

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap 55 akun *instagram* praktik dokter gigi di Kota Padang dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Komunikasi pemasaran digital melalui *instagram* sebagian besar sudah menerapkan elemen komunikasi pemasaran berdasarkan model AIA (*Attention, Interest, Action*), terutama dalam aspek visual dan penyampaian pesan sopan serta persuasif. Namun, tidak ada satu pun akun yang memenuhi seluruh 15 indikator AIA. Indikator paling banyak ditemukan adalah penggunaan visual menarik (*Attention*), penyampaian pesan logis dan sopan (*Interest*), serta penggunaan kata persuasif (*Action*). Indikator seperti aktivitas penandaan akun (*tagging*) pada kolom komentar masih jarang digunakan.
2. Kepatuhan terhadap Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 masih rendah. Mayoritas akun melanggar setidaknya satu pasal dalam Permenkes Nomor 1787 Tahun 2010, dengan pelanggaran tertinggi pada Pasal 5l (promosi yang mendorong penggunaan jasa), Pasal 5o (pencantuman gelar akademik), serta Pasal 5m dan 5n. Beberapa pasal tidak dilanggar sama sekali (5a dan 5f).
3. Kepatuhan terhadap Kode Etik Kedokteran Gigi Tahun 2020 secara kuantitatif lebih tinggi, namun jenis pelanggaran yang terjadi bersifat serius, seperti promosi diri dan pemberian janji keberhasilan yang tidak sesuai etika profesi.

5.2 Saran

1. Diperlukan kajian lanjutan (multidisiplin) yang mengintegrasikan aspek komunikasi digital, etika profesi, dan kebijakan publik, untuk membentuk indikator evaluasi pemasaran yang lebih relevan dan adaptif.
2. Dokter gigi perlu memahami batas promosi yang etis di media sosial. Mengikuti pelatihan etika digital dan *social media marketing*, menghindari konten yang bersifat janji hasil, testimoni, atau promosi berlebihan, serta menyampaikan informasi harga dan profil dokter secara personal, bukan dalam unggahan publik. Dengan begitu, promosi tetap bisa berjalan tanpa melanggar etika dan menjaga kepercayaan pasien.
3. Masyarakat perlu kritis dalam menerima informasi dari media sosial; waspadai konten testimoni, klaim hasil, atau janji layanan; gunakan hak untuk bertanya langsung terkait harga dan profil dokter; dukung pengawasan dengan melaporkan konten yang tidak sesuai.
4. PDGI diharapkan; menyusun panduan teknis promosi digital yang jelas dan aplikatif; meningkatkan pembinaan serta penegakan sanksi terhadap pelanggaran; mengevaluasi aturan yang terlalu ketat, seperti larangan penggunaan gelar, agar tetap menjaga transparansi tanpa melanggar etika.
5. Dinas Kesehatan disarankan; mendorong revisi Permenkes No. 1787/2010 agar sesuai perkembangan digital; menyelenggarakan pelatihan reguler tentang etika promosi digital bagi tenaga kesehatan.