

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH ORTODONTIS
TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MENDAPATKAN
PERAWATAN ORTODONTI DI MAKASSAR**

*The effect of Using Social Media by Orthodontists on Public Interest in Getting
Orthodontic Treatment in Makassar*



OLEH :

Nasyrah Hidayati

J012201009

PROGRAM MAGISTER ILMU KEDOKTERAN GIGI

FAKULTAS KEDOKTERAN GIGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH ORTODONTIS TERHADAP
MINAT MASYARAKAT UNTUK MENDAPATKAN PERAWATAN
ORTODONTI**

DI MAKASSAR

*The effect of Using Social Media by Orthodontists on Public Interest in Getting
Orthodontic Treatment in Makassar*

TESIS

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Magister Kedokteran Gigi**

Disusun dan Diajukan oleh

NASYRAH HIDAYATI

J012 20 1009

PROGRAM MAGISTER ILMU KEDOKTERAN GIGI

FAKULTAS KEDOKTERAN GIGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH ORTODONTIS
TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MENDAPATKAN
PERAWATAN ORTODONTI DI MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

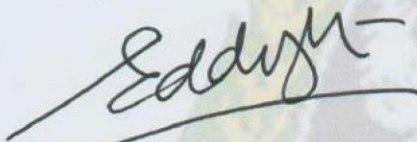
NASYRAH HIDAYATI

J012 20 1009

Telah disetujui,

Makassar, Oktober 2022

Pembimbing I



Dr. Eddy Heriyanto Habar, drg., Sp.Ort(K)
NIP. 197206282006041001

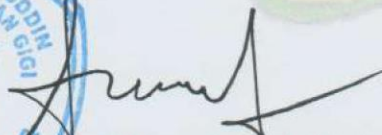
Pembimbing II



Prof. Mansjur Nasir, Ph.D
NIP. 19540625198403 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Magister Kedokteran Gigi
Fakultas Kedokteran Gigi
Universitas Hasanuddin



Fuad Husain Akbar, drg., MARS. PhD
NIP. 198550826 201504 001

Dekan
Fakultas Kedokteran Gigi
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Edy Machmud, drg., Sp.Prof(K)
NIP. 196311041994011001

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nasyrach Hidayati

Nomor Mahasiswa : J0122 01 009

Program Studi : Magister Ilmu Kedokteran Gigi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Oktober 2022

Yang Menyatakan



Nasyrah Hidayati

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahin

Assalamualaikum wr wb,

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat, ridho serta kemurahan hati-NYA, penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial oleh Ortodontis terhadap Minat Masyarakat Untuk Mendapatkan Perawatan Ortodonti di Makassar”. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak lepas dari keterlibatan beberapa pihak sehingga pada kesempatan ini penulis menyamakan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. **Prof. Dr. drg. Edy Machmud, Sp.Pros(K)** selaku Dekan Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Hasanuddin serta penguji atas kesempatan yang diberikan serautuk mengikuti Program Magister Ilmu Kedokteran Gigi Universitas Hasanuddin
2. **Dr. drg. Eddy Heriyanto Habar, Sp.Ort(K)** selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan arahan, masukan serta dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. **Prof. drg. Mansjur Nasir, Ph.D** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan arahan, masukan serta dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. **drg. Fuad Husain Akbar, Ph.D, MARS** sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Kedokteran Gigi dan salah satu tim penguji yang telah memberikan masukan dan saran serta koreksi terhadap hasil penelitian ini.
5. **Dr. drg. Eka Erwansyah, M.Kes., Sp.Ort(K)** selaku penguji pertama yang telah memberikan masukan dan saran serta nasehat kepada penulis dimulai sejak awal menempuh pendidikan program Magister Kedokteran Gigi serta masukan hingga penelitian ini selesai.
6. Seluruh staf pengajar Program Studi Magister Kedokteran Gigi yang banyak memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat, dan pengalaman klinik yang sangat berharga selama penulis menjalani masa studi.

7. Terkhusus kepada :
 - a. Suami tercinta **Andi Taufiq Hidayat, Ananda Thalhah dan Sarah** *for all the love and support*. Terima kasih telah selalu mendukung penulis.
 - b. Orang tua tercinta **Muh. Ali Mantung dan Nurlina Nara** yang telah memberikan dukungan moril dan support selama penulis menempuh proses pendidikan
 - c. Mertua tercinta **Andi Mappamiring dan Andi Bachrini** yang telah memberikan dukungan moril dan support selama penulis menempuh proses pendidikan
 - d. Adik dan kakak-kakakku tercinta telah memberikan support, meyemangati, membantu penulis dalam segala hal.
8. Teman-teman Angkatan I magister kedokteran gigi atas semangat dan supportnya selama ini.
9. Para staf Fakultas Kedokteran Gigi yang telah berperan serta dalam kelancaran studi penulis.
10. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan dan sampai selesainya penulisan karya tulis ilmiah akhir ini, semoga Allah SWT membalas kebaikan hati mereka semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya tulis akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi menyempurnakan penulisan tesis ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca dan menambah pengetahuan khususnya dalam bidang studi ortodonti.

Makassar, 11 Oktober 2022

Penulis

ABSTRAK

NASYRAH HIDAYATI. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial oleh Ortodontis terhadap Minat Masyarakat untuk Mendapatkan Perawatan Ortodonti di Makassar (dibimbing oleh Eddy Heriyanto Habar dan Mansjur Nasir).*

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh penggunaan media sosial oleh ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar.

Penelitian ini dilakukan pada 15 Kecamatan di Kota Makassar dengan menilai frekuensi penggunaan media sosial dan minat masyarakat kota Makassar untuk mendapatkan perawatan ortodonti melalui kuesioner yang dikirimkan menggunakan link *google form*

Hasil penelitian menunjukkan dari data sekunder penggunaan media internet oleh masyarakat Kota Makassar termasuk kategori tinggi dengan nilai $p=0,013$. Uji Anova digunakan dalam penelitian ini dengan nilai signifikansi $p = 0,000$, menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada penggunaan media sosial oleh ortodontis terhadap minat masyarakat di Kota Makassar. Perempuan memiliki motivasi lebih tinggi untuk mendapatkan perawatan setelah mencari informasi melalui media sosial dibandingkan laki-laki, dengan topik yang paling banyak dicari adalah “sebelum dan setelah perawatan”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh penggunaan media sosial oleh ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar.

Kata kunci : Media Sosial, Perawatan Ortodonti, Minat Masyarakat, Kota Makassar



ABSTRACT

NASYRAH HIDAYATI. The effect of Using Social Media by Orthodontists on Public Interest in Getting Orthodontic Treatment in Makassar (supervised by Eddy Heriyanto Habar and Mansjur Nasir)

This objective of the research is to analyze the effect of using social media by orthodontists on public interest in orthodontic treatment in Makassar.

This research was conducted in 15 sub-districts in Makassar City to get orthodontic treatment through a questionnaire sent using a google form link.

The results showed that from secondary data, the use of internet media by the people of Makassar City was included in the high category with a p-value = of 0.013. The Anova test was used in this study with a significant value of $p=0.000$, indicating a significant influence on orthodontists' use of social media on public interest in Makassar City. Women were more motivated to seek treatment after seeking information through social media than men, with the most sought-after topic being "before and after treatment." This study concludes that there is an effect of the use of social media by orthodontists on the public interest in getting orthodontic treatment in Makassar

Keywords: Social Media, Orthodontic treatment, Community Interest, Makassar City.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT.....	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I LATAR BELAKANG	13
1.1 Pendahuluan.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Media Sosial	16
2.1.1 Definisi Media Sosial.....	16
2.1.2 Statistik Penggunaan Media Sosial	17
2.1.3 Tujuan Penggunaan Media Sosial	18
2.1.4 Etika Media Sosial	21
2.2 Perawatan Ortodonti.....	24
2.2.1 Ruang lingkup perawatan ortodonti.....	25
2.2.2 Komponen ortodonti.....	25
2.3 Minat Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodonti.....	26
2.4 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Masyarakat	27
BAB III KERANGKA TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS.....	29
3.1 Kerangka Teori	29
3.2 Kerangka Konsep.....	30
3.2 Hipotesis Penelitian	30
BAB IV METODE PENELITIAN.....	31
4.1 Rancangan Penelitian.....	31
4.1.1 Jenis Penelitian	31
4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	31
4.3 Populasi Penelitian.....	31

4.6	Analisis Data.....	32
4.6.1	Jenis data.....	32
4.6.2	Pengolahan data.....	32
4.6.3	Analisis Data.....	32
4.6.4	Penyajian data.....	32
4.7	Kriteria Inklusi.....	32
4.8	Kriteria Eksklusi	32
4.9	Variabel Penelitian.....	32
4.10	Metode Pengumpulan Data dan Pelaksanaan Penelitian	33
4.11	Alur Penelitian	34
	BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
5.1	Hasil Penelitian	35
5.2	Pembahasan	46
	BAB VI.....	49
	PENUTUP	49
6.1	Kesimpulan	49
6.2	Saran	49
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel demografi

Tabel 2. *Reliability statistic*

Tabel 3. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. Profil responden berdasarkan usia

Tabel 5. Profil responden berdasarkan tingkat Pendidikan

Tabel 6. Profil responden berdasarkan domilisi

Tabel 7. Penggunaan media sosial terhadap minat masyarakat berdasarkan jenis kelamin

Tabel 8. Penggunaan media sosial terhadap minat masyarakat berdasarkan jenis usia

Tabel 9. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat masyarakat

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrol Bimbingan Tesis

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Etik Penelitian

Lampiran 4 Hasil Analisa Data

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Pendahuluan

Saat ini media sosial telah muncul sebagai platform alternatif untuk berbagi dan mencari informasi tentang kesehatan. Data *Global Digital Headlines* pada Januari 2021 53,6% dari populasi dunia termasuk dalam pengguna media sosial yang aktif. Pengguna media sosial aktif di Indonesia sebesar 61,8% dari total populasi. (Studi Ilmu Komunikasi, 2020)

Di Amerika, 32 persen responden menyatakan bahwa mereka telah menggunakan media sosial untuk tujuan perawatan kesehatan (McLeod, 2012). Kumpulan gambar pada media sosial menjadi menyenangkan bagi masyarakat saat ini karena melihat pengalaman dari pasien lain dalam bentuk *comment* sehingga ada kemungkinan bagi mereka untuk mengambil keputusan dalam perawatan yang diinginkan. (Weijs *et al.*, 2019)

Media sosial terbanyak yang digunakan di Indonesia yaitu *Youtube* (93,8%), *Whatsapp* (87,7%), *Instagram* (86,6), dan *Facebook* (85,5%). Media sosial dianggap memiliki peranan penting bagi Ortodontis dalam mengedukasi pasien, baik sebagai alat pemasaran maupun alat untuk memberikan informasi Pendidikan (Weijs *et al.*, 2019) (Jorgensen, 2015). *Instagram* telah menjadi sarana yang dominan untuk mengedukasi masyarakat. *Instagram* adalah aplikasi media sosial yang mendukung berbagi foto dan video gratis. Menjelang tahun 2018 *instagram* telah mengklaim lebih dari 1 milyar pengguna. Banyak Ortodontis menggunakan *Instagram* untuk mengedukasi dan sarana iklan pada pasien. Terlepas dari peningkatan pengaruh platform ini, tidak ada literatur yang membahas mengenai penggunaan konten terkait perawatan ortodonti di *Instagram*. (Al-Silwadi *et al.*, 2015)

Pada penelitian yg dilakukan oleh Kristin L. Nelson dkk, bahwa 76% dari Ortodontis menggunakan media sosial pada praktik ortodonti, dan 89% digunakan

oleh pasien/orang tua pasien. Waktu penggunaan media sosial oleh ortodontis dan pasien berbeda secara signifikan. Ortodontis membuat postingan mengenai informasi perawatan ortodonti lebih sering pada sore pagi hari dan sore hari (40% dan 56%), sedangkan pasien/orang tua pasien menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai perawatan ortodonti di malam hari (76%). Beberapa konten yang diposting oleh Ortodontis diperlukan untuk mengetahui minat masyarakat dalam mendapatkan perawatan ortodonti.(McLeod, 2012). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Buyuk Alpaydindan Imamoglu, konten ortodonti yang dibagikan oleh pasien dan sebagian besar oleh Otodontis adalah tujuan periklanan. Penting bagi Ortodontis untuk mengetahui jenis-jenis konten yang dapat digunakan untuk menarik minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti. (Buyuk, Alpaydin and Imamoglu, 2020)

Berdasarkan kondisi tersebut latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial oleh Ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan permasalahan, yaitu : Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial oleh Ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar?

1.3 Tujuan penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan umum dari penulisan ini yaitu : Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial oleh Ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar.

1.3.2 Tujuan Khusus

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan khusus dari penulisan ini yaitu :

1. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar berdasarkan jenis kelamin.
2. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar berdasarkan kelompok usia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Ilmiah

Penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial oleh Ortodontis terhadap minat masyarakat untuk mendapatkan perawatan ortodonti di Makassar serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dan profesional di bidang lain.

2. Manfaat Aplikatif

Penulisan karya ilmiah ini diharapkan :

- a. Menjadi pertimbangan bagi Ortodontis dan profesional lain dalam meningkatkan edukasi dan minat masyarakat dalam peningkatan kesadaran akan kesehatan gigi dan mulut melalui media sosial.
- b. Menjadi sarana bagi masyarakat untuk mencari informasi mengenai maloklusi, kesehatan gigi dan mulut khususnya dalam minat untuk mendapatkan perawatan ortodonti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

2.1.1 Definisi Media Sosial

Masyarakat saat ini menggambarkan kondisi yang telah berubah menjadi “*e-society*”. Dalam media sosial hal ini memainkan peran penting yang kemudian berkembang pesat dan efeknya terus meningkat dalam lingkup kesehatan. Dalam profesi ortodonti, Ortodontis dipengaruhi dan berpengaruh pada perubahan media sosial dan diharapkan memberikan peran pada jejaring ini. Media sosial sangat berhubungan dengan rutinitas sehari-hari dari setiap profesi, baik itu pribadi maupun masyarakat. Oleh karena itu, perlu pemahaman yang mendalam mengenai media sosial, kekuatan dan aplikasinya. (Weijs *et al.*, 2019)

Media sosial memiliki berbagai definisi, yang paling sederhana adalah “konten dari masyarakat, untuk masyarakat yang disiapkan oleh masyarakat”. Media sosial mengacu pada interaksi di antara orang-orang di mana mereka membuat, berbagi dan/atau bertukar informasi dan ide dalam komunitas dan jejaring virtual. Media sosial ini merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan dasar-dasar teknologi web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Media sosial bukan hanya perpanjangan situs web tetapi merupakan interaksi dan diskusi dan bukan hanya kehadiran secara *online*. Dua atau tiga dekade yang lalu, Internet pada dasarnya adalah kumpulan informasi yang dapat dinilai untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Perubahan setelah munculnya Web 2.0 adalah munculnya berbagai aplikasi web yang memfasilitasi kolaborasi antar pengguna. Interaksi ini bisa dalam bentuk ulasan, posting, berbagi konten, dll. (Weijs *et al.*, 2019)

2.1.2 Statistik Penggunaan Media Sosial

“Media” mengacu pada instrumen atau sarana apapun dari komunikasi sosial. Oleh karena itu, media dan *social network* yang sudah ada jauh sebelum internet, merupakan alat atau strategi untuk memfasilitasi hubungan dan komunikasi antar kelompok orang yang memiliki minat yang sama. Akses global internet dimulai pada akhir 1990-an. Pada tahun 1996, 66% dari semua pengguna internet adalah warga Amerika; pada tahun 2016, 89% berasal dari negara lain. Peningkatan tersebut telah membuat perkembangan pada media sosial dan jaringan *online*, yang merupakan fenomena komunikasi dan juga memiliki dampak perilaku, ekonomi, dan politik.(Papadimitriou *et al.*, 2020)

Media sosial *online* memiliki fokus awal pada penyebaran informasi searah dan berskala besar melalui portal, situs, dan halaman pribadi. Jejaring sosial *online* telah menjadi sarana untuk menjalin hubungan interpersonal dan platform interaktif yang mengandalkan berbagai macam layanan tambahan. Jejaring sosial online pertama adalah *Friendster* (2002). Sejak saat itu beberapa yang baru telah dibuat, dan beberapa lainnya telah hilang, seperti Orkut (2004-2014). Yang paling populer saat ini adalah *Facebook* (2004, yang dibuka untuk umum tahun 2006), *Youtube* (2005), *Twitter* (2006), *WhatsApp* (2009) dan *Instagram* (2011)(Papadimitriou *et al.*, 2020)

Wanita lebih terpengaruh oleh jejaring sosial daripada pria. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih dokter gigi mereka. Wanita cenderung lebih teratrik Selain itu fasilitas dan teknologi di klinik, kualifikasi dokter gigi, dan ulasan positif menjadi factor terpenting dalam memilih pasien untuk melihat akun sosial.(Aphale *et al.*, 2014)

Penelitian yang dilakukan di Arab Saudi pada 401 tanggapan pasien. Mayoritas peserta berusia antara 18 dan 25 tahun (51,1%), dan lebih dari setengahnya adalah laki-laki (54,4%). Tabel 1 merangkum beberapa demografi pribadi peserta, penggunaan media sosial, jenis kelamin, dan usia. Namun, 4,7% (19/401) pasien tidak memiliki akun media sosial tertentu, tetapi mereka masih menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi terbaru. Di sisi lain,

mayoritas memiliki akun media sosial (95,3%). Platform yang paling populer digunakan untuk pasien adalah *Snapchat* (75,1%), diikuti oleh Instagram (73,8%), dan platform media sosial yang paling tidak populer adalah LinkedIn (11,2%)(Aphale *et al.*, 2014)

Tabel 1. Tabel demografi

Variabel	N (%) N = 401
Usia	
18-25	205 (51.1)
26-35	124 (30.9)
36-45	41 (10.2)
46+	31 (7.7)
Jenis kelamin	
Pria	218 (54.4)
Wanita	183 (45.6)
Akun pribadi social media	
Ya	382 (95.3)
Tidak	19 (4.7)
Situs jejaring social	
Snapchat	310 (75.1)
Instagram	296 (73.8)
Twitter	249 (62.1)
Facebook	130 (32,4)
LinkedIn	45 (11.2)
Lain-lain	57 (14.2)

2.1.3 Tujuan Penggunaan Media Sosial

a. Pemanfaatan media sosial bagi dokter gigi

Pemanfaatan teknologi informasi pada masyarakat sangat berkembang terutama saat pandemi ini. Salah satu pemanfaatannya yaitu masyarakat menggunakan media sosial. media sosial menjadi wadah untuk saling berinteraksi bagi individu melalui komunikasi dua arah. Media sosial untuk berbagi foto dan video (contoh : Instagram) berbagi informasi berupa tulisan berbentuk uraian (contoh : *Blog, website*), berbagi pikiran dalam

bentuk tulisan singkat (contoh : twitter), serta berbagi informasi dalam bentuk obrolan chat (contoh : whatsapp, whataap group, telegram). (Leonita and Jalinus, 2018) (Surani *et al.*, 2017). Pada akun media sosial setiap pengguna dapat membagikan pandangannya dengan pengguna media sosial lainnya yang mengikutinya (El-Badawy and Hashem, 2014). Penggunaan media sosial di bidang kesehatan dapat membantu meningkatkan kesetaraan akses informasi Kesehatan dengan biaya terjangkau. Berbagai penelitian sudah menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang unggul dengan jangkauan dan interaktivitas yang luas. (Mayasari *et al.*, 2021).

Pemanfaatan media sosial dalam bidang kedokteran gigi salah satunya adalah menjadi wadah untuk memberikan informasi mengenai kesehatan gigi dan mulut menjadi lebih mudah dan dapat membantu dalam mendapatkan perawatan kesehatan gigi dan mulut yang terbaik. Tujuan utama dari pemanfaatan media sosial di bidang kesehatan gigi dan mulut menurut Balappanavar AY *et al* (2013) adalah memberikan informasi yang akurat, jelas, singkat terkait kesehatan gigi dan mulut dengan menggunakan berbagai macam sudut pandang (Balappanavar, Sardana and Hegde, 2013).

Gambaran pemanfaatan media sosial oleh dokter gigi berbeda-beda di tiap negara. Berdasarkan penelitian Henry RK *et al* (2012) pada 22.682 dokter gigi di Amerika Serikat, sebanyak 52% dokter gigi menggunakan media sosial untuk keperluan praktik dokter gigi. Para dokter gigi menggunakan media sosial untuk tujuan mempromosikan tempat praktiknya sebesar 91%. Penelitian lainnya dilakukan oleh Bahabri RH *et al* (2021) pada 238 dokter gigi umum dan dokter gigi spesialis di Saudi Arabia, menunjukkan bahwa 41% dokter gigi telah menggunakan media sosial (Bahabri and Zaidan, 2021) penelitian lainnya dilakukan di Indonesia sebanyak 444 responden dokter gigi 100% menggunakan media sosial. Adapun gambaran jenis media sosial yang dimiliki oleh dokter gigi yaitu Instagram sebanyak 341 (77%) facebook sebanyak 81%, twitter sebanyak 21 dokter gigi (4,7%). Pemanfaatan media sosial bagi dokter gigi yaitu 274 dokter gigi menggunakan untuk menjelajah berbagai informasi (*browsing*)

65 dokter gigi memanfaatkan untuk memberikan edukasi Kesehatan gigi dan mulut, sementara, sementara 62 dokter gigi memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi mengenai hobi/kegemaran personal, lalu 38 dokter gigi untuk berbelanja daring, sisanya 5 dokter gigi memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan klinik praktik dokter giginya (Mayasari *et al.*, 2021).

b. Marketing

Saat ini pergersion paradigma pemasaran mengalami perubahan dari rujukan berbasis dokter gigi menjadi iklan langsung ke konsumen. Ortodontis sekarang lebih memilih untuk beriklan kepada pasien secara langsung daripada meminta *general practice* untuk merujuk pasien. Pningkatan kebutuhan perawatan ortodonti saat ini dan perawatan ortodonti yang sedang tren *Do it Yourself* (DIY) memberikan perubahan paradgima dalam periklanan oleh spesialis ortodonti. Ortodontis tidak lagi mengandalkan rujukan dari *general practice* melainkan telah mengadopsi strategi untuk memasarkan dan mendidik calon pasien secara langsung. Strategi ini disebut *Direct to consumer advertising* (DTC) (Simplício, 2019).

Situs web saat ini menjadi semakin artistik dan interaktif termasuk video, permainan, postingan di media sosial seperti *Facebook*, *Youtube*, *twitter* untuk berinteraksi dengan komunitas lokal atau teman pasien saat ini. Bentuk lain dari pemasaran yang digunakan yaitu penyuratan langsung, papan iklan, pusat perbelanjaan, tempat gym dan lain-lain. Ortodontis semakin paham pentingnya sponsorship (Simplício, 2019).

Pemasaran di portal media sosial tersebut tidak hanya dilakukan dalam hal peningkatan praktik pribadi tetapi juga dapat dilakukan oleh perusahaan ortodonti, untuk mendapatkan produk mereka, memberikan penawaran yang menggiurkan bagi Ortodontis, memperkenalkan rangkaian produk baru, dan lain-lain.(Weijjs *et al.*, 2019).

c. Penciptaan kesadaran masyarakat

Hal terpenting bagi seorang Ortodontis sebagai seorang profesional adalah memiliki pengetahuan tentang perkembangan di bidang ortodonti, tentang bagaimana ortodonti dipraktekkan di bagian lain negara tersebut, dan tentang perkembangan terbaru di negara tersebut. Kesadaran mengenai hal ini mempengaruhi cara Ortodontis di tempat praktek dan mendorong kualitas perawatan ortodonti yang lebih baik kepada pasien.

Efek dari media sosial :

- a. *Update* perkembangan terkini akan memberikan kemudahan aksesibilitas media sosial bagi seluruh Ortodontis dan masyarakat untuk memperoleh perkembangan terbaru
- b. Kesadaran terhadap “*short term orthodontic courses*”. Penggunaan media sosial yang mudah, semakin banyak kursus-kursus ortodonti dengan jangka waktu yang singkat.

2.1.4 Etika Media Sosial

Jejaring sosial seperti papan pengumuman, dimana konten yang seseorang masukkan dapat dilihat oleh banyak orang sehingga penting untuk mempertimbangkannya saat menulis pemikiran seseorang tentang konten tersebut. di jejaring sosial *online*, setiap komentar yang diposting jelas terkait dengan profil dari pemilik akun. Dalam menggunakan jejaring sosial *online*, seseorang harus berhati-hati dengan apa yang dipasang, dan harus memperhatikan perasaan orang lain. Dalam hukum, terdapat istilah “fitnah” dan “pencemaran nama baik”. Pencemaran nama baik didefinisikan sebagai fitnah dengan kata-kata tertulis atau tercetak, gambar, atau dalam bentuk apapun selain dengan kata-kata atau gerak tubuh yang di tunjukkan. (Weijs *et al.*, 2019)

Beberapa hal yang harus diingat sebelum memposting apapun di akun pribadi ataupun sebagai profesional yaitu : (Weijs *et al.*, 2019)

- a. Kata-kata yang dicetak dan diposting di internet, meskipun “*discoverable*” artinya dapat diambil dan digunakan sebagai bukti dalam tautan hukum.

- b. Jangan berasumsi bahwa seseorang dapat memposting opini apapun yang diinginkan dengan mengutip “*freedom of speech*”. Semakin banyak berita melaporkan gugatan pencemaran nama baik yang diajukan sebagai akibat dari postingan tersebut.
- c. Bahkan jika seseorang memposting pada akun pribadi, ingat bahwa tidak ada yang benar-benar pribadi di lingkup internet. Orang memiliki cara untuk mengakses informasi, meneruskan, menyalin, dan *copy* atau mungkin mendistorsi apa yang telah seseorang tulis.
- d. Begitu pemikiran, ide, klaim, atau saran telah diposting melalui media sosial, hal itu akan berjalan dengan sendirinya. Berpikir dua kali ketika ingin memposting sesuatu.

Peraturan mengenai etika penggunaan media sosial dalam bidang kesehatan sudah memiliki landasan yang kuat. Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Ikatan Dokter Indonesia (MKEK IDI) telah mengeluarkan fatwa etik dokter dalam bermedia sosial. Fatwa ini tercantum dalam Surat Keputusan Nomor 029/PB/K/MKEK/04/2021 tertanggal 30 April 2021 yang berisi antara lain dokter harus menyadari sisi positif dan negatif media sosial, media sosial dapat digunakan untuk pemberantasan hoaks, dokter harus mengedepankan integritas, upaya promotif dan preventif, tidak boleh berpromosi, memastikan keamanan aplikasi, jika memuat gambar wajib mengikuti peraturan etika pasien, memisahkan akun media sosial untuk edukasi dengan pertemanan, memperhatikan sasaran edukasi, bebas berekspresi sebagai hak privat dengan tetap memperhatikan aturan, selektif memasukkan pasien dalam daftar pertemanan, dokter dapat membalas pujian pelayanan medis, serta apabila ingin melakukan teguran kepada rekan sejawat dapat melalui jalur pesan langsung (Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia, 2020).

Berdasarkan etika profesi Dokter Gigi Indonesia, pemanfaatan media sosial oleh dokter gigi juga harus memperhatikan Undang-undang Nomor 29 tahun 2004 tentang Praktik Kedokteran dan peraturan Menteri Kesehatan 1787/MENKES/PER/XII/2010. Dokter Gigi dilarang mempromosikan dirinya dalam bentuk apapun termasuk media sosial. Sanksi etika profesi dokter gigi akan

dilakukan oleh Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Gigi (MKEKG) PDGI sesuai tingkat wilayah maupun jenis pelanggarannya (Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia, 2020).

Dalam Kode Kedokteran Gigi Indonesia, dokter gigi dilarang melakukan promosi dalam bentuk apapun. Berdasarkan Kode Etik Kedokteran Gigi Indonesia (KODEKGI) tahun 2017-2020 SK No. SKEP/782/PB PDGI/2020. Hal ini juga berdasarkan PERMENKES RI No. 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan. Hal ini merupakan tanggung jawab bagi Majelis Kehormatan Etik Kedokteran Gigi (MKEKG) yang seharusnya terdapat di tiap cabang PDGI. MKEKG dapat memanggil dokter gigi bila ada pengaduan, atas permintaan pengurus PDGI (Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia, 2020).

Berkembangnya teknologi digital memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap profesi kedokteran gigi, yang sangat mudahnya akses terhadap internet, Batasan-batasan dalam memperoleh informasi dan konektivitas antara dokter gigi dan masyarakat bukan merupakan kendala, tetapi juga memberikan banyak kemudahan dalam genggam tangan. Akibatnya banyak dokter gigi dengan mudah melakukan hal-hal yang tidak diinginkan dan tidak sesuai dengan etika profesi kedokteran gigi.

Pada beberapa negara di Eropa, penggunaan media sosial oleh dokter diatur oleh *General Medical Council* (GMC) dalam sebuah publikasi berjudul “*Doctor’s use of social media*” pada tahun 2013. Pada publikasi tersebut GMC menjelaskan bahwa dokter harus menjaga batasan dengan pasien, menghindari pencemaran nama baik, serta menjaga rasa hormat terhadap sejawat. (Prawiroharjo and Libritany, 2017).

Untuk menghindari masalah etik yang dapat timbul dari penggunaan media sosial oleh dokter, terdapat beberapa hal yang harus dilakukan. Pertama, memperketat pengaturan privasi pegawai dan pasien di layanan kesehatan. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui siapa saja yang mengakses konten yang dibuat oleh dokter. Selain itu, batasan antara dokter dan pasien juga perlu diperjelas. Penetapan batasan tersebut dapat dilakukan dengan menghindari hubungan non

professional secara *online* dengan pasien, misalnya membatasi pertemanan dengan pasien di situs profesi dan menolak pertemanan dengan pasien di situs pribadi. Ketika berbagi kasus secara online, dokter hendaknya menjaga kerahasiaan pasien dengan menghilangkan identitas pasien dan tetap meminta persetujuan pasien yang bersangkutan (Prawiroharjo and Libritany, 2017).

2.2 Perawatan Ortodonti

Ilmu kedokteran gigi merupakan cabang ilmu yang terkait dengan pertumbuhan wajah dengan perkembangan gigi dan oklusi dan abnormalitas region dentofasial lainnya dengan tujuan untuk mengeliminasi dan meminimalisir disharmoni dentoalveolar maupun skeletal yang dapat mengganggu pertumbuhan dan perkembangan oklusi, fungsi, estetik dan psikologis.(Alalawi, Aljuaid and Natto, 2019)

Tujuan perawatan ortodonti menurut Jackson dalam Triad Jackson : (Kravitz and Jay Bowman, 2016)

1. Functional Efficiency

Maloklusi mempengaruhi fungsi normal dari system stomatognati. Perawatan ortodonti harus bertujuan untuk meningkatkan fungsi orofasial

2. Structural balance

Daerah orofasial terdiri dari system dentoalveolar, jaringan rangka dan jaringan lunak termasuk otot. Perawatan ortodonti yang stabil dapat dicapai dengan menjaga keseimbangan antara ketiga system jaringan tersebut.

3. Esthetic harmony

Sampai saat ini alasan paling utama untuk melakukan perawatan ortodonti adalah untuk memperbaiki penampilan gigi dan wajah. Berbagai jenis maloklusi dikaitkan dengan penampilan gigi yang tidak estetik dan dengan demikian dapat mempengaruhi penampilan dan kesejahteraan masyarakat.

2.2.1 Ruang lingkup perawatan ortodonti

Ruang lingkup perawatan ortodonti meliputi :

1. Perubahan posisi gigi

Pergerakan ortodonti menggerakkan dan mengoreksi gigi pada posisi yang lebih baik. Perawatan Ortodonti terdiri dari pergerakan gigi pada rahang dari satu posisi ke posisi lain untuk mencapai estetika dan juga untuk meningkatkan kualitas hidup. Gerakan gigi dalam rongga mulut antara lain adalah Gerakan tipping, bodily movement, intrusi, ekstrusi, torque, dan uprighging. Konsep pergerakan gigi perlu dipahami untuk mengurangi waktu perawatan dan meningkatkan kepuasan pasien (Kravitz and Jay Bowman, 2016)

2. Perubahan skeletal

Meskipun deformitas rahang dan wajah jarang terjadi dibandingkan dengan maloklusi gigi, namun jauh lebih membebani penderitanya. Sekitar 5% dari pasien ortodonti dapat dianggap sebagai penyandang cacat dan membutuhkan perawatan multidisiplin. Modalitas perawatan deformitas kraniofasial saat ini dapat mengurangi keparahan deformitas tetapi hasil akhir estetika belum memuaskan.

3. Perubahan jaringan lunak

Perawatan ortodonti dengan ekstraksi menghasilkan perubahan jaringan lunak yang dipresentasikan pada rekraksi posisi bibir atas dan bawah dengan hasil terdapat peningkatan sudut nasolabial, peningkatan ketebalan bibir atas, tetapi tidak berpengaruh pada kedalaman sulkus superior pada sudut konveksitas wajah. (Anuwongnukroh, Dechkunakorn and Kanpiputana, 2017).

2.2.2 Komponen ortodonti

Peranti ortodonti cekat merupakan komponen ortodonti yang diletakkan secara cekat pada permukaan gigi. Komponen peranti ortodonti cekat ini terdiri dari *bracket*, *band*, *archwire*, *elastic*, *o ring*, dan *power chain*. (Anuwongnukroh, Dechkunakorn and Kanpiputana, 2017)

Komponen peranti ortodonti cekat terdiri atas :

a. *Bracket.*

Bracket merupakan peranti ortodonti cekat yang melekat dan terpasang pada geligi yang berfungsi untuk memberikan tekanan pada geligi. Bentuk dasarnya terdiri dari metal mesh yang menghasilkan nilai bond strength yang baik pada enamel.

b. *Archwire*

Archwire merupakan peranti ortodonti cekat yang menyimpan energi dari perubahan bentuk dari suatu cadangan gaya kemudian dapat dipakai untuk menghasilkan Gerakan gigi.

c. *Band*

Band merupakan piranti ortodonti cekat yang terbuat dari baja antikarat tanpa sambungan. Band ini dapat diregangkan pada gigigeligi untuk membuatnya cekat dengan sendirinya.

d. *Elastics*

Elastic dibuat dalam beberapa bentuk yang sesuai untuk penggunaan ortodonti, tersedia dalam berbagai ukuran dan ketebalan. Gaya yang diberikan oleh elastic menurun sangat cepat di dalam mulut sehingga harus selalu diganti pada saat kontrol perawatan. O ring adalah suatu pengikat elastis yang digunakan untuk merekatkan archwire ke bracket yang tersedia dalam berbagai warna yang membuat bracket jadi lebih menarik. Power chain terbuat dari tipe elastis yang sama dengan o ring elastis. Pada intinya, power chain seperti ikatan mata rantai dan ditempatkan pada gigigeligi, bentuknya seperti pita yang bersambung dari satu gigi ke gigi yang lain.

2.3 Minat Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodonti

Berbagai alasan dan faktor yang mempengaruhi pasien untuk melakukan perawatan ortodonti dapat dilihat dari beberapa aspek. Dampak sosial dan psikologis dari maloklusi dapat diketahui oleh pasien sendiri atau oleh orang lain yang mengakibatkan rendahnya rasa percaya diri seseorang, dan ketidakpuasan akan penampilan dapat memotivasi pasien untuk melakukan perawatan ortodonti.

Seseorang yang tidak puas dengan penampilannya giginya akan memiliki masalah psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku sosialnya. Terdapat korelasi antara estetika, kebutuhan perawatan, dan tingkat keparahan maloklusi dalam penilaian klinis.¹²

Estetika dentofasial merupakan faktor utama yang menentukan pasien untuk melakukan perawatan ortodonti. Faktor lain yaitu kesulitan pada saat menelan dan mengunyah, serta faktor psikologis. Variabel lain seperti jenis kelamin, dan usia tidak ditemukan perbedaan yang signifikan (Bhalaji S.I, 2013). Saat ini media sosial merupakan salah satu faktor yang membuat seseorang melakukan perawatan dalam bidang kesehatan.

Perawatan ortodonti yang diberikan setelah dilakukan evaluasi profesional oleh dokter atau dilakukan atas dasar kesadaran diri pasien akan berdampak baik, seperti peningkatan nilai estetika, peningkatan fungsi, dan kesehatan psikososial.(Almurtadha *et al.*, 2018).

Masyarakat secara umum mengetahui penyebab, konsekuensi, dan keuntungan perawatan ortodonti. Hal ini dapat dicapai melalui pendekatan multi-disiplin yang melibatkan peran dokter gigi umum dan spesialis non-ortodonti sebagai pemberi edukasi mengenai ortodonti. Latar belakang pendidikan, persepsi perawatan mungkin berbeda antara para dokter gigi umum dan spesialis. Terkadang, pasien mungkin mengeluhkan bahwa mereka tidak dapat memahami adanya maloklusi. Dalam kasus ini, penting sekali bagi dokter gigi untuk mengidentifikasi dan mendiagnosis penyebab ortodonti dan menyarankan pasien untuk dirujuk. (Jayachandar and Saravana Dinesh, 2016).

2.4 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Masyarakat

Media sosial bagi kalangan masyarakat dapat memiliki dampak negatif dan positif. Dampak positif antara lain : memudahkan berinteraksi dengan banyak orang, penyebaran informasi dapat berlangsung dengan cepat, biaya lebih murah, menyediakan informasi yang tepat dan akurat, jarak dan waktu bukan menjadi

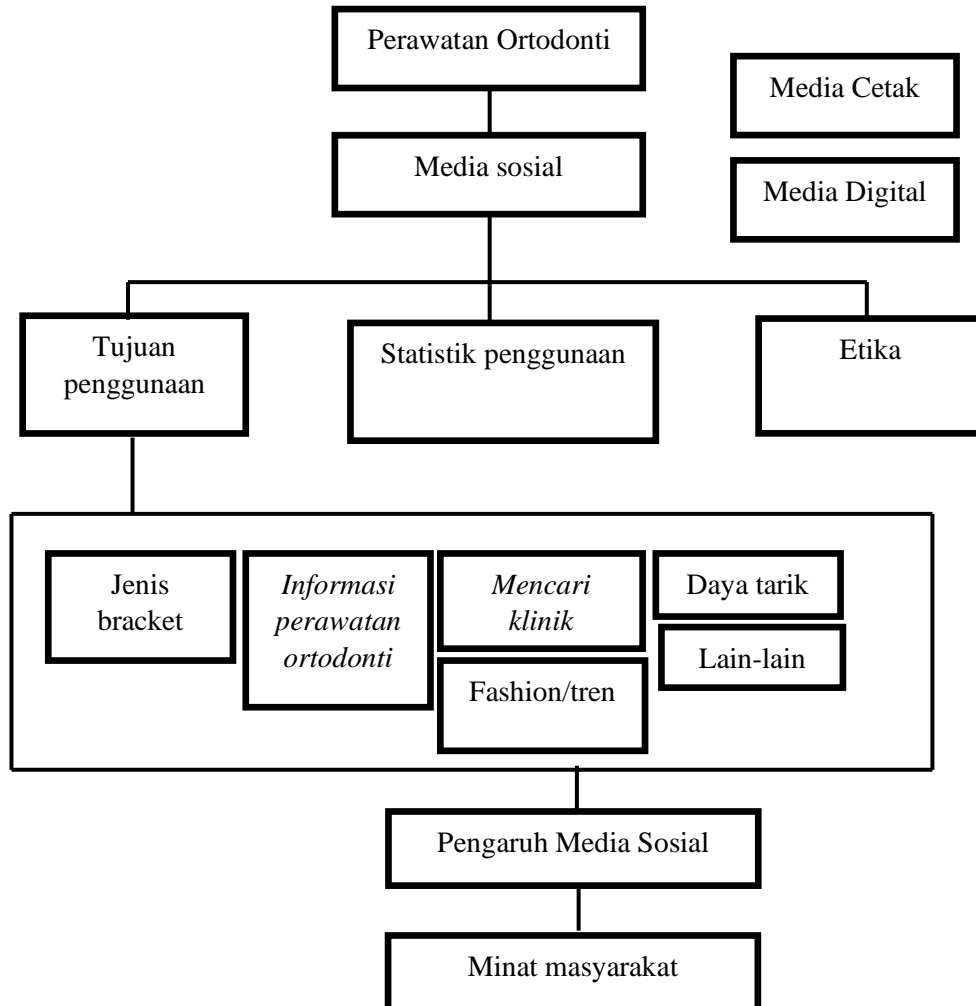
masalah, dan lain-lain. Adapun dampak negatif dari media sosial antara lain : interaksi tatap muka cenderung menurun, masalah privasi, menimbulkan konflik, dan lain-lain. (Moshkelgosha *et al.*, 2016).

Efek dari media sosial kepada pasien ataupun calon pasien yaitu dapat meningkatkan pengetahuan yang telah mereka miliki tentang perawatan ortodonti yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial mendapat pengaruh positif untuk melanjutkan perawatan ortodonti karena mengetahui tentang perawatan ortodonti atau resiko yang mungkin timbul melalui perawatan tersebut. (Weijs *et al.*, 2019)

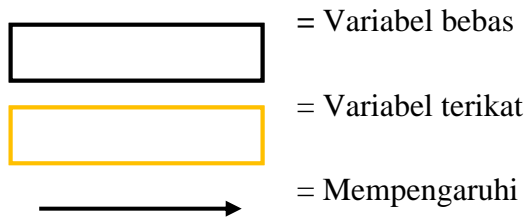
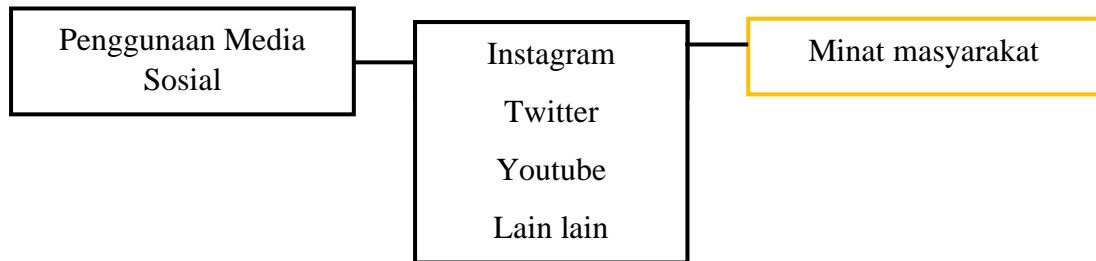
Postingan Ortodontis pada media sosial seperti sebelum dan setelah perawatan harus memilih kasus klinis pada pasien. Apakah postingan tersebut mewakili hasil dari sebagian kasus yang dirawat oleh Ortodontis tersebut, atau hasil terbaik yang diperoleh dari kelompok yang jauh lebih besar? Apakah ini etis dan jujur atau dapat menyebabkan orang awam salah menafsirkan informasi? Apakah kasus tersebut sempurna disertai informasi mengenai indikasi dan kontraindikasi ? Menurut kode perlindungan konsumen, jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut harus jelas bagi pasien. Terdapat konsekuensi dalam karakterisasi jenis kewajiban hukum dokter gigi. Pasien melihat foto-foto klinis akan “tergoda” kemudian akan berkeinginan untuk melakukan perawatan ortodonti dan memiliki ekspektasi seperti gambar yang telah diposting. (Sastri *et al.*, 2015).

BAB III
KERANGKA TEORI, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Teori



3.2 Kerangka Konsep



3.2 Hipotesis Penelitian

Terdapat pengaruh penggunaan media sosial oleh Ortodontis terhadap minat masyarakat untuk melakukan perawatan ortodonti di Makassar