

LARANGAN PENGGUNAAN TENAGA PROFESIONAL KESEHATAN SEBAGAI MODEL IKLAN

Oleh:

Ni Putu Janitri

Made Suksma Prijandhini Devi Salain

Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK:

Makalah ini berjudul “Larangan Penggunaan Tenaga Profesional Kesehatan Sebagai Model Iklan”. Makalah ini menggunakan metode penelitian hukum normatif kemudian dikaji dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk menguraikan secara detail bahwa penggunaan tenaga profesional kesehatan sebagai model iklan dilarang. Dari analisa yang dibahas dapat disimpulkan bahwa penggunaan tenaga profesional kesehatan sebagai model iklan telah dilarang berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan terdapat pada pasal 8 ayat (1) dan juga terdapat dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia. Mengenai pembinaan dan pengawasan terhadap pelanggaran pasal 8 tersebut terdapat dalam pasal 14. Selain itu tenaga profesional kesehatan juga telah melanggar kode etik profesinya.

Kata Kunci: Larangan, Tenaga Professional, Kesehatan, Iklan.

ABSTRACT:

The paper is titled “ban on the use of health professionals as an advertising model”. The paper uses normative legal research methods was later analysed using the approach of legislation. The purpose of this paper is to describes in detail that the use of health professionals as a model of advertising is prohibited. From the analysis it can be concluded that the use of health professionals as an advertising model has been banned by Regulation of the health minister of the republic of Indonesia number 1787/MENKES/PER/XII/2010 on advertising and publicity of health services contained in article 8, paragraph 1 and also contained in manners and procedures for advertising Indonesia. Regarding the guidance and supervision of a violation of article 8 are included in article 14. Besides health professionals also have violated the code of ethics profession.

Keywords: Ban, Professionals, Health, Advertising.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan komunikasi dan informasi berjalan sangat pesat. Media sebagai salah satu sarana dalam penyampaian informasi mempunyai berbagai jenis seperti media cetak dan media elektronik. Media elektronik banyak dimanfaatkan pelaku usaha. Iklan adalah salah satu bentuk informasi, merupakan alat bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen agar dapat mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk menggunakan atau mengonsumsi produknya. Demikian pula sebaliknya, konsumen akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan.¹Iklan di media elektronik memiliki kekuatan yang berbeda dan begitu ampuh untuk mempengaruhi konsumen akan produk yang ditayangkan atau ditawarkan. Tanpa adanya iklan maka konsumen akan sulit untuk mendapatkan informasi tentang produk yang ingin digunakan sama halnya dengan pelaku usaha akan sulit untuk mempromosikan produknya.

Di media televisi tidak sedikit dokter dan tenaga kesehatan lainnya yang menjadi model iklan sebuah produk. Hal ini membuat konsumen yang melihat tayangan iklan tersebut kebanyakan tertarik akan iklan yang ditayangkan. Iklan dengan menggunakan tenaga profesional cukup efektif untuk menanamkan *image* ke benak konsumen karena banyak konsumen masih dipengaruhi figur-figur tertentu dalam membeli produk. Konsumen berpandangan bahwa produk yang diiklankan menggunakan seorang dokter atau tenaga kesehatan lainnya adalah produk yang seakan akan paling bagus, aman dan bebas resiko karena iklan tersebut diinformasikan oleh seorang tenaga profesional kesehatan.

Berhubungan dengan ini permasalahan yang kerap kali ditemukan dalam kegiatan periklanan adalah dimana iklan tersebut menggunakan model seorang tenaga profesional kesehatan. Hal ini kerap mengancam para konsumen untuk mendapatkan suatu informasi yang benar. Konsumen tentu merasa dikelabui baik itu orang biasa yang berpura-pura menjadi seorang tenaga profesional kesehatan dengan menggunakan pakaian kerjanya atau tenaga profesional kesehatan sungguhan tentu tetap meresahkan para konsumen.

¹Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, Hal.104.

1.2 Tujuan

Dari latar belakang diatas dapat dikemukakan tujuan penulis makalah ini yaitu: menguraikan larangan pelaku usaha menggunakan tenaga profesional kesehatan sebagai model iklan dalam mempromosikan produknya melalui iklan.

II. ISI MAKALAH

2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam makalah ini adalah jenis penelitian hukum normatif dengan menggunakan sumber data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, serta menggunakan pendekatan perundang-undangan.²

2.2 Hasil dan Pembahasan

Sebuah iklan membutuhkan sesuatu yang dapat menambahkan daya pikat jual. Tak jarang banyak iklan yang menggunakan pernyataan testimoni dari konsumen maupun dari tenaga ahli guna meyakini khalayak. Banyak dijumpai tenaga ahli seperti dokter walaupun tanpa mencantumkan gelar akademiknya padahal pemakaian tenaga profesional kesehatan sebagai model iklan seperti dokter, perawat, ahli farmasi, rumah sakit, atau atribut-atribut profesi medis lainnya dilarang.³

Pengertian tenaga kesehatan menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan dalam pasal 1 angka 5 yakni “Tenaga kesehatan adalah setiap orang yang mengabdikan diri dalam bidang kesehatan serta memiliki pengetahuan dan atau keterampilan melalui pendidikan di bidang kesehatan yang untuk jenis tertentu memerlukan kewenangan untuk melakukan upaya kesehatan”.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan pada pasal 8 menentukan bahwa:

- (1) Tenaga kesehatan dilarang mengiklankan atau menjadi model iklan obat, alat kesehatan, perbekalan kesehatan, dan fasilitas pelayanan kesehatan kecuali dalam iklan layanan masyarakat.

² Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, 2013, *Dualisme Penelitian Hukum & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hal.42.

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, Hal.135.

- (2) Tenaga kesehatan dapat melakukan publikasi atas pelayanan kesehatan dan penelitian kesehatan dalam majalah kesehatan atau forum ilmiah untuk lingkungan profesi.

Dalam pasal 8 ayat (1) di atas telah ditentukan bahwa tenaga kesehatan dilarang menjadi model iklan kecuali dalam iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bersifat non profit, tapi umumnya bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi atau bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.⁴

“Dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang awalnya ditandatangani oleh lima asosiasi pada 17 September 1981 kemudian disempurnakan dengan ditandatangani oleh tujuh instansi pada 19 Agustus 1996”⁵ juga sudah dijelaskan bahwa “Iklan produk obat-obatan (baik obat-obatan bebas maupun tradisional), alat-alat kesehatan, kosmetika, perbekalan kesehatan rumah-tangga serta makanan dan minuman tidak boleh menggunakan tenaga profesional, identitas, atau segala atribut profesi, baik secara jelas maupun tersamar”.

Bila kebijakan terhadap iklan dan publikasi pelayanan kesehatan sebagaimana yang terdapat pada pasal 8 tersebut di atas dilanggar maka ada pembinaan dan pengawasan yang akan diberikan pada tenaga kesehatan tersebut sesuai dengan pasal 14 ayat (1) berupa penghentian iklan dan publikasi, selama 7 hari kerja dan pada ayat (3) berupa tindakan administrasi yang dilaksanakan paling lama 30 hari kerja. Tindakan administrasi yang dimaksud diatas, pada pasal 14 ayat (4) diperjelas lagi berupa :

- a. Pencabutan surat izin operasional/surat izin praktik/surat izin kerja/surat izin profesi untuk sementara waktu paling lama 1 (satu tahun); dan
- b. Pencabutan surat izin operasional/surat izin praktik/surat izin kerja/surat izin profesi untuk selamanya.

Selain tindakan administrasi, tenaga kesehatan juga dapat dikenakan sanksi yang ditetapkan Majelis Kehormatan Etik Profesi, Majelis Disiplin Profesi, dan/atau Majelis Kehormatan Etik Rumah Sakit Indonesia.

⁴ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *loc.cit.*

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *loc.cit.*

III. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang disampaikan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan tenaga profesional kesehatan sebagai model iklan dilarang berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan terdapat pada pasal 8 ayat (1) dan juga terdapat dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia. Mengenai pembinaan dan pengawasan terhadap pelanggaran pasal 8 tersebut terdapat dalam pasal 14. Selain itu, tenaga profesional kesehatan tersebut juga telah melanggar kode etik profesinya.

DAFTAR PUSTAKA

Fajar ND, Mukti dan Yulianto Achmad, 2013, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Miru, Ahmadi & Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1787/MENKES/PER/XII/2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan