Jurnal Visi Komunikasi

Volume 14 Nomor 2, Januari 2017

PERILAKU KOMUNIKASI KELUARGA PARA SUAMI BURUH MIGRAN DI KABUPATEN INDRAMAYU
Meria Octavianti, Slamet Mulyana, Ira Mirawati

KOMUNITAS PUNK JALANAN: ANTARA IDEOLOGI DAN BERTAHAN HIDUP: STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PUNK JALANAN DI KOTA BANDUNG
Siti Karlinah & Wawan Setiawan

PEMBENTUKAN SIKAP MASYARAKAT TERHADAP KESEHATAN DIRI MELALUI KAMPANYE 10 PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT
Galih Citrasiwi, Hanny Hafiar, Diah Fatma Sjoraida

LOKAL PERSPEKTIF KOMUNIKASI PARIWISATA MASYARAKAT DI DESA SADE LOMBOK
Sinta Paramita

KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA ANTARA DOSEN DAN MAHASISWA ASING ASAL KOREA DI UNIVERSITAS CIPUTRA
Monika Teguh

STRATEGY VIRAL MARKETING PT MUSIM MULTI MEDIA UNTUK MENINGKATKAN TRAFFIC SOCIAL MEDIA FANSPAGE DAN BRAND ENGAGEMENT
Ardhariksa Zukhruf Kurniullah

TERPAAN PROGRAM KESEHATAN DI TELEVISI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK KESEHATAN INDUSTRI FARMAS DI KOTA BANDUNG
Aat Ruchiat Nugraha, Lukiati Komala Erdinaya

JVK	Volume 14	Nomer 2	Hal 112-189	Jakarta Januari 2017	ISSN 1412 - 3037

JVK

JURNAL VISI KOMUNIKASI

ISSN 1412-3037

Volume 14 Nomor 2, Januari 2017, halaman 112 - 189

ARH

Daftar Isi

112 – 123

PERILAKU KOMUNIKASI KELUARGA PARA SUAMI BURUH MIGRAN DI KABUPATEN INDRAMAYU

Meria Octavianti, Slamet Mulyana, Ira Mirawati

124 – 135

KOMUNITAS PUNK JALANAN: ANTARA IDEOLOGI DAN BERTAHAN HIDUP: STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PUNK JALANAN DI KOTA BANDUNG

Siti Karlinah & Wawan Setiawan

136 – 145

PEMBENTUKAN SIKAP MASYARAKAT TERHADAP KESEHATAN DIRI MELALUI KAMPANYE 10 PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT

Galih Citrasiwi, Hanny Hafiar, Diah Fatma Sjoraida

146 – 156

LOKAL PERSPEKTIF KOMUNIKASI PARIWISATA MASYARAKAT DI DESA SADE LOMBOK

Sinta Paramita

157 – 168

KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA ANTARA DOSEN DAN MAHASISWA ASING ASAL KOREA DI UNIVERSITAS CIPUTRA

Monika Teguh

169 – 178

STRATEGY *VIRAL MARKETING* PT MUSIM MULTI MEDIA UNTUK MENINGKATKAN *TRAFFIC SOCIAL MEDIA FANSPAGE* DAN *BRAND ENGAGEMENT*

Ardhariksa Zukhruf Kurniullah

179 – 189

TERPAAN PROGRAM KESEHATAN DI TELEVISI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK KESEHATAN INDUSTRI FARMAS DI KOTA BANDUNG

Aat Ruchiat Nugraha, Lukiati Komala Erdinaya

TERPAAN PROGRAM KESEHATAN DI TELEVISI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK KESEHATAN INDUSTRI FARMAS DI KOTA BANDUNG

Aat Ruchiat Nugraha
Lukiati Komala Erdinaya

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran
aatruchiat.nugraha@gmail.com; lukiatikomala@gmail.com

Abstract. *Urban community health now depends on the dissemination of information carried by the mass media increasingly is massive, and systematic testruktur in persuading the audience. As part of the reality of life, the mass media, especially on television has given a hope of real or apparent to the audience who believe it carefully. It is revealed in the fact there are many people, who believe in a run health program that can cure health. This phenomenon may occur due to the regulatory and supervisory system broadcast distribution and drugs in Indonesia is still "moderately loose" so many people are persuaded to immediately buy health products, especially nonprescription medications aired by private television stations nationwide and locally.*

Keywords: exposure, health, television, attitude, purchase, pharmacy

Abstrak. Kesehatan masyarakat perkotaan kini tergantung pada penyebaran informasi yang dilakukan oleh media massa yang semakin bersifat masif, testruktur dan sistematis dalam membujuk para penontonnya. Sebagai bagian dari realitas kehidupan, media massa, khususnya tayangan di televisi telah memberikan suatu pengharapan yang nyata ataupun semu bagi para penonton yang mempercayainya dengan seksama. Hal ini terungkap dalam kenyataan masih banyaknya masyarakat, yang mempercayai suatu tayangan program acara kesehatan yang dapat menyembuhkan kesehatannya. Fenomena ini dapat terjadi karena regulasi dan sistem pengawasan distribusi penyiaran dan obat-obatan di Indonesia masih "cukup longgar" sehingga banyak masyarakat yang terbujuk untuk sesegera mungkin membeli produk-produk kesehatan, khususnya obat non resep yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta nasional maupun daerah.

Kata Kunci: terpaan, kesehatan, televisi, sikap, pembelian, farmasi

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kesehatan kini semakin canggih yang didorong oleh adanya industri farmasi yang semakin modern dan didukung oleh media teknologi informasi yang semakin mengglobal. Keberadaan media teknologi, khususnya televisi telah merubah kebiasaan masyarakat secara budaya dari budaya yang bersifat komunal menjadi lebih individualistik, yang memegang teguh ajaran nenek moyang menjadi luntur akibat terpaan informasi yang ditayangkan oleh media televisi. Apabila gaya hidup yang ditayangkan di televisi tidak diikuti secara signifikan oleh penonton, maka yang muncul di masyarakat bahwa mereka dikatakan sebagai masyarakat atau komunitas yang "kolot" masih kuat memegang teguh ajaran leluhurnya. Begitu juga, dengan perkembangan di dunia kesehatan, adanya televisi menjadi salah satu penyebab berkembangnya layanan kesehatan dan produk-produk kesehatan yang menjamur ditayangkan dalam bentuk program acara kesehatan yang dikemas