

INTISARI

Tindakan pengobatan sendiri dengan obat tanpa resep banyak diminati masyarakat. Selain praktis, biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dibandingkan pergi ke dokter. Produk vitamin adalah salah satu jenis *over the counter (OTC)* yang digunakan untuk tindakan preventif maupun kuratif. Tindakan pengobatan sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain motivasi, pengetahuan, status sosial-ekonomi, kebudayaan, dan kelompok referensi (Covington, 2000). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi dan pengetahuan dengan tindakan penggunaan produk vitamin oleh pengunjung 8 apotek di Kota Yogyakarta periode tahun 2003.

Jenis penelitian ini observasional dengan rancangan *cross sectional*. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dari pengunjung 8 apotek di Kota Yogyakarta, dan setiap apotek diambil 15 pengunjung sebagai responden. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner, meliputi 35 pernyataan yang diukur dengan 4 skala Likert. Data dianalisis dengan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Metode statistik yang digunakan adalah teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan taraf kepercayaan 95%.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (58,33%), berusia 20-25 tahun (58,33%), status belum menikah (69,17%), tingkat pendidikan perguruan tinggi (42,50%), jenis pekerjaan mahasiswa (47,50%), belum berpenghasilan (50%). Frekuensi penggunaan tidak rutin atau bila perlu saja (76,67%), sumber informasi iklan di media massa (62,11%), jenis vitamin yang paling sering dikonsumsi vitamin C (64,74%), diri sendiri yang mendorong penggunaan produk vitamin (74,63%), informasi yang diterima kurang lengkap (55,00%), Vi-Cee (28,79%) adalah nama produk vitamin yang sering dikonsumsi, dan tempat membeli produk vitamin di apotek (62,88%). Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif ($r=0,508$) dan signifikan ($p<0,05$) antara motivasi dengan tindakan penggunaan produk vitamin oleh 8 pengunjung apotek di Kota Yogyakarta periode tahun 2003 dengan tingkat hubungan sedang. Peneliti juga menemukan adanya hubungan positif ($r=0,489$) dan signifikan ($p<0,05$) antara pengetahuan dengan tindakan penggunaan produk vitamin oleh pengunjung 8 apotek di Kota Yogyakarta periode tahun 2003 dengan tingkat hubungan sedang.

Kata kunci : motivasi, pengetahuan, pengobatan sendiri, vitamin.

ABSTRACT

Self medication with non-prescription drugs became very popular today, cause it is more efficient rather than visiting doctor. Vitamin is one of over the counter (OTC) which is used for preventive and curative purpose. Self medication is influenced by some factors such as motivation, knowledge, social-economic status, culture, and the group of reference (Covington, 2000). The purpose of this research was to know the relationship between motivation and knowledge with the use of vitamin product from 8 pharmacy visitors in Yogyakarta 2003.

The type of this research was observational with cross sectional design. The sampling was done by purposive sampling in 8 drug stores in Yogyakarta, and each drug store was sampled for 15 respondent. The main instrument of this research was questionnaire, consist 35 statements measure with 4 Likert scales. The data was analyzed using qualitative and quantitative approach. The statistical method used was Pearson Product Moment correlation with 95% degree of trust.

The result showed that most of the respondent are female (58,33%), 20-25 years old, unmarried (69,17%), student (47,50%) at university level (42,50%), and unemployeed (50%). Most of them use vitamin product rarely or if it is needed (76,67%), information sources from mass media (62,11%), the most product is vitamin C (64,74%), self influencer (74,63%), most of vitamin has limited information (55%), Vi-cee is a brand which being the most consumed by (28,79%). The research also find that there is a positive ($r=0,508$) and significant ($p<0,05$) correlation between the motivation and the use of vitamin products from 8 pharmacy visitors in Yogyakarta 2003, at the medium level of correlation. It is also found that there a positive ($r=0,489$) and significant ($p<0,05$) correlation between knowledge and the use of vitamin products from 8 pharmacy visitors in Yogyakarta 2003, at the medium level of correlation.

Key words : motivation, knowledge, self medication, vitamins.