

ORIGINAL ARTICLE

Pengaruh Media Komunikasi terhadap Kesesuaian dan Penggunaan Suplemen di Masyarakat Kota Surabaya Saat Pandemi COVID-19

Firda Arifatu Rizkia, Mareta Putri Anugrahswari, Nurhalima, Paskalis Yosna Priyambudi, Rahma Khoirunnisa Wirabuana, Elok Dzul Afifah, Naomi Tri Handayani, Abid Ananta Yuwawira, Lailatul Nuraini, Aisyah Nabila Ramadhanty, Gusti Noorizka Veronika Achmad*

Fakultas Farmasi, Universitas Airlangga
Gedung Nanizar Zaman Joenoes Kampus C, Jl. Ir. Soekarno, Surabaya 60115, Indonesia

*E-mail: gusti-n-v-a@ff.unair.ac.id

ABSTRAK

Pola perilaku masyarakat dalam mencari pengobatan dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, keyakinan dan sarana kesehatan. Paparan iklan pada media komunikasi akan mempengaruhi perilaku dalam konsumsi suplemen. Adanya informasi yang tidak tepat dan tidak lengkap pada iklan obat dapat menyebabkan kesalahan penggunaan obat hingga berpengaruh pada kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media komunikasi terhadap kesesuaian penggunaan suplemen dan peningkatan penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19. Penelitian ini termasuk penelitian survei dengan metode analitik dan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Kota Surabaya dengan instrumen kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan *platform google form*. Penelitian menggunakan teknik *non-random sampling*. Dalam pengujian terhadap hubungan antar variabel atau hipotesis peneliti menggunakan uji *Kendall's Tau*. Hasil penelitian dari 322 responden menunjukkan tidak ada pengaruh media komunikasi terhadap penggunaan suplemen dengan $p = 0,122$ ($\alpha > 0,05$). Mayoritas responden (252 responden; 78,3%) memiliki kesesuaian penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19 dalam hal frekuensi, jumlah, dan indikasi yang baik. Pada uji beda mengenai penggunaan suplemen didapatkan $p = 0,000$ ($\alpha < 0,05$) yang menunjukkan adanya perbedaan penggunaan suplemen sebelum dan saat pandemi COVID-19. Terdapat peningkatan konsumsi suplemen saat pandemi COVID-19. Kesimpulan pada penelitian ini adalah media komunikasi tidak berpengaruh terhadap kesesuaian dan penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19 serta terdapat peningkatan penggunaan suplemen sebelum dan saat pandemi.

Kata kunci: COVID-19, Kesesuaian, Media Komunikasi, Pandemi, Penggunaan, Suplemen

ABSTRACT

People seeking treatment's behaviour patterns could be influenced by their knowledge, beliefs, and healthcare facilities. The presence of inaccurate and incomplete information in drug advertisements can lead to incorrect use of drugs that affect health. This study was to determine the effect of communication media on the suitability of supplement use and intensity of supplement consumption during the COVID-19 pandemic. Survey research with analytical methods and a quantitative approach was conducted in Surabaya using online questionnaire through google form platform. This survey used a non-random sampling technique. Kendall's Tau tests was used to see the relationship between variables or hypotheses. The study results of 322 respondents showed no influence of communication media on the use of supplements with $p = 0.122$ ($\alpha > 0.05$). The appropriateness of using supplements during the COVID-19 pandemic in terms of frequency, amount, and indications obtained good results in majority of respondents (252; 78.3%). The test on supplement consumption with $p = 0.000$ ($\alpha < 0.05$) indicates a difference in supplement consumption before and during the COVID-19 pandemic. The profile of supplement use showed an increase in supplement consumption during the COVID-19 pandemic. This study concluded that communication media had no effect on the appropriateness and use of supplements during the COVID-19 pandemic and there was an increase in supplement consumption during pandemic.

Keywords: Appropriateness, Communication media, COVID-19, Pandemic, Supplement

PENDAHULUAN

Coronavirus Disease atau COVID-19 merupakan penyakit infeksi menular yang disebabkan oleh virus corona jenis baru (*Novel Coronavirus*). Virus ini menyebar melalui tetesan air liur yang dikeluarkan dari mulut akibat batuk atau bersin dan kemudian masuk ke tubuh orang lain melalui mulut, hidung, dan mata (WHO, 2020). Dalam mengantisipasi penyebaran COVID-19 masyarakat dihimbau untuk menjaga kesehatan dan mengonsumsi makanan bergizi seimbang untuk meningkatkan daya tahan tubuh (Kementerian Kesehatan RI, 2020).

Peningkatan daya tahan tubuh saat pandemi COVID-19 dapat dilakukan dengan mengonsumsi sumber makanan yang mengandung vitamin dan mineral. Apabila kebutuhan tersebut belum terpenuhi maka dapat dilengkapi dengan konsumsi suplemen. Suplemen adalah produk dengan kandungan vitamin, mineral, asam amino atau bahan lain yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan zat gizi, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki fungsi kesehatan (BPOM, 2020).

Semenjak adanya pandemi COVID-19 dan belum ditemukan pengobatan yang tepat, terjadi peningkatan penggunaan suplemen dimasyarakat sebagai upaya mengurangi resiko tertular COVID-19 (Alyami et al., 2020; Yilmaz et al., 2020). Penelitian oleh Evans et al. (2020) melaporkan adanya peningkatan penggunaan suplemen sebesar 10% sampai 15% setiap bulannya semenjak adanya pandemi COVID-19.

Pola perilaku masyarakat dalam mencari pengobatan dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, keyakinan dan sarana kesehatan (Notoatmodjo, 2014). Faktor pendukung lainnya dapat dipengaruhi oleh adanya iklan pada media komunikasi (Dimara, 2012). Iklan terkait suplemen bisa diperoleh dari media cetak dan media elektronik seperti televisi, radio, dan internet. Paparan iklan pada media komunikasi akan mempengaruhi perilaku dalam konsumsi suplemen yang berawal dari rasa tertarik hingga memustuskan untuk menggunakannya (Tabita et al., 2012).

Iklan obat yang beredar di masyarakat dapat memberikan informasi yang tidak tepat, hal ini ditunjukkan pada penelitian oleh Rahmawati (2007) yang menyatakan bahwa ditemukan iklan obat dengan informasi yang tidak lengkap (27,3%) dan menunjukkan klaim efektivitas pengobatan yang tidak sesuai dengan data klinisnya (44,5%). Ketidaktepatan informasi pada iklan obat dapat menyebabkan kesalahan penggunaan obat hingga berpengaruh pada kesehatan (Wiedyaningsih et al., 2011).

Berdasarkan survei yang dilakukan persatuan telekomunikasi internasional menyebutkan bahwa 4,1 juta populasi di dunia cenderung menggunakan internet sebagai sumber informasi. Informasi pada internet

dapat bersumber dari *website* dan media sosial. Semenjak adanya pandemi COVID-19 banyak *website* dan media sosial menyediakan informasi palsu mengenai kesehatan (Chumairoh, 2020; Shani & Hunny, 2020). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Bafadhal & Santoso (2020) yang menyatakan bahwa terdapat disinformasi di bidang kesehatan mengenai obat atau pencegahan saat COVID-19 pada media sosial. Disinformasi tersebut dapat mendorong seseorang untuk menggunakan pengobatan yang tidak tepat dan pembelian obat tanpa disertai konsultasi dengan tenaga kesehatan (Barua et al., 2020; Chaiwchan et al., 2019). Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh media komunikasi terhadap kesesuaian penggunaan suplemen saat pandemi dan mengetahui ada atau tidaknya peningkatan penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan rancangan *cross sectional* dan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan metode analitik karena ingin mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya pada bulan Oktober 2020. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dalam bentuk survei *online* dengan menggunakan *platform google form*, kemudian peneliti menyebarkan tautan survei tersebut melalui media online. Teknik sampling yang digunakan adalah *non random sampling*.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan harga d sebesar 0,1 (Rachmawati, 2011; Ningrum, 2019) dan didapatkan jumlah responden minimal sebanyak 100 responden. Kriteria inklusi pada penyebaran kuesioner adalah orang yang sedang mengonsumsi suplemen, pernah melihat iklan terkait suplemen disalah satu media komunikasi (cetak, elektronik, internet), berusia produktif yaitu 15 hingga 64 tahun, berdomisili di Surabaya dan tidak sedang menderita penyakit kronis. Kriteria eksklusi pada penelitian ini adalah responden yang sedang sakit dan membutuhkan terapi suplemen, responden yang mengonsumsi produk kesehatan selain suplemen (jamu, OHT dan fitofarmaka) dan civitas akademika Fakultas Farmasi Universitas Airlangga.

Terkait dengan etik dalam penelitian dan penyebaran kuesioner, pada kuesioner terdapat lembar informasi yang berisi kriteria inklusi dan kesediaan menjadi responden penelitian. Identitas responden dirahasiakan dengan penyajian data secara anonim dan hanya peneliti yang mempunyai akses lengkap terhadap data dan identitas responden.

Variabel yang diukur dalam penelitian antara lain media komunikasi, penggunaan suplemen,

kesesuaian dan sikap. Variabel media komunikasi dibagi menjadi dua yaitu sumber resmi dan tidak resmi. Sumber resmi yang dimaksud yaitu dari instansi pemerintah terkait atau tenaga kesehatan seperti dokter. Sedangkan sumber tidak resmi yang dimaksud dapat berasal dari iklan atau media sosial (di luar instansi pemerintah dan tenaga kesehatan). Sumber resmi dibagi lagi menjadi tiga sub bagian yaitu media cetak (brosur, buku, poster yang diterbitkan instansi kesehatan), media elektronik (siaran televisi atau radio dengan narasumber tenaga kesehatan) dan internet (*website* BPOM, Kementerian Kesehatan RI). Sumber tidak resmi juga dibagi menjadi tiga yaitu media cetak (katalog produk, iklan majalah, iklan koran), media elektronik (iklan televisi, iklan radio) dan internet (media sosial, *blogspot*, *online shop*). Variabel penggunaan yang dimaksud meliputi frekuensi dan jumlah suplemen yang dikonsumsi baik sebelum dan saat pandemi. Variabel kesesuaian ini dilakukan studi pustaka penggunaan suplemen responden dengan indikator berupa indikasi, frekuensi, jumlah konsumsi dan kandungan pada suplemen. Variabel sikap pada penelitian berupa skala Likert dan dibagi menjadi dua jenis pertanyaan yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Cara penilaian pertanyaan *favorable* berupa skala 1 - 4 dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju) dan 4 (sangat setuju). Sedangkan cara penilaian pertanyaan *unfavorable* berupa skala 1 - 4 dengan keterangan 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju).

Pada penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas butir soal. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini berupa *content validity*, *construct validity*, dan *face validity*. *Content validity* dilakukan oleh para ahli, sementara *construct validity* dilakukan dengan uji korelasi butir konstruk menggunakan SPSS for windows version 22 dengan mengamati nilai *cronbach's alpha*. Uji validitas yang baik ditunjukkan dengan taraf signifikansi diatas 0,632 (Notoatmodjo, 2018). Sedangkan uji reliabilitas yang baik ditunjukkan dengan nilai *cronbach's alpha* pada rentang 0,70 - 0,95 (Tavakol & Dennick, 2011). Proses *face validity* dilakukan empat kali tahapan dengan melibatkan total 62 responden. Pada tahapan ini, dilakukan beberapa evaluasi antara lain pemisahan dan perubahan bahasa pada pertanyaan skala likert *favorable* dan *unfavorable*; evaluasi pada perubahan gaya huruf; penambahan gambar pada pertanyaan sumber komunikasi. Dari empat tahapan *face validity* tersebut responden sudah mampu memahami dan menjawab pertanyaan tanpa kesulitan.

Jenis analisis data pada SPSS menggunakan uji Kendall's Tau untuk mengetahui hubungan data ordinal pada data non parametrik. Analisis ini digunakan untuk melihat hubungan antara sumber informasi dengan sikap dan hubungan antara sumber informasi dengan penggunaan suplemen. Uji *Chi-square* digunakan untuk uji beda dua sampel yang tidak saling

berhubungan pada data non parametrik. Interpretasi uji Kendall's Tau akan memiliki hubungan jika nilai signifikansi <0,05. Sedangkan pada uji *Chi-square* akan ada perbedaan jika nilai signifikansi < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi responden

Jumlah responden yang didapatkan pada penelitian sejumlah 391 responden dan hanya 322 yang termasuk dalam kriteria inklusi. Terdapat 69 responden yang dieksklusi karena terdapat ketidakkonsistenan jawaban seperti tetap mengisi kuesioner walaupun sedang tidak menggunakan suplemen dan tidak mengetahui bahwa produk yang dikonsumsi bukan kategori suplemen. Dari penelitian didapatkan responden lebih banyak berjenis kelamin wanita, berusia pada rentang 15-24 tahun dan pendidikan terakhir SMA. Data demografi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Demografi Responden

Kriteria demografi		n (%)
Jenis kelamin	Pria	95 (29,5)
	Wanita	227 (70,5)
Usia	15 - 24 tahun	229 (71,1)
	25 - 34 tahun	26 (8,1)
	35 - 44 tahun	8 (2,5)
	45 - 54 tahun	36 (11,2)
	55 - 64 tahun	23 (6,8)
Pendidikan terakhir	SD	2 (6)
	SMP	12 (3,7)
	SMA	190 (59)
	Diploma	27 (8,4)
	Sarjana	87 (27)
	Diatas Sarjana	4 (1,2)
Pekerjaan	Tidak bekerja	7 (2,2)
	Ibu rumah tangga	18 (5,6)
	Pelajar	197 (61,2)
	PNS	25 (7,8)
	Pegawai Swasta	61 (18,9)
	Wirausaha/Swasta	10 (3,1)
	TNI/POLRI	2 (0,6)
Lain - lain	2 (0,6)	

Media komunikasi

Media komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting untuk berkomunikasi dengan orang lain termasuk penyebaran informasi mengenai kesehatan. Berdasarkan penelitian oleh Prasanti & Faudy (2018) menyebutkan *whatsapp* banyak digunakan untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi kesehatan termasuk informasi mengenai suplemen. Informasi tersebut diantaranya cara penggunaan, dosis serta aturan pakai suplemen.

Berdasarkan Tabel 2 sebanyak 187 responden (58,1%) memilih sumber resmi dan 135 responden (41,9%) memilih sumber tidak resmi. Berdasarkan uji *Chi-square* yang telah dilakukan terdapat perbedaan antara jenis informasi dengan nilai signifikansi 0,001

(<0,05). Dari kedua jenis informasi tersebut, internet memiliki persentase yang paling tinggi. Hal ini dikarenakan internet merupakan sumber informasi yang luas dan mudah diakses (Chaiwchan et al., 2019).

Tingkat pendidikan responden dapat dikatakan cukup baik terlihat dari data pendidikan terakhir yang mayoritas adalah SMA. Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang dalam mengambil keputusan dan bertindak (Notoatmodjo, 2007; Hurlock, 2007). Dapat dikatakan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden yang cukup baik selaras dengan tingkat pengetahuan yang cukup tinggi sehingga sudah banyak responden yang memilih informasi yang sesuai, dalam hal ini sumber informasi resmi.

Sikap terhadap penggunaan

Sikap didefinisikan sebagai kondisi psikologis seseorang yang mendorong keyakinan atau perasaan sehingga seseorang akan cenderung untuk melakukan suatu tindakan. Pendekatan mengenai sikap dapat berupa pandangan, pendirian, perasaan (afektif), pemikiran (kognitif) dan perilaku (Altmann, 2008). Sikap dapat diketahui melalui proses evaluasi pada subjek individu serta tanggapan afektif, emosional, dan keyakinan individu terhadap suatu objek tertentu (Eirich & Corbett, 2007).

Berdasarkan Tabel 3 mengenai sikap terhadap informasi tentang suplemen yang tertera pada media

komunikasi, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa iklan pada media komunikasi mendorong responden untuk membeli dan menggunakan suplemen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pemikiran seseorang dapat mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

Penggunaan suplemen

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan terjadinya peningkatan penggunaan suplemen dari sebelum dan saat pandemi. Pada saat pandemi, peningkatan tersebut terjadi pada jumlah dan frekuensi yang digunakan yaitu sebesar 49,8%. Hal ini terjadi karena banyak masyarakat yang mencari informasi mengenai suplemen untuk memelihara dan meningkatkan daya tahan tubuh saat pandemi COVID-19 (Mukti, 2020). Berdasarkan uji *Chi-square* mengenai penggunaan suplemen diperoleh hasil signifikansi 0,000 (< 0,05). Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan penggunaan suplemen sebelum dan saat pandemi COVID-19.

Berdasarkan penelitian, didapatkan masing-masing 1 responden yang mengonsumsi lebih dari 4 suplemen pada sebelum dan saat pandemi. Hal ini diperlukan perhatian terkait efek samping dan interaksi obat. Penggunaan suplemen secara berlebihan dapat menimbulkan efek toksik seperti penurunan fungsi dan kerja ginjal (Dharma, 2015; Wooltorton, 2003).

Tabel 2. Profil Media Komunikasi dan Pengaruh terhadap Kesesuaian Penggunaan Suplemen

Sumber informasi	n (%)	Kesesuaian	
		S	TS
Sumber resmi	Media elektronik	47 (14,6%)	
	Media cetak	187 (58,1%)	18 (5,6%)
	Internet	122 (37,9%)	152 (81,3%)
Sumber tidak resmi	Media elektronik	37 (11,5%)	
	Media cetak	135 (41,9%)	12 (3,7%)
	Internet	86 (26,7%)	100 (74,1%)

Keterangan: S: Sesuai, TS: Tidak Sesuai

Tabel 3. Sikap Responden Terkait Suplemen

Sikap	STS	TS	S	SS
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Saya sering mendapat informasi suplemen di media komunikasi	5 (1,6%)	44 (13,7%)	166 (51,6%)	107 (33,2%)
Saya menggunakan suplemen dengan indikasi (khasiat) yang tertera pada media komunikasi	8 (2,5%)	41 (12,7%)	181 (56,2%)	92 (28,6%)
Saya menggunakan suplemen berdasarkan aturan pakai yang tertera pada media komunikasi	12 (3,7%)	56 (17,4%)	153 (47,5%)	101 (31,4%)
Saya terdorong untuk membeli dan mengonsumsi suplemen karena sering melihat dan mendengar iklan di media komunikasi	38 (11,8%)	119 (37%)	112 (34,8%)	53 (16,5%)
Saya terdorong untuk membeli dan mengonsumsi suplemen dengan iklan yang menarik pada media komunikasi	35 (10,9%)	127 (39,4%)	118 (36,6%)	42 (13%)
Saya terdorong untuk membeli dan mengonsumsi suplemen dengan iklan yang menjanjikan khasiat tertentu	37 (11,5%)	105 (32,6%)	131 (40,7%)	49 (15,2%)
Iklan yang menarik TIDAK mendorong saya untuk membeli dan mengonsumsi suplemen	46 (14,3%)	138 (42,9%)	110 (34,2%)	28 (8,7%)
Iklan yang sering muncul di media komunikasi TIDAK mendorong saya untuk membeli dan mengonsumsi suplemen	41 (12,7%)	145 (45%)	114 (35,4%)	22 (6,8%)
Iklan yang menjanjikan khasiat TIDAK mempengaruhi saya untuk membeli dan mengonsumsi suplemen	45 (14%)	134 (41,6%)	119 (37%)	24 (7,5%)

Tabel 4. Jumlah dan Frekuensi Suplemen yang Digunakan Sebelum dan Saat Pandemi

Variabel	Indikator	Sebelum	Saat
		n (%)	n (%)
Jumlah suplemen yang digunakan	1 suplemen	148 (46,0%)	198 (61,5%)
	2 suplemen	44 (13,7%)	86 (26,7%)
	3 suplemen	20 (6,2%)	30 (9,3%)
	4 suplemen	2 (0,6%)	7 (2,2%)
	>4 suplemen	1 (0,3%)	1 (0,3%)
Frekuensi yang digunakan	1x sehari	195 (60,6%)	275 (85,4%)
	2x sehari	11 (3,4%)	33 (10,2%)
	3x sehari	9 (2,8%)	14 (4,3%)

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa vitamin C merupakan mayoritas vitamin yang dikonsumsi oleh responden dengan peningkatan konsumsi sebelum dan saat pandemi COVID-19 sebesar 0,8%. Hal ini karena vitamin C memiliki fungsi sebagai imunomodulator, antioksidan, dan perlindungan infeksi virus sehingga dapat mengurangi durasi dan keparahannya serta memiliki sifat anti-histamin yang dapat memperbaiki gejala mirip flu (Shakoor et al., 2020; Michele et al., 2020).

Peningkatan penggunaan suplemen serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Evans et al. (2020), saat pandemi COVID-19 terjadi peningkatan penggunaan suplemen, antara lain vitamin C meningkat 16,0 kali; vitamin D meningkat 9,4 kali; vitamin B meningkat 1,3 kali; dan multivitamin meningkat 1,2 kali. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yilmaz et al. (2020) disebutkan bahwa penggunaan Vitamin C meningkat dari 28 orang (3,2%) menjadi 40 orang (4,6%).

Tabel 5. Jumlah Suplemen yang Digunakan Responden

Jenis suplemen yang digunakan		n (%)
Sebelum pandemi	Vitamin B	1 (0,4%)
	Vitamin C	115 (49,1%)
	Vitamin D	0 (0%)
	Vitamin E	9 (3,8%)
	Multivitamin	64 (27,4%)
	Lain-lain	45(19,3%)
	Saat pandemi	Vitamin B
Vitamin C		207(50,0%)
Vitamin D		1(0,2%)
Vitamin E		23(5,6%)
Multivitamin		120(29%)
Lain-lain		55(13,3%)

Indikator kesesuaian penggunaan suplemen dinilai berdasarkan ketepatan indikasi dan aturan pakai suplemen. Kesesuaian ini dianalisa oleh peneliti sesuai dengan literatur yang digunakan. Hasil didapatkan sebanyak 70 responden (21,7%) tidak sesuai, sedangkan 252 responden lainnya (78,3%) sudah sesuai dengan literatur.

Ketidaksesuaian indikasi disebabkan karena terdapat responden yang beranggapan bahwa suplemen dapat mengobati dan mencegah COVID-19, sedangkan pada literatur disebutkan suplemen memelihara daya

tahan tubuh, meningkatkan fungsi kesehatan, dan melengkapi kebutuhan gizi (BPOM, 2020). Ketidaksesuaian lainnya terdapat pada aturan pakai suplemen yang dikonsumsi oleh responden terutama pada vitamin C. Mengacu pada literatur dosis maksimal konsumsi Vitamin C yaitu 1000 mg perhari, namun beberapa responden dalam kenyataannya mengonsumsi lebih dari 1000 mg (Sweetman, 2014). Kesalahan frekuensi penggunaan suplemen ini berhubungan dengan penelitian Utami and Juniarsa (2013) yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat saat mengonsumsi suplemen dalam jumlah berlebih akan menghasilkan efektivitas terapi yang lebih baik.

Hubungan media komunikasi dengan sikap dan penggunaan suplemen

Untuk mengetahui hubungan antara sikap dan penggunaan suplemen digunakan uji Kendall's Tau. Pada uji hubungan antara media komunikasi dengan sikap menunjukkan signifikansi 0,572 ($>0,05$), sedangkan pada uji hubungan media komunikasi dengan penggunaan suplemen didapatkan hasil signifikansi 0,122 ($>0,05$). Dari hasil uji hubungan tersebut dapat disimpulkan media komunikasi tidak mempengaruhi sikap dan penggunaan suplemen.

Pernyataan tersebut serupa dengan penelitian Morison et al. (2015) yang menyatakan bahwa sumber informasi tidak memiliki hubungan yang bermakna terhadap persepsi dalam penggunaan obat generik. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dari penggunaan suplemen diantaranya pengaruh orang lain, pengaruh kebudayaan dan lembaga pendidikan (Azwar, 2011). Hal ini diperkuat oleh Notoatmodjo (2014) bahwa faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan suplemen dapat dipengaruhi oleh fasilitas dan sarana kesehatan, tokoh masyarakat, dan peran atau pelayanan dari petugas kesehatan, dan kerabat serta keluarga.

KESIMPULAN

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara media komunikasi dengan penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti adanya fasilitas dan sarana kesehatan yang tersedia, tokoh masyarakat, peran dari tenaga kesehatan, kerabat serta

keluarga. Kesesuaian penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19 pada masyarakat di Kota Surabaya dalam hal frekuensi, jumlah dan indikasi menunjukkan hasil yang baik yaitu sebesar 78,3%. Pada hasil penelitian juga diperoleh hasil bahwa terjadi peningkatan penggunaan suplemen saat pandemi COVID-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Kepala Departemen Farmasi Komunitas dan penanggung jawab mata ajar Farmasi Masyarakat serta semua pihak yang sudah memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Altmann, T. K. (2008) 'Attitude: a concept analysis.', *Nursing Forum*, 43(3), pp. 144-150. doi: 10.1111/j.1744-6198.2008.00106.x.
- Alyami, H. S., Orabi, M. A., Aldhabbah, F. M., Alturki, H. N., Aburas, W. I., Alfayez, A. I., Alharbi, A. S., Almasood, R. A., & Alsuhaibani, N. A. (2020) 'Knowledge about COVID-19 and beliefs about and use of herbal products during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study in Saudi Arabia', *Saudi Pharmaceutical Journal*, 28(11), pp. 1326-1332.
- Azwar, S. (2011) *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- B POM RI. (2020) *Buku Saku Suplemen Kesehatan Untuk Memelihara Daya Tahan Tubuh dalam Menghadapi COVID-19*.
- Bafadhal, O. M., & Santoso, A. D. (2020) 'Memetakan pesan hoaks berita COVID-19 di Indonesia lintas kategori, sumber, dan jenis disinformasi.', *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2), pp. 235-249.
- Barua, Z., Barua, S., Aktar, S., Kabir, N., & Li, M. (2020) 'Effect of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation.', *Journal Progress in Disaster Science*, 8, pp. 1-9. doi: 10.1016/j.pdisas.2020.100119.
- Chaiwchan, P., Nookhong, J., Wanwadee, N., & Sriviboon, C. (2019) 'A content analysis of the dietary supplement information on digital media.', *The 2019 International Research Conference in Zurich*, pp. 63-69.
- Chumairoh, H. (2020) 'Ancaman berita bohong di tengah pandemi COVID-19.', *Vox Populi*, 3(1), pp. 22-30. doi: 10.24252/vp.v3i1.14395
- Dharma, P. S. (2015) *Deteksi Dini dan Pencegahan Penyakit Ginjal*. Yogyakarta: DAFA Publishing.
- Dimara, S. O. (201) 'Dampak iklan obat terhadap perilaku konsumsi obat.', *Jurnal Media Medika*, 1(1), pp. 1-17.
- Eirich, F. & Corbett, K. (2007) 'Guide 4 : Understanding and Measuring Attitudes.', *Scottish Government Social Research Group Social Science Methods Series*, pp. 1 - 7.
- Evans, A., Santos, E., & Ford, M. (2020) *Impact of COVID-19 on Vitamins, Minerals and Supplements*. <https://www.lek.com/insights/ei/impact-covid-19-vitamins-minerals-and-supplements#>.
- Hurlock, A. (2007) *Promosi Kesehatan Bayi dan Balita*. Jakarta: Salemba Medika.
- Kementerian Kesehatan RI. (2020) *Panduan Gizi Seimbang pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Michele, C. A., Angelo, B., Valeria, L., Teresa, M., Pasquale, L., Guisepe, C., Giovanni, M., Michele D. P., Ernestina, P., & Mario, B. (2020) 'Vitamin supplements in the era of SARS-Cov2 pandemic.', *GSC Biological and Pharmaceutical Sciences*, 11(2), pp. 7-19.
- Morison, F., Untari, E. K., & Fajriaty, I. (2015) 'Analisis tingkat pengetahuan dan persepsi masyarakat Kota Singawang terhadap obat generik.', *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia*, 4(1), pp. 39-48.
- Mukti, A. W. (2020) 'Hubungan pengetahuan terhadap perilaku penggunaan suplemen kesehatan warga Kebonsari Surabaya di masa pandemi COVID-19.', *Jurnal Sains Farmasi*, 1(1), pp. 20-25.
- Ningrum, D. S. (2019) *Pengaruh iklan obat nyeri kepala di televisi terhadap pemilihan obat secara swamedikasi pada masyarakat (studi di Dusun Karang Jambe Desa Beji Kecamatan Junrejo Kota Batu)*. Thesis Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Notoatmodjo, S. (2007) *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2014) *Ilmu Perilaku Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2018) *Metodologi Penelitian Kesehatan Jakarta: Rineka Cipta*.
- Prasanti, D. & Faudy, I. (2018) 'Pemanfaatan media komunikasi dalam penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat.', *Jurnal Reformasi*, 8(1), pp. 8-14. doi: 10.33366/rfr.v8i1.921
- Rachmawati, H. (2011) *Pengaruh Iklan Obat Flu di Televisi terhadap Pemilihan Obat secara Swamedikasi pada Masyarakat di Malang.*, *Jurnal Farmasi dan Ilmu Kesehatan*, 1(2), pp. 1-11. doi: 10.22219/far.v1i2.1169.
- Rahmawati, F. (2007) 'Nonprescription drug promotion in mass-media print publication in Indonesia.', *Malaysian Journal of Pharmaceutical Sciences*, 5(1), pp. 1-6.

- Shakoor, H., Feehan, J., Al Dhaheri, A. S., Ali, H. I., Platat, C., Ismail, L. C., Apostolopoulos, V., & Stojanovska, L. (2020) 'Immune-boosting role of vitamins D, C, E, zinc, selenium and omega-3 fatty acids: could they help against COVID-19?'. *Maturitas*, 143, pp. 1-9. doi: 10.1016/j.maturitas.2020.08.003.
- Shani, H., & Hunny, S. (2020) 'Role of social media during the COVID-19 pandemic: beneficial, destructive, or reconstructive?'. *International Journal of Academic Medicine*, 6(2), pp. 70-75.
- Sweetman, S. C. (2014) *Martindale the Complete Drug Reference*. London: Pharmaceutical Press.
- Tabita, I. A., Sudargo, T., & Nisa, F. Z. (2012) 'Faktor ibu dalam pemberian suplemen pada anak prasekolah.'. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 8(4), pp. 172-181. doi: 10.22146/ijcn.18214.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011) 'Making sense of cronbach's alpha.'. *International Journal of Medical Education*, 2, pp. 53-55. doi: 10.5116/ijme.4dfb.8dfd.
- Utami, A. P. & Juniarsa, I.W. (2013) 'Gambaran Tingkat Pengetahuan dan Tingkat Konsumsi Vitamin (A, C, E) Pada Ibu-Ibu yang Mengonsumsi Suplemen di Lala Studio.'. *Jurnal Skala Husada*, 10 (2), pp.159 - 166.
- WHO, (2020) https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1.
- Wiedyaningsih, C., Primayani, N., & Warastuti. (2011) 'Iklan obat bebas evaluasi dan implementasi metode cema-community.'. *Jurnal Majalah Farmasi Indonesia*, 22(4), pp. 286 – 292.
- Wooltorton, E. (2003) 'Too much of a good thing? toxic effects of vitamin and mineral supplements.'. *Canadian Medical Association Journal*, 169(1), pp. 47–48.
- Yilmaz, H. O., Asalan, R., & Unal, C. (2020) 'Effect of the COVID-19 pandemic on eating habits and food purchasing behaviors of University Students.'. *National Public Health Journal*, 15(3), pp.154-159.