial Media Massa*, Kencana Prenada media Group, Jakarta.
- Creswell, J.W., 2014, *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Desan Riset*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Departemen Kesehatan RI, 1992, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI, 1994, Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 386 tahun 1994 tentang Pedoman Periklanan: Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan-Minuman, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI, 2010, Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2018, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*, <http://kbbi.kemendikbud.go.id>, diakses pada 13 Mei 2018.

- Dewan Periklanan Indonesia, 2014, Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2014, Dewan Periklanan Indonesia, Jakarta.
- Drost, E.A., 2011, Validity and Reliability in Social Science Research, Education Research and Perspectives, Education Research and Perspectives, *Journal of California State University*, 28(1).
- Etikan, I., Sulaiman, A.M. & Rukayya, S.A., 2016, Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling, *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1): 1-4.
- Farafinsah, W., 2017, Pola Konsumsi Obat Pelangsing di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Surabaya, *Jurnal Online Sosiologi FISIP Universitas Airlangga*, 6(3): 1-15.
- Gardiner, P., Graham R., Legedza A., Ahn A.C., Eisenberg D.M & Phillipps R.S., 2007 Factors Associated with Herbal Therapy Use by Adults in the United States, *Journal of Alternative Therapies*, 13(2), 22-28.
- Ghaibi, S., Ipema, H., Gabay, M., ASHP Guidelines on The Pharmacist's Role in Providing Drug Information. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 72(7): 573-577.
- Ginting, S.S., 2015, Wajah Tayangan Prime Time Televisi Indonesia: "Dimana Kepentingan Publik Di Tempatkan?", *Jurnal Ilmiah Komunikasi Universitas Gadjah Mada*, 4(1): 18-41.
- Hartanto, D.D., 2000, Publik Figur dalam Iklan Testimonial, *Jurnal, Nirmana*, 2(2): 104-112.
- Hasan, M.I., 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia, Bogor, Indonesia.
- Hintan, T.M., 2011, Representasi Ketradisional dalam Iklan Obat dan Jamu di Televisi, *Tesis, Magister Ilmu Religi dan Budaya*, Universitas Sanata Dharma.
- Indiarto, F., 2006, Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5(3): 243-246.
- Indriyanti, I.S, dan Ilhalauw, J.J.O, 2002, Pengulangan Pesan Suatu Iklan dalam Proses Pembelajaran Konsumen: Studi Terhadap Iklan Pasta Gigi Pepsodent, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1): 36-52.
- Junaedi, F., 2013, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, Kencana Perdana Media Group, Jakarta.
- Katadata Indonesia, 2017, *Audience Share SCTV Tertinggi*, pada Maret 2017, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish>, diakses pada 5 April 2018.

- Kristiana, L., Andarwati, P., dan Nuraini, S., 2013, Kajian Regulasi Iklan Sarana Pengobatan Tradisional di Surat Kabar, *Jurnal, Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(1): 48-57.
- Kusumawati, A.R., 2016, Evaluasi Iklan Obat Pada Tiga Stasiun Televisi Nasional, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Lynn, M.R., 1986, Determination and Quantification of Content Validity, *Nursing Research*, 35(6): 382-386.
- McHugh, M.L., 2012, Interrater Reliability: The Kappa Statistic, *Biochemia Medica*, 22(3): 276-282.
- Mintzes, B., 2005, *Educational Initiatives for Medical and Pharmacy Students About Drug Promotion*, WHO, Geneva, Switzerland.
- Morissan, M.A., 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Nielsen, 2009, Nielsen Newsletter, *Jurnal*, AGB Nielsen Media Research, Edisi 34 Juli 2009.
- Nielsen, 2011, Nielsen Newsletter, *Jurnal*, AGB Nielsen Media Research, Edisi 15, Maret 2011.
- Nursalam, 2008, *Konsep dan Penerapan Metode Penelitian Ilmu Keperawatan*, Edisi 2, Salemba Medika, Jakarta.
- Panuju, R., 2017, Pengawasan Iklan Pelayanan Kesehatan Tradisional di Televisi, *Jurnal Studi Komunikasi*, 1(2): 186-205.
- Patton, M.Q., 1990, *Qualitative Evaluation and Research Methods*, 2<sup>nd</sup> Edition, Sage Publications, United States of America.
- Pertiwi, H.Y., 2014, Strategi Kompetisi Programming Stasiun TV Swasta Nasional: Analisis terhadap RCTI dan SCTV, *Makalah*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada.
- Peter, R.G.M, dan Bijmolt, T.H.A, 1997, Consumer Memory for Television Advertising: A Field Study of Duration, Serial Position and Competition Effects, *Journal of Consumer Research*, doi:10.1086/209489.
- Polit, D. F., dan Beck, C.T., 2006, The content validity index: are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations, *Research in Nursing & Health*, 29(5), 489-497.
- Popham, W.J., 1979, *Criterion-Referenced Measurement*, Prentice-Hall, University of Michigan cit. Hendryadi, 2017, Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(2): 169-178.

- Pramelani, 2017, Pengaruh Tayangan Iklan TV terhadap Brand Image Bejo Bintang Toedjoe Masuk Angin, *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sanara Informatika*, 4(2): 124-130.
- Pramono, S., 2002, Kontribusi Bahan Obat Alam dalam mengatasi Krisis Bahan Obat di Indonesia, *Jurnal Bahan Alam Indonesia*, 1(1): 18-20.
- Prasetyaningtyas, T.R., 2017, Analisis Iklan Rokok yang Ditayangkan Stasiun Televisi di Indonesia, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Primayanti, N., 2010, Evaluasi Periklanan Obat untuk Masyarakat yang Beredar Melalui Media Elektronik dan Cetak, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Puspitasari, I., 2009, Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Pembentukan Brand Awareness, *Tesis*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Purwanto, W.E., 2007, Evaluasi Kerasionalan Iklan Obat Tanpa Resep Pada Tayangan Acara Untuk Anak-Anak di Empat Stasiun Televisi Swasta Nasional, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Rahman, A.K., 2017, Gambaran Iklan Pengobatan Alternatif di Televisi dan Website: Studi Deskriptif dan *Content Analysis*, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Rahmawati, F., 2007, Nonprescription Drug Promotion in Mass-Media Print Publication in Indonesia, *Malaysian Journal of Pharmaceutical Sciences*, 5(1): 1-6.
- Republik Indonesia, 1999, Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab III, Jakarta.
- Romadani, R., 2017, Analisis Informasi Iklan Makanan yang Disiarkan Pada Acara Televisi Anak-Anak Indonesia: Studi Deskriptif dan *Content Analysis*, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Saputra, A.Y.W., 2012, Tokoh Tenaga Kesehatan dalam *Television Commercials*, *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi*, Universitas Atma Jaya, p1-15.
- Shimp, T.A., 2003, *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Sinaga, R.H, Roselin, M., dan Tjuatja, F., 2006, Drug Information: *Menganalisis Iklan Obat Pada Media Elektronik*, *Karya Ilmiah*, Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

- Sufa, Faela, dan Bambang, M., 2012, Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektifitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip Tembalang), *Diponegoro Journal of Management*, 1(1): 226-233.
- Sugiyono, 2010, *Statistika untuk Penelitian, Cetakan ke-16*, Alfabeta, Bandung.
- Supardi, S., Nurhadiyanto, F., dan WittoEng, S., 2003, Penggunaan Obat Tradisional Buatan Pabrik Dalam Pengobatan Sendiri di Indonesia, *Jurnal Bahan Alam Indonesia*, 2(4): 135-140
- Suryawati, S., 1997, Etika Promosi Obat Bebas dan Bebas Terbatas, *Makalah*, Yogyakarta.
- Susandi, 2007, Pengaruh Publik Figur, Pesan Iklan di Televisi, Desain Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Brand Image di Benak Konsumen, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.
- Sutrisno, Prasetyo, W.P., dan Nurhidayati, 2006, Model Minat Beli Ulang: Suatu Pengujian Paska Masa Tayang Iklan (Studi kasus pada produk deterjen Rinso di Semarang), *Jurnal Ekobis Universitas Sultan Agung*, 7(2): 271-291.
- Suyanto, M., 2005, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*, ANDI, Yogyakarta.
- Turisno, B.E., 2012, Perlindungan Konsumen dalam Iklan Obat, *Jurnal MMH*, (4)1: 20-27.
- Widjayanti, V.N., 2002, *Obat-Obatan*, Kanisius, Yogyakarta.
- Widyatama, R., 2007, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- Wiedyaningsih, C., Priyatni, N., Munawaroh, S., Suryawati, S., 2011, CEMA-community to Improve Knowledge and Skills in Evaluating Medicine Advertisements, *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 14(1): 20-27.
- Wiedyaningsih, C., Primayani, N., dan Warastuti, 2011, Iklan Obat Bebas: Evaluasi dan Implementasi Metode CEMA-community, *Majalah Farmasi Indonesia*, 22(4): 286-292.
- Wimmer, R.D., Dominick, J.R., 2000, *Mass Media Research: An Introduction*, 9<sup>th</sup> Edition, American Marketing Association.
- World Health Organization, 2003, *Traditional Medicine*, <http://www.who.int/mediacentre>, diakses pada 6 April 2018.