

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan masyarakat Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang dikategorikan sedang (37,7%), persepsi masyarakat atas iklan obat memiliki persepsi negatif (68,1%), persepsi masyarakat atas informasi iklan obat cenderung memiliki persepsi positif (66,0%), tindakan iklan obat pada konsumen menunjukkan tindakan negatif (53,3%), tindakan iklan obat pada pemilihan obat menunjukkan tindakan positif (51,5%).
2. Terdapat hubungan antara karakteristik responden (status pekerjaan, dan tingkat pendapatan) dengan tingkat pengetahuan, uji statistik chi-square test dengan nilai $p\ value < 0,05$ dan tidak adanya hubungan antara karakteristik (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, keluarga di kesehatan?, dan status pernikahan) dengan tingkat pengetahuan, uji statistik chi-square test dengan nilai $p\ value > 0,05$.
3. Terdapat hubungan antara persepsi masyarakat atas iklan obat dengan tingkat pengetahuan uji statistik chi-square test dengan nilai $p\ value < 0,05$ dan tidak adanya hubungan antara persepsi masyarakat atas informasi iklan obat, tindakan iklan obat oleh konsumen, dan tindakan iklan obat oleh pemilihan obat dengan tingkat pengetahuan, uji statistik chi-square test dengan nilai $P\ value > 0,05$.

5.2 Saran

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan sosialisasi berbasis komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) kepada masyarakat Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang. Pemahaman tentang iklan obat sangatlah penting, dilihat dari hasil seperti masyarakat Kecamatan Koto Tengah Kota Padang.
2. Perlu penambahan atau evaluasi untuk masyarakat yang umumnya melakukan swamedikasi dengan cara memberikan penyuluhan tentang peraturan perundang-undangan iklan obat tentang iklan obat agar dapat meningkatkan kesadaran tentang iklan obat yang lebih rasional dan digunakan sebaik-baiknya.

