

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan media sosial telah mengalami pertumbuhan yang pesat secara global. Di Indonesia sendiri, media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, dan YouTube telah menjadi platform populer bagi individu untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan mengakses berbagai jenis konten. Dalam hal ini tidak menutup kemungkinan seorang dokter juga terlibat dalam penggunaan media sosial untuk keperluan pribadi dan profesional.^{1,2}

Secara profesional pemanfaatan media sosial untuk kepentingan medis berperan dalam memperluas jaringan profesi, promosi kelembagaan, dan promosi kesehatan. Tidak jarang juga kita temukan dokter yang ikut terlibat dalam mempromosikan atau mengiklankan suatu produk tertentu. Iklan di media sosial oleh dokter menuai banyak pendapat pro dan kontra. Hal ini dianggap dapat menimbulkan fenomena konsumerisme.²

Fenomena konsumerisme di masyarakat Indonesia sendiri tergolong masih cukup tinggi. Sebuah penelitian mengatakan bahwa pada tahun 2017 total belanja masyarakat Indonesia mencapai US\$8 miliar. Kemudian meningkat pesat pada tahun 2020 menjadi US\$55 miliar sampai US\$65 miliar. Hal ini terjadi karena perubahan cara belanja dari *offline* (ke toko langsung) menjadi *online* (*e-commers*) yang mana dapat lebih memudahkan konsumen dalam berbelanja. Konsumerisme merujuk pada kecenderungan konsumen untuk memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan. Dalam industri kecantikan, fenomena konsumerisme mempengaruhi cara dokter mempromosikan dan mengiklankan merek produk kecantikan melalui media sosial. Konsumen sering kali mencari rekomendasi dari dokter atau mengikuti konten medis untuk memilih produk kecantikan yang dianggap terpercaya.^{3,4}

Penggunaan media sosial oleh dokter untuk mempromosikan merek produk kecantikan dapat menimbulkan dilema etik. Dokter harus mempertimbangkan kepentingan pasien, transparansi informasi, keabsahan klaim produk, serta peran dan tanggung jawab mereka sebagai profesional medis. Selain itu, mereka juga harus mematuhi aturan dan pedoman yang ditetapkan oleh Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Indonesia terkait promosi dan pengiklanan di media sosial.^{2,5}

Menimbang hal tersebut, Majelis Kehormatan Etik Kedokteran (MKEK) Indonesia telah mengeluarkan surat keterangan yang berisi tiga belas fatwa mengenai kebijakan bermedia sosial bagi para dokter. Telah dijelaskan pada poin nomor lima tentang penggunaan media sosial dimana dokter harus membatasi promosi diri dan prakteknya serta mengiklankan suatu produk dan jasa sesuai dengan SK MKEK Pusat IDI No.022/PB/K.MKEK/07/2020 tentang fatwa etika dokter beriklan dan berjualan *multi level marketing*. Dokter Indonesia dilarang tampil untuk mengiklankan suatu produk yang memvalidasi kualitas dan efektifitas dalam penyembuhan penyakit, kesehatan, kecantikan, ataupun kebugaran. Dokter dapat menjadi pengiklan produk bilamana dalam iklan produk tersebut tidak memvalidasi hal-hal di atas. Dokter pengiklan tersebut juga diharuskan melepas atribut dan logo yang berkaitan dengan profesi kedokteran.^{6,7}

Majelis Kehormatan Etik Kedokteran (MKEK) Indonesia juga telah menegaskan sanksi bagi para dokter yang melanggar. Pemberian sanksi dapat berupa pemberian nasihat, peringatan lisan, peringatan tertulis, pembinaan perilaku, hingga pemecatan keanggotan IDI dan pencabutan surat izin praktek. Penetapan sanksi tersebut sesuai dengan ringan hingga beratnya pelanggaran yang diperbuat.⁸

Di Indonesia, khususnya dokter umum di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Raden Mattaher di Provinsi Jambi juga menghadapi dilema etik dalam konteks penggunaan media sosial. RSUD Raden Mattaher adalah salah satu rumah sakit pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip etika kedokteran dalam pelayanan kesehatannya. Maka dari itu dokter umum sebagai dokter pelayanan primer membutuhkan tingkat pengetahuan dan sikap yang baik agar dapat menghadapi dilema etik ini. Menurut data website Kementerian Kesehatan Republik

Indonesia, terdata jumlah dokter umum yang bekerja di RSUD adalah 45 dokter. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka sampel yang akan diambil adalah dokter umum pengguna media sosial.^{9,10}

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “bagaimana gambaran tingkat pengetahuan dan sikap para dokter yang bekerja di RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi mengenai dilema etik dalam konteks penggunaan media sosial yang ditinjau dari fenomena konsumerisme produk kecantikan secara global?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui gambaran tingkat pengetahuan dan sikap para dokter umum yang bekerja di RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi mengenai dilema etik dalam konteks penggunaan media sosial oleh dokter yang ditinjau dari fenomena konsumerisme produk kecantikan secara global.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui karakteristik para dokter umum yang bekerja di RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi sebagai pengguna media sosial berdasarkan usia dan jenis kelamin.
2. Mengetahui gambaran tingkat pengetahuan para dokter umum yang bekerja di RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi mengenai dilema etik dalam konteks penggunaan media sosial oleh dokter yang ditinjau dari fenomena konsumerisme produk kecantikan secara global.
3. Mengetahui gambaran sikap para dokter umum yang bekerja di RSUD Raden Mattaher Provinsi Jambi mengenai dilema etik dalam konteks penggunaan media sosial oleh dokter yang ditinjau dari fenomena konsumerisme produk kecantikan secara global.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian yang dilaksanakan dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan peneliti dalam merancang dan melaksanakan penelitiannya khususnya mengenai pandangan dan praktik dokter terkait konsumerisme, penggunaan media sosial, dan kepatuhan terhadap kode etik kedokteran.

1.4.2 Manfaat Bagi Dokter dan Pihak Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan etik dalam penggunaan media sosial yang dipengaruhi oleh fenomena konsumerisme, serta memberikan rekomendasi yang relevan bagi dokter dan pihak terkait dalam menghadapi dilema ini.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain untuk dapat dikembangkan kembali.