

**PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELANGGARAN PERATURAN
MENTERI KESEHATAN NOMOR 1787 TAHUN 2010 TENTANG
IKLAN DAN PUBLIKASI LAYANAN KESEHATAN
DI KLINIK GIGI/PRAKTIK DOKTER GIGI
KOTA PADANG**

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Magister Ilmu Hukum*



OLEH:

NELVIA VIOLET
NPM. 2410018412013

**PROGRAM PASCA SARJANA HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2026**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

PENGESAHAN TESIS

No. Reg.: 006/MH/Kes/85/III-2026

Nama : Nelvia Violet
NPM : 2410018412013
Program Studi : Magister Ilmu Hukum
Judul Tesis : Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 Tentang Iklan Dan Publikasi Layanan Kesehatan Di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Hari **Sabtu** Tanggal **Tujuh** Bulan **Maret** Tahun **Dua Ribu Dua Puluh Enam** dan dinyatakan **LULUS**.

SUSUNAN TIM PENGUJI:

1. Prof. Dr.dr.Afriwardi,S.H.,Sp.K.O.,MA. (Ketua/Pembimbing)
2. Dr. Suamperi,S.H.,M.H. (Anggota/Pembimbing)
3. Dr. Uning Pratimaratri, S.H., M.Hum. (Anggota)
4. Dr. Maiyestati, S.H., M.H (Anggota)

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta



Dr. Samudra Pebrihariati.R, S.H., M.H.

**PROGRAM MAGISTER HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

PERSETUJUAN TESIS

No. Reg.: 006/MH/Kes/85/III-2026

Nama : Nelvia Violet
Nomor : 2410018412013
Program Studi : Magister Ilmu Hukum
Judul Tesis : Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran PMK No. 1787 Tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi di Kota Padang

Telah disetujui pada Hari **Jum'at** Tanggal **Enam** Bulan **Maret** Tahun **Dua Ribu Dua Puluh Enam** untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji.

Prof. Dr. dr. Afriwardi, S.H., sp.K.O., MA. (Pembimbing I)

Dr. Suamperi, SH.,M.H.

(Pembimbing II)

Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta

Ketua Program Magister Hukum
Fakultas Hukum



Dr. Sanidja Pebrihariati. R., S.H., M.H.

Dr. Deaf Wahyuni Ramadhani, S.H., M.H.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nelvia Violet
NPM : 2410018412013
Program Studi : Magister Ilmu Hukum
Judul Tesis : **Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 Tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang**

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam tesis ini, kecuali yang disebutkan sumbernya merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan
2. Tesis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik pada Universitas Bung Hatta maupun pada Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengujian tesis ini.

Padang, 04 Maret 2026
Yang membuat pernyataan

NELVIA VIOLET
NPM. 2410018412013

**PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELANGGARAN PERATURAN
MENTERI KESEHATAN NOMOR 1787 TAHUN 2010 TENTANG
IKLAN DAN PUBLIKASI LAYANAN KESEHATAN
DI KLINIK GIGI/PRAKTIK DOKTER GIGI
KOTA PADANG**

Nelvia Violet¹, Afriwardi², Suamperi¹

¹Prodi Magister Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Bung Hatta

²Prodi Kedokteran, Fakultas Ilmu Kedokteran, Universitas Andalas

nelfiaviolet00@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penegakan hukum terhadap pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan pada klinik gigi dan praktik dokter gigi di Kota Padang. Latar belakang penelitian ini berangkat dari maraknya promosi layanan kesehatan di media sosial yang sering kali melanggar ketentuan hukum dan etika profesi, seperti penggunaan testimoni pasien, klaim berlebihan, serta promosi diskon yang bersifat komersial. Penelitian ini menggunakan metode hukum sosiologis (empiris) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara dengan Dinas Kesehatan Kota Padang dan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI), serta studi dokumen terhadap peraturan perundang-undangan dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penegakan hukum telah dilakukan melalui mekanisme sanksi administratif oleh Dinas Kesehatan dan sanksi etik oleh PDGI, namun implementasinya belum optimal. Hambatan utama meliputi keterbatasan pengawasan terhadap media digital, rendahnya kesadaran hukum tenaga kesehatan, serta koordinasi antar lembaga yang belum maksimal. Upaya yang dilakukan meliputi peningkatan pengawasan, pembinaan dan sosialisasi regulasi, serta penguatan koordinasi dan mekanisme pengaduan. Penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara lembaga pemerintah dan organisasi profesi dalam mewujudkan praktik periklanan layanan kesehatan yang etis, profesional, dan melindungi masyarakat.

Kata Kunci: Penegakan Hukum, Iklan Layanan Kesehatan, Klinik Gigi, Kepatuhan Hukum.

**LAW ENFORCEMENT AGAINST VIOLATIONS OF MINISTER OF
HEALTH REGULATION NUMBER 1787 OF 2010 CONCERNING
ADVERTISING AND PUBLICATION OF HEALTH SERVICES IN DENTAL
CLINICS AND DENTAL PRACTICES IN PADANG CITY**

Nelvia Violet¹, Afriwardi², Suamperi¹

¹Master of Law Study Program, Faculty of Law, Bung Hatta University, Padang

²Medical Study Program, Faculty of Medical Sciences, Andalas University, Padang

nelfiaviolet00@gmail.com

ABSTRACT

This study examines law enforcement against violations of Minister of Health Regulation No. 1787 of 2010 concerning Advertising and Publication of Health Services in dental clinics and dental practices in Padang City. The background to this research stems from the proliferation of health service promotions on social media, which often violate legal provisions and professional ethics, such as the use of patient testimonials, exaggerated claims, and commercial discount promotions. This study employed a sociological (empirical) legal method with a qualitative descriptive approach. Data were obtained through interviews with the Padang City Health Office and the Indonesian Dentists Association (PDGI), as well as document studies of relevant laws and regulations and literature. The results indicate that law enforcement has been carried out through administrative sanctions by the Health Office and ethical sanctions by the PDGI, but implementation has not been optimal. The main obstacles include limited oversight of digital media, low legal awareness among healthcare workers, and suboptimal coordination between institutions. Efforts have included increased supervision, guidance and dissemination of regulations, and strengthening coordination and complaint mechanisms. This study emphasizes the importance of synergy between government agencies and professional organizations in realizing ethical, professional, and public-protective health service advertising practices.

Keywords: *Law Enforcement, Health Service Advertising, Dental Clinic, Legal Compliance.*

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa dan Sholawat beserta Salam bagi Rasulullah, Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan Tesis yang berjudul ” **Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor.1787 Tahun 2010 Tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang** ”. Penulisan Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Magister Ilmu Hukum pada Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta.

Dalam penulisan Tesis ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan serta bimbingan dan dorongan moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada **Bapak Prof.Dr.dr.Afriwardi,S.H.,Sp.K.O.,MA**, selaku Pembimbing I dan **Bapak Dr.Suamperi,S.H.,M.H.** selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, membantu dan memberikan pengarahan, nasihat maupun saran agar penulisan Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika, selaku Rektor Universitas Bung Hatta
2. Ibu Dr. Sanidjar Pebrihartati.R., S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta.

3. Ibu Dr. Deaf Wahyuni Ramadhani, S.H., M.H., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta
4. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Civitas Akademika Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta.
5. Ibu dr. Sri Kurnia Yati selaku Kepala Dinas Kesehatan Kota Padang.
6. Ibu Helmida Dariar,SKM.MM selaku Adminkes Muda bagian pengawasan Klinik dan Praktek Dokter Gigi Kota Padang.
7. Bapak drg.Abu Bakar,M.Med.Ed,Ph.d selaku Ketua PDGI Cabang Padang Periode 2025-2030
8. Teman-teman seperjuangan Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta Angkatan 2024 yang telah membantu dan memberikan motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
9. Kedua orang tua (Ayah Anaschan dan Ibu Azirni) atas limpahan doa, kasih sayang dan ridho kepada penulis.
10. Suami tercinta Gunawan, S.Sos serta anak-anak tersayang Hasuci Naguvi,Habibi Naguvi,dan Hakiki Naguvi, untuk semua doa, dukungan, dan pengorbanannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
11. Adik-Adik tersayang, Thamril Nasto,Mikroneta,S.RM untuk semua doa dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai masukan untuk masa yang akan datang. Akhir kata penulis mengharapkan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan ilmu hukum kesehatan serta memberikan manfaat untuk menjamin perlindungan hukum bagi pasien dalam menerima pelayanan kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi dengan alat kesehatan yang bermutu dan terjamin keamanannya.

Padang, 04 Maret 2026

NELVIA VIOLET
NPM. 2410018412013

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TESIS	i
PENGESAHAN TESIS.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Kerangka Teoritis dan Konseptual.....	12
1. Kerangka Teoritis	12
2. Kerangka Konseptual	15
F. Metode Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Sumber Data	25
3. Teknik Pengumpulan Data	27
4. Teknik Analisis Data	28

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
A. Tinjauan tentang Penegakan Hukum	29
1. Pengertian penegakan Hukum.....	33
2. Tujuan dan Fungsi penegakan Hukum.....	33
3. Faktor-faktor Yang mempengaruhi Penegakan Hukum	33
a. Substansi Hukum (<i>Legal Substance</i>).....	29
b. Struktur Hukum (<i>Legal Structure</i>)	32
c. Budaya Hukum (<i>Legal Culture</i>).....	36
B. Tinjauan tentang Pelayanan Kesehatan	42
a. Pengertian Pelayanan Kesehatan.....	42
b. Tujuan Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan	43
c. jenis-jenis Fasilitas pelayanan Kesehatan	43
C. Tinjauan tentang klinik Gigi dan Praktik Dokter Gigi	44
a. Pengertian Klinik dan Praktik Dokter Gigi	44
b. Standar Pelayanan Klinik Gigi dan Praktik Dokter Gigi	46
c. Kewajiban dan Tanggung Jawab Dokter Gigi dalam Pelayanan Kesehatan.....	46
D. Tinjauan tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan.....	47
a. Pengertian dan Iklan dan Publikasi	47
b. Bentuk Iklan Iklan Pelayanan Kesehatan.....	47
c. Etika Iklan dalam Pelayanan Kesehatan	48
E. Tinjauan tentang Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010	
a. Latar belakang di bentuknya Permenkes No. 1787 Tahun 2010.....	49
b. Pengawasan terhadap Iklan Pelayanan Kesehatan	50

c. Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Iklan Pelayanan Kesehatan

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52

A. Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan No. 1787 Tahun 2010 oleh Dinas Kesehatan Dan Persatuan Dokter Gigi dalam Kegiatan Iklan Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi di Kota Padang	52
1. Penegakan Hukum Administratif oleh Dinas Kesehatan	56
2. Penegakan Etika Profesi oleh PDGI melalui Majelis Kehormatan Etik Profesi (MKEP)	63
3. Koordinasi dan Efektivitas Penegakan yang Masih Belum Optimal	63
B. Hambatan/Tantangan yang Dihadapi Dinas Kesehatan dan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dalam Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Iklan Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang	77
1. Keterbatasan Pengawasan, terutama pada Media Digital	77
2. Rendahnya Kesadaran dan Kepatuhan Hukum Tenaga Kesehatan	85
3. Koordinasi dan Penegakan Sanksi yang Belum Maksimal	92
C. Upaya yang Dilakukan Dinas Kesehatan dan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dalam Menghadapi Pelanggaran, Hambatan dan Tantangan Penegakan Hukum Iklan Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang	100
1. Peningkatan Pengawasan dan Penindakan Administratif	100
2. Pembinaan dan Sosialisasi Regulasi serta Kode Etik Profesi	107

3.Penguatan Koordinasi dan Mekanisme Pengaduan	114
BAB IV PENUTUP	122
A. Simpulan	122
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan Promosi Klinik Gigi	9
---	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Pasal 28H ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, serta mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta memperoleh pelayanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan kesehatan merupakan hak konstitusional bagi masyarakat yang diakui oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, pasal 4 ayat (1) huruf b, setiap orang berhak mendapatkan informasi dan edukasi tentang kesehatan yang seimbang dan bertanggung jawab. Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor.1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Kesehatan (selanjutnya disebut PMK No.1787/2010), untuk mengatur agar iklan yang disampaikan bersifat informatif, edukatif, dan jujur, bukan berlebihan atau menyesatkan. PMK ini masih dipakai sebagai pedoman dalam Iklan dan publikasi layanan Kesehatan karena belum dicabut dan belum ada terbit PMK yang baru, sementara di Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07./MENKES/775/2025 tentang Uraian Jenis Pelanggaran Disiplin Profesi Tenaga Medis dan Tenaga Kesehatan, terdapat pada uraian nomor 17 tentang mengiklankan Diri dan Melakukan Perang Tarif.

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mengubah cara fasilitas pelayanan kesehatan, termasuk klinik gigi, memasarkan layanannya. Iklan menjadi alat penting untuk menjangkau pasien potensial¹. Iklan layanan kesehatan memiliki karakteristik khusus yang memerlukan regulasi ketat untuk melindungi masyarakat dari informasi yang menyesatkan, klaim berlebihan, atau pelanggaran etika.²

Menurut Pasal 5 PMK No. 1787 Tahun 2010 secara tegas melarang fasilitas pelayanan kesehatan menggunakan testimoni, menjanjikan kesembuhan, atau menggunakan model yang seolah-olah pasien yang telah sembuh. Faktanya, di media sosial (Instagram, TikTok, dll) masih marak ditemukan pelanggaran seperti testimoni pasien yang menampilkan foto *before-after* tanpa edukasi yang benar. Iklan Promosi Berlebihan yang Menawarkan harga veneer atau pemutihan gigi (*bleaching*) dengan promosi diskon besar-besaran yang bersifat komersial, pelanggaran etika yang mana dokter gigi menggunakan konten influencer untuk mempromosikan layanan tertentu secara berlebihan.

Peraturan ini mengamanatkan bahwa penyelenggaraan iklan fasilitas pelayanan kesehatan, termasuk klinik gigi, harus sesuai dengan etika dan tidak bersifat komersial murni yang berlebihan. Pasal 8 ayat (1) secara spesifik melarang tenaga kesehatan (termasuk dokter gigi) menjadi model iklan, kecuali dalam iklan layanan masyarakat.

Pelanggaran ini bukan hanya sekadar masalah etika, tetapi telah masuk ke ranah hukum. Klinik gigi yang melanggar dapat dikenakan sanksi

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management ed. 15*, Pearson Education, New Jersey, hlm 45.

² Bahder Johan Nasution, 2018, *Hukum Kesehatan, Pertanggungjawaban Dokter dalam Malpraktik Medik*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm 77.

administratif berat, mulai dari teguran tertulis, pencabutan izin praktik sementara, hingga pencabutan izin operasional permanen (PMK 1787/2010 Pasal 14). Selain itu, iklan yang menyesatkan juga melanggar UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam bidang kedokteran gigi, fenomena promosi layanan kesehatan telah berkembang sangat pesat. Banyak klinik gigi dan praktik dokter gigi mandiri di Kota Padang yang memanfaatkan media digital untuk menarik perhatian masyarakat. Bentuk promosi tersebut dapat berupa unggahan di media sosial (Instagram, TikTok, Facebook), pemasangan baliho, brosur, hingga iklan di media massa. Namun, tidak sedikit promosi yang dilakukan mengandung unsur yang melampaui batas profesionalisme, seperti menampilkan hasil “sebelum dan sesudah perawatan”, memberikan janji hasil yang berlebihan, menonjolkan keunggulan pribadi dokter dibandingkan sejawatnya, hingga menggunakan testimoni pasien. Praktik demikian jelas bertentangan dengan norma hukum dan etika profesi.³

Pemerintah melalui PMK No. 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan telah menetapkan batasan yang tegas mengenai bentuk dan isi iklan pelayanan kesehatan. Dalam Pasal 4 PMK tersebut disebutkan bahwa iklan pelayanan kesehatan harus bersifat informatif, edukatif, dan tidak menyesatkan, serta dilarang mengandung unsur komersial yang berlebihan, bersifat kompetitif, atau menggunakan testimoni pasien. Selain itu, iklan pelayanan kesehatan juga harus memperoleh izin tertulis dari pejabat berwenang di Dinas Kesehatan setempat. Pasal 12

³Nurhidayati, S. 2020, Etika profesi dokter gigi dalam menghadapi era digital marketing, *Jurnal Kedokteran Gigi*, Volume 12, Nomor 1, hlm 23–30. <https://doi.org/10.24198/jkg.v12i1.2020>

Undang-Undang Kesehatan Tahun 2023 Pasal 12 Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah bertanggung jawab terhadap pengaturan, pembinaan, pengawasan serta peningkatan mutu dan kompetensi tenaga Medis dan Tenaga Kesehatan.

Penegakan hukum terhadap pelanggaran ini pun masih belum optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengawasan dari Dinas Kesehatan dan Organisasi Kesehatan terkait, lemahnya kesadaran hukum tenaga kesehatan, serta belum adanya sanksi yang tegas diterapkan di tingkat pusat dan daerah.⁴

Dalam kenyataannya, masih banyak ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan tersebut. Beberapa klinik gigi dan praktik dokter gigi di Kota Padang diduga melakukan kegiatan promosi tanpa izin dan melanggar prinsip-prinsip yang diatur dalam PMK No. 1787 Tahun 2010.

Iklan dan publikasi pelayanan kesehatan memiliki peran penting dalam menginformasikan masyarakat mengenai jenis layanan yang tersedia. Namun, sifat pelayanan kesehatan yang kompleks dan menyangkut kesehatan serta keselamatan jiwa manusia memerlukan batasan etis dan hukum yang ketat dalam promosinya. Tanpa regulasi yang jelas, terdapat risiko penyampaian informasi yang menyesatkan, janji berlebihan, atau praktik komersialisasi yang tidak sehat yang dapat merugikan pasien dan menurunkan kepercayaan publik terhadap profesi kesehatan.⁵

⁴Rahmawati, A., & Santoso, B. 2021. Penegakan hukum terhadap pelanggaran etika promosi pelayanan kesehatan di Indonesia, *Jurnal Hukum Kesehatan*, Volume 6, Nomor 2, hlm 88–99. <https://doi.org/10.25041/jhk.v6i2.2021>

⁵Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI), 2018, *Kode Etik Kedokteran Gigi Indonesia (KEKG)*, PDGI Pusat, Jakarta, hlm 56

PMK No. 1787 Tahun 2010 diterbitkan untuk memberikan panduan dan batasan tegas mengenai iklan dan publikasi pelayanan kesehatan. Peraturan ini bertujuan melindungi masyarakat dari iklan yang tidak benar, menyesatkan, atau bertentangan dengan etika profesi kedokteran dan kedokteran gigi, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan bersifat objektif, jujur, dan bertanggung jawab.

Meskipun telah ada kerangka regulasi, dalam praktiknya masih sering ditemukan pelanggaran, khususnya di sektor klinik gigi dan praktik dokter gigi. Pelanggaran ini dapat berupa penggunaan testimoni pasien, klaim superioritas layanan tanpa bukti ilmiah, pencantuman harga yang tidak etis, atau promosi berlebihan.⁶ Pelanggaran semacam ini tidak hanya melanggar peraturan administratif, tetapi juga kode etik profesi, sehingga memerlukan tindakan penegakan hukum yang efektif.⁷

Pelanggaran terhadap ketentuan ini masih sering terjadi, terutama di klinik gigi. Studi menunjukkan bahwa pelanggaran iklan layanan kesehatan gigi terhadap PMK No. 1787 Tahun 2010 cukup signifikan, mencapai lebih dari 60%. Pengawasan dan penindakan pelanggaran iklan melibatkan beberapa instansi dan organisasi, antara lain Kementerian Kesehatan, Dinas Kesehatan Provinsi/Kabupaten/Kota, dan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) melalui Majelis Kehormatan Etik Profesi (MKEP). Dinas Kesehatan memiliki kewenangan untuk menindak pelanggaran administratif, sementara PDGI menegakkan kode etik profesi.⁸

⁶ Ibid

⁷ Hanifah, 2023, *Gambaran Komunikasi dan Etika Pemasaran pada Akun Instagram Praktik Dokter Gigi di Kota Padang*, Universitas Andalas. <http://scholar.unand.ac.id/497809/>

⁸ Ibid

Beberapa pelanggaran yang sering dilakukan oleh klinik gigi meliputi klaim berlebihan, penggunaan testimoni pasien, menampilkan foto “sebelum dan sesudah”, serta promosi dengan diskon besar-besaran yang menurunkan martabat profesi.⁹ Dalam praktiknya, di Kota Padang masih ditemukan berbagai bentuk pelanggaran terhadap ketentuan PMK tersebut. Beberapa klinik gigi dan praktik dokter gigi melakukan publikasi melalui media sosial, spanduk, atau brosur yang mengandung unsur janji berlebihan, klaim hasil, diskon besar-besaran, hingga penggunaan model atau testimoni yang tidak sesuai standar etika profesi kedokteran gigi. Fenomena ini menunjukkan lemahnya penegakan hukum dan pengawasan terhadap pelaksanaan PMK 1787/2010 di tingkat daerah.

Contoh Kasus Pelanggaran Iklan Praktek Dokter Gigi di Kota Padang seperti Klinik Gigi “A” merupakan klinik gigi yang telah lama beroperasi dan secara konsisten mematuhi ketentuan PMK 1787/2010. Dalam kegiatan publikasinya, Klinik Gigi “A” hanya mencantumkan informasi dasar seperti jenis layanan, jadwal praktik dokter gigi, dan alamat klinik tanpa unsur promosi berlebihan. Sebaliknya, Klinik Gigi “B” yang baru berdiri melakukan promosi melalui media sosial dengan menawarkan diskon perawatan gigi hingga 50%, menampilkan testimoni pasien sebelum dan sesudah perawatan, serta menggunakan klaim seperti “hasil cepat”, “tanpa rasa sakit”, dan “dijamin rapi”. Promosi tersebut menarik minat masyarakat secara signifikan dan menyebabkan penurunan jumlah pasien di Klinik Gigi. Merasa dirugikan secara ekonomi dan reputasi, Klinik Gigi “A” mengajukan

⁹ *Ibid*

pengaduan kepada Dinas Kesehatan Kota Padang dan organisasi profesi dokter gigi setempat.

Berdasarkan PMK Nomor 1787 Tahun 2010, tindakan Klinik Gigi “B” dapat dikategorikan sebagai pelanggaran ketentuan iklan dan publikasi layanan kesehatan karena mengandung unsur promosi berlebihan, testimoni pasien, dan klaim yang berpotensi menyesatkan masyarakat. Kasus ini menggambarkan secara konkret ketidaksesuaian antara dan serta menegaskan pentingnya penegakan hukum yang konsisten demi melindungi klinik gigi yang patuh terhadap peraturan dan menjaga etika pelayanan kesehatan.¹⁰

Kasus di Kota Padang menunjukkan bahwa pelanggaran kode etik iklan di media sosial masih ditemukan, meskipun pengawasan terus digencarkan oleh Dinas Kesehatan dan organisasi profesi.¹¹ Peneliti melihat peran aktif Dinas Kesehatan dan PDGI dalam mengevaluasi iklan dan publikasi layanan kesehatan praktik layanan kesehatan gigi.¹² Lemahnya penegakan hukum dan pengawasan dari Dinas Kesehatan dan organisasi profesi (PDGI), mengakibatkan pelanggaran ini terus berulang. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai penegakan hukum terhadap pelanggaran PMK 1787/2010 di klinik gigi untuk memastikan bahwa pemasaran layanan kesehatan tetap berada dalam koridor hukum dan etika, demi perlindungan masyarakat.

Berdasarkan pengamatan awal dan data yang diperoleh, sejumlah klinik praktik dokter gigi swasta di Kota Padang melakukan kegiatan promosi yang bertentangan dengan ketentuan PMK 1787/2010. Contoh nyata dari

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² Dinas Kesehatan Kota Padang, 2024, *Laporan pengawasan fasilitas pelayanan kesehatan dan iklan layanan kesehatan di Kota Padang*, Dinas Kesehatan Kota Padang, Padang.

fenomena ini terlihat dalam iklan yang ditawarkan yaitu *Electra Dental Care* dan *MEFA Dental Clinic*. Klinik *Electra Dental Care*, misalnya, mempromosikan layanan pembersihan karang gigi (scaling) dengan tarif diskon dari Rp. 250.000 menjadi Rp. 149.000. Sementara itu, *MEFA Dental Clinic* menawarkan promo pemasangan kawat gigi (behel metal silver) dengan tarif diskon yang signifikan, yaitu dari Rp. 5.000.000 menjadi Rp. 3.399.000. Selain itu, klinik ini juga menawarkan bonus layanan tambahan, seperti “Gratis Scaling” dan “Gratis Paket Sikat Gigi.”¹³



Gambar 1. Iklan Promosi Klinik Gigi

Persaingan di sektor layanan kesehatan, khususnya klinik gigi swasta, semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah fasilitas kesehatan yang menawarkan layanan serupa. Kondisi ini mendorong sebagian klinik untuk mencari strategi promosi yang mampu menarik perhatian calon pasien. Sayangnya, dalam upaya menarik minat pasien, beberapa klinik memilih cara

¹³ MEFA Dental Clinic, 2024, *Konten promosi layanan kedokteran gigi melalui akun Instagram @mefadentalclinic*, Diakses dari: <https://www.instagram.com/mefadentalclinic/>

yang bertentangan dengan etika dan regulasi yang berlaku. Iklan yang berfokus pada tarif murah dan iming-iming layanan gratis memang efektif dalam menarik perhatian masyarakat, namun praktik ini memiliki konsekuensi negatif yang tidak bisa diabaikan. Salah satunya adalah potensi penurunan kualitas layanan akibat fokus yang lebih besar pada aspek komersial dibandingkan aspek profesionalisme dan mutu pelayanan.

Selain itu, iklan yang menonjolkan tarif murah dan penawaran layanan gratis juga berisiko menyesatkan pasien.

Masyarakat sebagai konsumen layanan kesehatan sering kali tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai standar kualitas layanan kesehatan, sehingga cenderung lebih tertarik pada iklan yang menawarkan tarif murah tanpa mempertimbangkan aspek keamanan dan profesionalisme. Praktik ini tidak hanya merugikan pasien, tetapi juga berpotensi merusak citra profesi kedokteran gigi secara keseluruhan. Dokter gigi sebagai tenaga profesional memiliki tanggung jawab moral dan etis untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan mematuhi standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, iklan yang berlebihan dan bersifat komersial bertentangan dengan prinsip dasar profesionalisme dalam dunia kesehatan.¹⁴ Penegakan hukum terhadap pelanggaran PMK No. 1787 Tahun 2010 menjadi krusial untuk memastikan kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan. Tindakan penegakan hukum, yang dapat berupa sanksi administratif hingga pencabutan izin operasional atau izin praktik, diperlukan untuk menciptakan efek jera dan

¹⁴ Kartika, D., Sewu, P. L. S., & W., R, 2017, *Pelayanan kesehatan tradisional dan perlindungan hokum bagi pasien*, Volume 2 Nomor 1. <https://doi.org/10.24167/shk.v2i1.805>

menjamin praktik periklanan di sektor kesehatan berjalan sesuai koridor hukum dan etika.¹⁵

Dengan demikian, masih ditemukan dugaan pelanggaran seperti penggunaan testimoni pasien, janji hasil instan, atau diskon tidak wajar. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana penegakan hukum terhadap pelanggaran PMK No. 1787 Tahun 2010 dilaksanakan dan sejauh mana efektivitasnya dalam menciptakan praktik periklanan layanan kesehatan yang sehat dan bertanggung jawab. Oleh karena itu maka peneliti tertarik untuk menulis dan melakukan penelitian dengan judul **Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan No. 1787 Tahun 2010 Tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi Kota Padang**".

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penegakan hukum terhadap pelanggaran Iklan dan publikasi Layanan Kesehatan di klinik gigi/praktek dokter gigi Kota Padang ?
2. Apa saja hambatan atau tantangan yang dihadapi dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran iklan layanan kesehatan di klinik gigi/praktek dokter gigi Kota Padang?
3. Apakah upaya – upaya yang dilakukan terhadap pelanggaran hukum terhadap iklan layanan kesehatan di klinik gigi/praktek dokter gigi Kota Padang?

¹⁵ Soekanto, S. 2018, *Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm 86.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis penegakan hukum tentang iklan dan publikasi layanan kesehatan di Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis hambatan atau tantangan dalam penegakan hukum oleh Dinas Kesehatan dan Persatuan Dokter Gigi Indonesia, terhadap pelanggaran iklan layanan kesehatan di klinik gigi/praktek dokter gigi.
3. Untuk menganalisis upaya - upaya yang dilakukan dalam menanggulangi pelanggaran iklan layanan dan publikasi kesehatan di kota padang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum kesehatan, khusus terkait regulasi iklan dan publikasi pelayanan kesehatan, dan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta menginisiasi munculnya penelitian-penelitian baru.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan berharga bagi pemerintah Indonesia serta referensi bagi masyarakat umum maupun akademisi yang membutuhkan informasi mengenai penegakan hukum terhadap pelanggaran PMK No.1787 Tahun 2010 di klinik dan praktek dokter gigi kota padang.

E. Kerangka Teoritis dan Konseptual

1. Kerangka Teoritis

a. Teori Penegakan Hukum

Lawrence M. Friedman menyatakan bahwa efektivitas penegakan hukum ditentukan oleh tiga unsur utama, yaitu substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum.

1) *Structure* (struktur hukum)

Struktur hukum adalah lembaga atau aparat penegak hukum yang bertugas menerapkan dan menegakkan aturan.

Struktur hukum memiliki fungsi, yaitu berkenaan dengan:

- a. Pembuatan hukum
- b. Pembudayaan dan penyebarluasan hukum
- c. Penegakan hukum
- d. Administrasi hukum

Dalam kasus ini, struktur penegakan hukum terdiri atas Dinas Kesehatan, Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI), serta aparat penegak hukum lainnya yang berperan dalam pengawasan dan pemberian sanksi terhadap pelanggaran iklan layanan kesehatan.

2) *Substance* (Substansi hukum)

Substansi hukum merupakan kumpulan aturan, norma, dan prinsip yang mengatur perilaku masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, substansi hukum diwujudkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan

Kesehatan, yang menjadi dasar pengaturan etika dan legalitas promosi layanan kesehatan oleh tenaga medis dan fasilitas kesehatan.

3) *Legal Culture* (budaya hukum)

Budaya hukum merupakan sikap, nilai, dan kesadaran masyarakat terhadap hukum. Kesadaran hukum dokter gigi dan masyarakat menjadi faktor penting yang menentukan efektifitas penegakan PMK No.1787 tahun 2010. Jika budaya hukum rendah, maka tingkat pelanggaran terhadap ketentuan etika promosi kesehatan akan semakin tinggi.

b. Teori Kepatuhan Hukum

Menurut H.C.Kelman, Kepatuhan terhadap hukum dapat timbul dari tiga motivasi psikologis utama, yaitu *compliance*, *identification*, dan *internalization*¹⁶.

1) *Compliance* (kepatuhan karena takut sanksi)

Individu patuh terhadap hukum karena adanya ancaman sanksi atau hukuman. Dalam konteks PMK No. 1787 Tahun 2010, kepatuhan dokter gigi mungkin didorong oleh ketakutan terhadap sanksi administratif seperti pencabutan izin praktik atau sanksi etika dari PDGI.

2) *Identification* (kepatuhan karena keinginan diterima secara sosial)

Kepatuhan muncul karena individu ingin mempertahankan hubungan baik dengan kelompok sosial atau profesinya. Dokter gigi

¹⁶ Kelman, H. C, 1961, *Processes of opinion change*, *Public Opinion Quarterly*, Volume 25, nomor 1, hlm 57–78. <https://doi.org/10.1086/266996>.

yang ingin menjaga citra profesionalnya dan diterima oleh rekan sejawat akan cenderung mengikuti aturan periklanan yang berlaku.

3) *Internalization* (kepatuhan karena keyakinan terhadap nilai hukum)

Individu mematuhi hukum karena meyakini nilai-nilai moral dan sosial di balik aturan tersebut. Dalam hal ini, dokter gigi yang memahami pentingnya etika promosi layanan kesehatan akan patuh bukan karena takut sanksi, tetapi karena kesadaran moral untuk menjaga kepercayaan publik terhadap profesinya.

c. Teori Komunikasi dan Etika Iklan Kesehatan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku *Marketing Management*, iklan merupakan bentuk komunikasi non-personal yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku atau keputusan konsumen melalui pesan-pesan persuasif yang disampaikan melalui berbagai media¹⁷.

Dalam konteks layanan kesehatan, teori komunikasi dan etika iklan menekankan bahwa promosi harus tunduk pada prinsip etika kedokteran, yakni:

- 1) *Prinsip Non-Maleficence* (tidak menimbulkan kerugian atau menyesatkan pasien), dan
- 2) *Prinsip Autonomy* (menghormati hak pasien untuk membuat keputusan berdasarkan informasi yang jujur dan benar).

Etika komunikasi kesehatan mengharuskan setiap pesan iklan bersifat informatif, edukatif, dan non-komersial berlebihan sejalan

¹⁷ Kotler, P., & Keller, K. L., 2016, *Marketing management (15th ed.)*, Pearson Education Limited, Harlow.

dengan Pasal 3 PMK No. 1787 Tahun 2010. Promosi layanan kesehatan yang menggunakan klaim berlebihan, testimoni pasien, atau menampilkan tenaga medis sebagai model iklan dianggap melanggar prinsip-prinsip etis tersebut.

2. Kerangka Konseptual

1. Penegakan Hukum

Menurut Lawrence M. Friedman adalah proses kerja sistem hukum yang sangat bergantung pada tiga unsur utama: struktur hukum (aparatus/institusi), substansi hukum (peraturan/undang-undang), dan budaya hukum (sikap masyarakat). Efektivitas hukum tercapai jika elemen ketiga institusi, aturan, dan kesadaran hukum masyarakat berfungsi secara harmonis dan dinamis.

Berikut adalah penjelasan detail mengenai tiga elemen sistem hukum menurut Friedman: Struktur Hukum (*Legal Structure*) merupakan kerangka institusional atau mesin yang menjalankan hukum. Ini mencakup aparat penegak hukum seperti kepolisian, kejaksaan, pengadilan, serta lembaga pemasyarakatan. Struktur hukum menentukan bagaimana hukum diterapkan di lapangan.

Substansi Hukum (*Legal Substance*) mengacu pada aturan, norma, dan pola perilaku nyata dalam sistem hukum, termasuk produk peraturan-undangan (peraturan tertulis) dan hukum yang hidup di masyarakat (*living law*). Ini adalah isi dari apa yang ditegakkan. Budaya Hukum (*Legal Culture*) merupakan elemen terpenting menurut Friedman, yang merujuk pada sikap, nilai, pendapat, dan kebiasaan masyarakat serta aparat hukum terhadap hukum. Budaya hukum

mencakup *budaya hukum internal* (penegak hukum) dan *budaya hukum eksternal* (masyarakat luas) yang menentukan apakah hukum ditaati atau diabaikan.

Menurut Friedman, penegakan hukum tidak bisa hanya mengandalkan perbaikan struktur (aparatur) atau substansi (aturan) saja. Budaya hukum yang positif dari masyarakat sangat krusial agar hukum tidak sekadar menjadi teks mati, melainkan hidup dan efektif.

a. Peraturan Menteri Kesehatan (PMK) Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 adalah regulasi yang bertujuan mengatur tata cara iklan dan publikasi pelayanan kesehatan di Indonesia. Peraturan ini dibuat untuk mencegah promosi yang berlebihan, menyesatkan, atau tidak sesuai dengan standar etika profesi. PMK 1787/2010 menegaskan bahwa iklan pelayanan kesehatan harus mengutamakan kepentingan edukasi kepada masyarakat serta tidak menimbulkan kebingungan atau ekspektasi yang berlebihan terkait hasil layanan kesehatan¹⁸ Dalam konteks penelitian ini, PMK 1787 menjadi dasar hukum yang mengatur bagaimana klinik dokter gigi swasta di Kota Padang boleh melakukan iklan dan publikasi. Fokusnya adalah memastikan bahwa praktik promosi yang dilakukan sesuai dengan prinsip profesionalisme, transparansi, serta tidak melanggar kode etik profesi kedokteran gigi.

¹⁸ Dyta Ragellya Anggraini, "Tinjauan Yuridis Terhadap Tanggung Gugat Pemilik Pengobatan Dalam Iklan Pelayanan Kesehatan Di Televisi," *Novum: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2014), <https://doi.org/https://doi.org/10.2674/novum.v1i1.6875>.

PMK No. 1787 Tahun 2010 merupakan peraturan yang mengatur tentang tata cara iklan dan publikasi pelayanan kesehatan, dengan tujuan melindungi masyarakat dari informasi yang menyesatkan dan menjaga martabat profesi tenaga kesehatan.

b. Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan

Iklan pelayanan kesehatan adalah kegiatan promosi yang bertujuan untuk menawarkan atau memperkenalkan layanan kesehatan kepada masyarakat. Publikasi pelayanan kesehatan, di sisi lain, adalah bentuk penyebaran informasi melalui berbagai media seperti cetak, elektronik, dan digital yang bertujuan memberikan edukasi dan informasi tentang pelayanan kesehatan. Iklan dan publikasi pelayanan kesehatan yang benar harus mengikuti prinsip keterbukaan informasi, edukatif, dan tidak bersifat menyesatkan atau berlebihan. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah praktik iklan yang dilakukan oleh klinik dokter gigi swasta di Kota Padang. Fenomena yang sering terjadi di lapangan adalah promosi layanan kesehatan gigi yang dilakukan secara komersial, menawarkan diskon berlebihan, atau menggunakan visual yang tidak sesuai dengan kode etik profesi. Hal ini tentu menjadi perhatian serius karena dapat berdampak pada persepsi masyarakat terhadap pelayanan kesehatan.

1) Iklan

Tujuan iklan adalah:

- a) Memberikan informasi suatu produk kepada masyarakat.

- b) Membujuk atau mempengaruhi masyarakat agar membeli dan menggunakan produk yang diiklankan.
- c) Menciptakan kesan atau citra suatu produk kepada masyarakat.
- d) Untuk mengingatkan kepada masyarakat bahwa produk tersebut masih *exist* di pasaran.
- e) Sebagai alat komunikasi dimana dalam hal ini komunikasi dapat terpenuhi.¹⁹

2) Klasifikasi Iklan

Terdapat berbagai jenis iklan yang ada di beberapa media. Iklan yang menjual produk (iklan komersil) sampai iklan layanan masyarakat yang berisi informasi penting bagi masyarakat. Klasifikasi iklan yang sering muncul di berbagai media antara lain.²⁰

a) Iklan Komersial

Iklan yang bertujuan untuk mendukung pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial ini terbagi menjadi beberapa macam yaitu:

(1) Iklan Strategis

Iklan ini digunakan untuk membangun merek. Hal ini dilakukan dengan mengkomunikasikan merek dan manfaat produk. Iklan ini mengundang konsumen untuk membeli produk serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi pengguna.

(2) Iklan Taktis

13. ¹⁹ Basu Swastha, D. H, 2022, *Manajemen pemasaran modern*, Liberty, Yogyakarta, hlm

²⁰ *Ibid*

Memiliki tujuan yang mendesak. Iklan ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

b) Iklan Dental

Iklan dental dalam Kamus Bahasa Indonesia Lengkap adalah berita pesanan yang mempengaruhi massa untuk membeli, ikut, mendukung segala sesuatu yang berhubungan dengan gigi.

Iklan dental yang dilihat adalah iklan kesehatan gigi dan mulut, baik iklan produk sikat gigi dan pasta gigi maupun iklan informasi kesehatan gigi dan mulut yang ada di televisi. Beberapa iklan yang termasuk iklan dental seperti iklan pasta gigi dan sikat gigi dengan berbagai merk, iklan kesehatan gigi dan mulut yang ditayangkan oleh PDGI, dan iklan cairan pembersih mulut (*mouthwash*).

Informasi mengenai Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan Klinik Gigi/Praktik Dokter Gigi di Indonesia diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan dan kode etik profesi, dengan rujukan utama pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/ 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan. Bagi pihak yang beriklan dilarang menyesatkan konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, tarif, dan ketepatan waktu pelayanan kesehatan, menjanjikan hadiah untuk mempromosikan pelayanan kesehatan,

membuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat, mengeksploitasi kejadian atau orang tanpa izin, melanggar etika dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan larangan untuk tenaga kesehatan dilarang mengiklankan jasa pelayanan mereka atau menjadi model iklan untuk produk kesehatan, kecuali dalam konteks iklan layanan masyarakat.

3) Prinsip Umum Iklan Layanan Kesehatan Gigi

a) Bersifat Edukatif dan Informatif

Iklan harus bertujuan untuk memberikan informasi yang faktual dan mendidik masyarakat tentang kesehatan gigi dan mulut, bukan sekadar promosi berlebihan.

b) Tidak Melakukan Klaim Berlebihan

Dilarang membuat klaim yang tidak berdasar, menjanjikan kesembuhan mutlak, atau melebih-lebihkan kemampuan tenaga medis atau fasilitas kesehatan.

c) Bermartabat dan Beretika

Konten iklan harus menjaga martabat profesi medis dan tidak melanggar norma kesusilaan.

d) Tidak Menyesatkan

Informasi yang disampaikan harus akurat, benar, dan tidak menyesatkan konsumen.

e) Dilarang Menggunakan Testimoni

Tenaga kesehatan dilarang menggunakan testimoni pasien atau menampilkan foto "sebelum-sesudah" (*before-after*) untuk

tujuan komersial. Pengecualian mungkin berlaku untuk iklan layanan masyarakat.

f) Tidak Boleh Menjadi Model Iklan Produk Tertentu

Tenaga kesehatan (dokter gigi) dilarang menjadi model iklan untuk obat, alat kesehatan, atau fasilitas kesehatan, kecuali untuk iklan layanan masyarakat dari pemerintah.

4) Aspek Administratif dan Teknis

- a) Pemasangan Papan Nama: Praktik dokter gigi wajib memasang papan nama yang mencantumkan nama, gelar yang sah, jenis pelayanan sesuai SIP (Surat Izin Praktik), dan waktu praktik.
- b) Papan Nama Sesuai Aturan: Papan nama harus mengikuti standar yang ditetapkan organisasi profesi (misalnya ukuran, warna dasar putih, huruf hitam) dan tidak boleh dihiasi warna atau penerangan yang bersifat iklan mencolok.
- c) Persetujuan Organisasi Profesi: Iklan dan publikasi layanan kesehatan mungkin memerlukan persetujuan atau setidaknya harus mematuhi pedoman dari organisasi profesi terkait (Persatuan Dokter Gigi Indonesia/PDGI).

5) Bentuk Pelanggaran Iklan

Iklan klinik gigi dianggap melanggar jika bersifat:

- a) Menyesatkan atau tidak objektif.
- b) Melebih-lebihkan kemampuan atau hasil tindakan medis (misalnya, menjamin hasil estetika yang pasti).
- c) Tidak lengkap dalam memberikan informasi yang relevan.

- d) Menggunakan gelar dokter untuk promosi produk kesehatan secara pribadi, kecuali iklan layanan masyarakat.
- e) Menawarkan diskon untuk layanan medis tertentu (misalnya, diskon cabut gigi per item).

Sanksi Pelanggaran: Pelanggaran terhadap aturan periklanan dapat dikenakan sanksi administratif, mulai dari teguran lisan, tertulis, hingga pencabutan SIP atau izin operasional klinik sementara atau selamanya.

Pelanggaran terhadap ketentuan iklan dapat berujung pada beberapa jenis sanksi:

a) Sanksi Administratif

Pemerintah daerah atau Kementerian Kesehatan berwenang memberikan sanksi administratif kepada fasilitas kesehatan yang melanggar. Sanksi ini dapat berupa:

- (1) Teguran lisan atau tertulis.
- (2) Pencabutan surat izin operasional/praktik untuk sementara waktu (paling lama 1 tahun) atau untuk selamanya.
- (3) Supervisi atau pembinaan berkala.

b) Gugatan Perdata

Pasien atau konsumen yang merasa dirugikan akibat iklan yang menyesatkan dapat mengajukan gugatan ganti rugi berdasarkan perbuatan melanggar hukum (Pasal 1365 KUHPerdata) atau berdasarkan UU Perlindungan Konsumen.

c) Sanksi Pidana

Dalam kasus yang lebih serius, di mana iklan menyebabkan kerugian signifikan atau melibatkan praktik ilegal (misalnya, praktik oleh tenaga non-medis yang berpura-pura menjadi dokter gigi), dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan UU Praktik Kedokteran atau KUHP.

d) Sanksi Etik Profesi

Organisasi profesi seperti PDGI dapat menjatuhkan sanksi etik kepada dokter gigi yang melanggar kode etik periklanan, yang dapat memengaruhi izin praktik profesional mereka

e) Pengawasan terhadap pelanggaran iklan publikasi layanan kesehatan oleh Kementerian Kesehatan membentuk tim untuk menilai dan mengawasi iklan dan publikasi pelayanan kesehatan. Jika ditemukan pelanggaran, tim dapat memerintahkan pengubahan, penarikan, penghapusan, atau penghentian iklan dalam waktu 7 hari kerja. Apabila tidak dipatuhi, sanksi administratif akan dikenakan, seperti pencabutan izin praktik sementara atau permanen.

c. Klinik Praktik Dokter Gigi Swasta

Klinik praktik dokter gigi swasta merupakan salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang dikelola oleh individu atau badan hukum yang memiliki izin resmi dari pemerintah. Klinik ini berfokus pada pelayanan kesehatan gigi dan mulut seperti pembersihan karang gigi, pemasangan kawat gigi, pemutihan gigi, dan berbagai layanan lainnya. Sebagai institusi yang beroperasi secara komersial, klinik dokter gigi swasta

sering kali menggunakan strategi promosi untuk menarik pasien. Namun, promosi yang dilakukan harus tetap mengacu pada regulasi yang berlaku, termasuk PMK 1787/2010, untuk memastikan bahwa praktik iklan tidak melanggar kode etik atau merugikan masyarakat. Dalam penelitian ini, klinik dokter gigi swasta di Kota Padang menjadi fokus utama dalam melihat bagaimana implementasi peraturan tersebut berjalan dan tantangan apa saja yang muncul di lapangan.

d. Kota Padang

Kota Padang, sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat, memiliki peran strategis dalam pelayanan kesehatan di wilayah tersebut. Kota ini memiliki banyak fasilitas kesehatan, termasuk klinik dokter gigi swasta yang beroperasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam perawatan gigi dan mulut. Keberadaan klinik swasta di Kota Padang menjadi menarik untuk diteliti karena fenomena iklan pelayanan kesehatan yang sering kali ditemukan di media sosial atau platform lainnya. Kota ini dipilih sebagai lokasi studi kasus karena dinamisnya perkembangan layanan kesehatan, termasuk peningkatan persaingan di antara klinik swasta dalam menarik pasien. Melalui penelitian ini, implementasi PMK 1787/2010 di Kota Padang akan dianalisis untuk melihat sejauh mana peraturan tersebut dipatuhi oleh para praktisi dokter gigi dan bagaimana upaya pihak berwenang dalam mengawasi praktik promosi layanan kesehatan yang dilakukan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum sosiologis (*socio legal reseach*), yaitu suatu metode penelitian hukum dalam artian nyata bagaimana bekerjanya hukum dimasyarakat, untuk mengkaji dan menganalisis tentang perilaku individu atau masyarakat dalam kaitannya dengan pemenuhan hak kesehatan yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan, tetapi juga pada pelaksanaan dan penegakan hukum dalam praktik.

Pendekatan hukum sosiologis digunakan untuk menganalisis bagaimana Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Layanan Kesehatan ditegakkan terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh klinik gigi dan praktik dokter gigi di Kota Padang, serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penegakan hukum tersebut.

- a. Proses dan mekanisme penegakan hukum yang dilakukan oleh instansi terkait;
- b. Hambatan yang dihadapi dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010.

Hasil deskripsi tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas penegakan hukum.

2. Sumber Data

- a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pejabat dinas kesehatan, yang menjelaskan mekanisme pengawasan penegakan hukum Terhadap pelanggaran PMK No.1787/2010.

Wawancara ini menjadi sumber utama untuk memahami penegakan hukum terhadap pelanggaran PMK No.1787/2010

informan sebagai berikut :

- 1.Ibu dr. Sri Kurnia Yati, MKM, selaku Kepala Dinas Kesehatan Kota Padang.
- 2.Ibu Helmida Dariar, SKM.MKM selaku Adminkes Muda bagian pengawasan Klinik dan Praktek Dokter Gigi Kota Padang.
3. Bapak drg.Abu Bakar, M.Med.Ed, Ph.d selaku Ketua PDGI Cabang Padang Periode 2025-2030

Tabel 1.1 Responden penelitian

No	Responden	Populasi	Sampel	Jumlah
1	Ketua PDGI kota Padang	1	1	1
1	Kepala Dinas Kesehatan Kota Padang	1	1	1
3	bagian pengawasan Klinik dan Praktek Dokter Gigi Kota Padang.	1	1	1

Sumber : Data olahan Lapangan Tahun 2026

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang memiliki kekuatan mengikat yang diperoleh dari bahan-bahan berupa catatan, dokumen, literatur, peraturan perundang-undangan, buku-buku dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder penelitian dalam ini adalah :

1. Telusur pada klinik dan praktek dokter gigi kota padang yang melakukan pelanggaran melalui media sosial.
2. Dokumen catatan pelanggaran pelanggaran PMK No,1787 tahun 2010, selama tahun 2025

Tabel 2.1 Data Dinas Kesehatan 2025

No	Responden	Jumlah
1	Klinik Pratama	107
2	Klinik Utama	18
3	Tempat Praktek Mandiri Dokter Gigi	84
Jumlah		210

Sumber : Data Dinas Kesehatan Kota Padang Tahun 2025

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah

- a. Studi Dokumen, yaitu untuk memperoleh data sekunder penelitian melakukan peelusuran sumber data tertulis, baik berupa jurnal, buku-buku.
- b. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan informan. Peneliti terlebih dahulu mempersiapkan dokumen wawancara dan apabila ada hal-hal penting yang tidak tercantum dalam pedoman wawancara maka peneliti akan mengembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi, dilakukan secara semi-terstruktur, dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh data yang mendalam terkait praktik penegakan hukum, tingkat kepatuhan, serta hambatan yang dihadapi di lapangan.
- c. Studi kasus (*Case Study*)

Menelusuri kasus-kasus spesifik pelanggaran iklan dan publikasi kesehatan yang pernah terjadi di klinik gigi dan praktik dokter gigi kota

Padang, dan bagaimana penyelesaian hukumnya (putusan pengadilan atau sanksi administrasi

4. Teknik Analisis Data

Data primer dan data sekunder yang diperoleh kemudian dipilih dan dikelompokkan sesuai populasi masing-masing informan. Untuk mengetahui fenomena yang diteliti dengan menggunakan analisis secara kualitatif deskriptif. Analisa kualitatif yaitu dengan mengelompokkan data berdasarkan aspek yang diteliti atau tanpa menggunakan angka-angka dengan kata lain data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data yang terkumpul dalam bentuk jawaban dan pendapat dari pada populasi sampling dan responden dianalisis secara deskriptif sehingga diperoleh pemahaman, kategorisasi dan pola hubungan untuk menghasilkan suatu kesimpulan