

STUDI KELAYAKAN USAHA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TENTANG EDUKASI KESEHATAN GIGI DAN MULUT

Feasibility Study Of Instagram Social Media Business On Dental And Oral Health

Jessica Sukma Dwinanda^{1*}, Deru Marah Laut¹, Tri Widyastuti¹, Denden Ridwan Chaerudin¹

^{1*} Program Studi Kesehatan Gigi Program Diploma Tiga Poltekkes Kemenkes Bandung, Email: jessicasukma17@gmail.com

ABSTRACT

Oral health is influenced by genes, behavior, environment, and oral care. Behavior is a major factor in high oral health problems. Behavior is influenced by knowledge. Oral health education that can be done through social media is one way to increase knowledge. Instagram social media is one of the most popular platforms in Indonesia so that it has a business opportunity to be used as an oral health education platform and can be used as a learning medium in increasing knowledge. This study aims to determine the feasibility of an Instagram social media business on oral health education based on aspects of a business feasibility study. This method approach taken is descriptive qualitative research. Data collection procedures in this study were carried out through distributing g-forms to Instagram social media followers and in-depth interviews with entrepreneurship experts, material experts, and media experts. The results showed that the Instagram social media business on oral health education was declared feasible based on 5 aspects of the business feasibility study, namely market and marketing, technical and technological, operational management, economic and financial, and juridical. So it can be concluded that Instagram social media is worthy of being an entrepreneur in the field of oral health education.

Key words: *entrepreneurship, feasibility study, social media, instagram, education, dental health*

ABSTRAK

Kesehatan gigi dan mulut dipengaruhi oleh gen, perilaku, lingkungan, dan perawatan gigi dan mulut. Perilaku menjadi faktor utama tingginya permasalahan kesehatan gigi dan mulut. Perilaku dipengaruhi oleh pengetahuan. Edukasi kesehatan gigi dan mulut yang dapat dilakukan melalui media sosial adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan. Media sosial Instagram memiliki peluang usaha untuk digunakan sebagai *platform* edukasi kesehatan gigi dan mulut karena popularitasnya yang tinggi di Indonesia dan dapat dijadikan sebagai *platform* pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut berdasarkan aspek studi kelayakan usaha. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran *g-form* kepada *followers* media sosial Instagram dan wawancara mendalam kepada ahli kewirausahaan, ahli materi, dan ahli media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut dinyatakan layak berdasarkan 5 aspek studi kelayakan usaha, yaitu pasar dan pemasaran, teknis dan teknologis, manajemen operasional, ekonomi dan keuangan, dan yuridis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram layak dijadikan wirausaha di bidang edukasi kesehatan gigi dan mulut.

Kata kunci: wirausaha, studi kelayakan, media sosial, instagram, edukasi, kesehatan gigi

PENDAHULUAN

Kesehatan gigi dan mulut adalah indikator penting dari tubuh yang sehat, karena memiliki dampak langsung pada, kesejahteraan, kesehatan, dan kualitas hidup secara keseluruhan.¹ Di Indonesia, sebanyak 57,6% dari populasi memiliki masalah gigi dan mulut. sebanyak 88% menderita karies gigi, dengan prevalensi yang cukup tinggi pada kalangan usia 15-24 tahun mencapai 75,3%.² Gen, perilaku, lingkungan, serta perawatan gigi dan mulut berdampak pada kesehatan gigi dan mulut. Salah satu faktor utama kesehatan gigi dan mulut yang buruk adalah perilaku buruk.³⁴

Cara menjaga kesehatan gigi dan mulut terkait dengan perilaku yang mempengaruhi kesehatan gigi dan mulut. Pengetahuan mempengaruhi perilaku. Perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan yang tidak. Pengetahuan dapat diperoleh melalui pengalaman serta melalui guru, orang tua, teman, buku, dan media sosial. Edukasi kesehatan gigi dan mulut yang dapat dilakukan melalui media sosial adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan. Hal ini sangat mungkin terjadi karena media sosial saat ini banyak digunakan dalam pembelajaran seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi.¹

Media sosial adalah *platform online* yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten seperti opini, informasi dan minat kepada pengguna yang lebih luas dengan berbagai konteks, termasuk edukatif, kritis, dan informatif.⁵ Berdasarkan *Indonesian Digital Report 2023*, di Indonesia, 167 juta orang adalah pengguna aktif media sosial Instagram pada Januari 2023.⁶

Instagram adalah media sosial yang paling terkenal di Indonesia, memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video serta membangun interaksi yang luas antar pengguna.⁷ Menurut data yang dilansir *We Are Social* jumlah pengguna Instagram mencapai 86,5%, menduduki peringkat kedua setelah *Whatsapp* (92,1%).⁶ Berdasarkan data *Napoleon Cat*, hingga April 2023, terdapat 109,33 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia, dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi pada kelompok usia 18-24 tahun (38%).⁸

Hasil penelitian Oktavianti & Loisa (2017) yang berjudul "Pengguna Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya di Kalangan Siswa SMA" dengan responden sebanyak 48 siswa (56%) dan 38 siswi (44%) menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram (31%), diikuti oleh *Facebook* (26%), dan media sosial lainnya seperti *Snapchat* (17%), *Twitter* (15%), dan *Path* (11%).⁹ Hasil penelitian Dyah & Elina (2021), menunjukkan bahwa penyuluhan melalui media sosial Instagram meningkatkan pengetahuan tentang karies gigi dengan presentase sebelum penyuluhan (67,94%) dan setelah penyuluhan (91,02%).¹

Studi kelayakan usaha melalui media sosial Instagram dapat menjadi media edukasi kesehatan gigi dan mulut. Ketika mengambil keputusan untuk menerima atau menolak suatu usaha yang direncanakan, studi kelayakan usaha merupakan pertimbangan penting. Arti dari kata "layak" dalam penilaian studi kelayakan usaha berarti usaha tersebut memiliki potensi memberikan manfaat finansial dan non-finansial.¹⁰

Media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut yang diteliti saat ini hanya sebatas untuk melihat pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan. Media sosial Instagram memiliki peluang usaha untuk digunakan sebagai *platform* edukasi kesehatan gigi dan mulut karena popularitasnya yang tinggi di Indonesia dan dapat dijadikan sebagai *platform* pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui kelayakan usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut berdasarkan 5 aspek studi kelayakan usaha menurut Ir. Singgih Wibowo, *et al.* adalah pasar dan pemasaran, teknis dan teknologis, manajemen operasional, ekonomi dan keuangan, dan yuridis.¹¹

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang berlangsung selama tiga bulan dari Januari hingga April 2024 dan dilakukan melalui media sosial Instagram. Objek penelitiannya mencakup ahli kewirausahaan, ahli materi, ahli media, dan *followers* akun Instagram. Variabel penelitiannya mencakup 5 aspek studi kelayakan usaha: pasar dan pemasaran, teknis dan teknologis, manajemen operasional, ekonomi dan keuangan, serta yuridis.

Instrumen yang digunakan berupa daftar *checklist* komponen dari 5 aspek studi kelayakan usaha dan daftar *checklist* penilaian materi dan media, serta penyebaran *g-form* untuk uji pasar. Data diperoleh dari wawancara mendalam dengan ahli kewirausahaan, ahli materi, ahli media, dan uji pasar kepada *followers* Instagram. Tahapan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara deskriptif.¹²

HASIL

Hasil penelitian ini berdasar pada analisis studi kelayakan usaha dan wawancara mendalam. Informan yang menjadi narasumber dari penelitian ini adalah ahli kewirausahaan, ahli materi, dan ahli media yang merupakan dosen Poltekkes Kemenkes Bandung jurusan Kesehatan Gigi dan Promosi Kesehatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli kewirausahaan, analisis kelayakan usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut secara keseluruhan layak dilaksanakan karena sudah memenuhi semua kriteria aspek yang ditentukan. Evaluasi akhir juga diperlukan untuk memastikan apakah rencana kegiatan sudah terlaksana dan sesuai dengan tujuan atau target. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rencana pelaksanaan usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut telah terpenuhi dan terlaksana sesuai studi kelayakan usaha, serta tujuan dan targetnya sudah tercapai. *Followers* Instagram juga banyak yang tertarik dengan usaha ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli kewirausahaan, aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak. Segmentasi pasar usaha ini mencakup pengguna Instagram, dengan segmentasi demografis berupa perempuan dan laki-laki berusia 13-30 tahun. Pasar sasaran adalah perempuan berusia 21 tahun yang menggunakan Instagram. Posisi pasar telah terpenuhi dengan adanya ciri khas atau maskot usaha ini, yaitu "Danta," berbentuk gigi berwarna putih dengan *beanie hat* oranye.



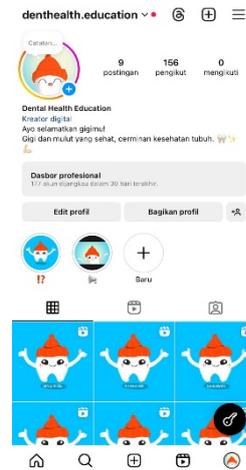
Gambar 1. Maskot Akun Instagram

Produk yang ditawarkan berupa konten edukasi kesehatan gigi dan mulut dengan sembilan materi. Konten ini memiliki nilai jual dan manfaat bagi pengguna Instagram, yakni meningkatkan pengetahuan masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi dan mulut dan memotivasi mereka untuk lebih menjaga kesehatan gigi dan mulutnya. Produk diunggah melalui Instagram, dan promosi dilakukan dengan membagikan ulang konten video edukasi pada *Instagram Stories* serta melalui grup *WhatsApp* berupa *link* video dan akun Instagram *@denthealth.education*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli materi dan ahli media mengenai aspek pasar dan pemasaran usaha ini, materi dan media yang disajikan sudah sesuai dengan target sasaran karena bahasa dalam menyampaikan edukasinya mudah dipahami dan komunikatif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli kewirausahaan, aspek teknis dan teknologis usaha ini dinyatakan layak. Proses produksi konten edukasi kesehatan gigi dan mulut di Instagram sudah terpenuhi, termasuk tahapan pembuatan konten video dan hasil video edukasi. Tahapan ini meliputi penentuan tema, pengumpulan data, pembuatan storyline, pencarian referensi video, pembuatan ilustrasi, *voice over*, dan video animasi. Tata letak konten di Instagram juga terpenuhi karena penataan sesuai dengan format

Instagram. Video diunggah secara berurutan sesuai dengan materi.



Gambar 2. Tata Letak Instagram

Berdasarkan hasil wawancara ahli materi mengenai aspek teknis dan teknologis usaha ini, topik materi yang disajikan sesuai dengan penyakit gigi dan mulut yang sering terjadi di masyarakat. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara ahli media, audio dan gambar dari media yang disajikan jelas.

Berdasarkan hasil wawancara ahli kewirausahaan mengenai aspek manajemen operasional menyatakan bahwa aspek ini dinyatakan layak. Penyusunan rencana kerja pada usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut terpenuhi karena sudah dibuat jadwal dan target rencana kerja. Rencana pembuatan konten video diselesaikan dalam waktu sekitar 90 hari dimulai dari Februari hingga April. Pengunggahan konten video dilakukan 1-2 minggu sekali. Usaha ini dibuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesehatan gigi dan mulut. Terdapat 2 orang yang terlibat dalam pembuatan dan pelaksanaan usaha ini, yaitu peneliti sendiri dan sepupu peneliti bernama Razka. Peneliti bertugas sebagai pendiri usaha yang merangkap sebagai pengisi suara dalam konten video, pemegang atau *admin* akun media sosial Instagram *@denthealth.education*, membagikan

serta mempromosikan konten video edukasi kesehatan gigi dan mulut. Sedangkan Razka, sebagai *editor* pembuatan gambar ilustrasi dan video animasi. Cara pendiri usaha mengkoordinasi pelaksanaan usaha ini yaitu dengan membagikan tugas atau *jobdesc*. Cara mengkoordinasi editor yaitu memberitahu jadwal rilis sehingga *editor* dapat menyelesaikan produksi konten video ini dengan tepat waktu. Sedangkan cara mengawasinya adalah dengan melihat produksi konten video tersebut terlak sana atau tidak dan *mem-follow up editor* 3 hari sebelum jadwal rilis.

Berdasarkan hasil wawancara ahli materi mengenai aspek manajemen operasional usaha ini, materi yang disajikan efektif dan efisien untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan gigi dan mulut. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara ahli media, media yang disajikan mengandung pesan yang lengkap dan dapat meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan gigi dan mulut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli kewirausahaan mengenai aspek ekonomi dan keuangan menyatakan bahwa aspek ini dinyatakan layak. Kebutuhan modal pada usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut terpenuhi karena sudah ada modal investasi awalnya yaitu sebesar Rp175.360.000 dan sudah ada rincian modal tetap dan modal kerjanya. Sumber modal pada usaha ini yaitu berasal dari modal sendiri dan menggunakan barang atau kepemilikan sendiri serta sudah target untuk mengembalikan modalnya.

Berdasarkan hasil wawancara ahli materi dan ahli media mengenai aspek ekonomi dan keuangan usaha ini, materi dan media yang disajikan dapat menguntungkan secara finansial atau ekonomis.

Berdasarkan hasil wawancara ahli kewirausahaan mengenai aspek yuridis keuangan menyatakan bahwa aspek ini dinyatakan layak. Aspek yuridis pada usaha ini sudah terpenuhi karena memenuhi ketentuan media sosial Instagram dan tidak melanggar UU ITE tentang penggunaan media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli materi dan ahli media mengenai aspek yuridis usaha ini, materi dan media yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan karena referensi yang jelas dan tepat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil studi kelayakan usaha membuktikan bahwa prospek usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut sangat baik karena dari 5 aspek studi kelayakan usaha dinyatakan layak. Instagram adalah media sosial yang paling terkenal di Indonesia sehingga memungkinkan untuk mencapai pasar sasaran dengan mudah, hal ini didukung oleh penelitian Oktavianti & Loisa (2017) yang membuktikan bahwa pengguna media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram (31%), diikuti oleh *Facebook* (26%), dan media sosial lainnya seperti *Snapchat* (17%), *Twitter* (15%), dan *Path* (11%).

Akun usaha media sosial Instagram ini memiliki potensi untuk bertahan dalam jangka waktu yang panjang selama konten yang dibagikan tetap menarik dan berkualitas, sehingga mampu mempertahankan minat *followers*. Kualitas konten yang menarik dapat mendorong *followers* untuk tetap mengikuti dan berinteraksi secara aktif dengan akun media sosial Instagram ini. Perkembangan media sosial akan terus berlanjut. Oleh karena itu, penting bagi akun media sosial Instagram ini untuk tetap berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi perubahan tersebut. Contohnya, membuat konten dengan mengikuti tren terbaru. Selain itu,

konsistensi dalam mengunggah atau membagikan konten juga dapat membantu akun usaha media sosial Instagram ini bertahan lebih lama.

Jika usaha akun media sosial Instagram ini ditutup, ada beberapa jenis usaha atau *platform* sejenis yang dapat digunakan untuk tetap membagikan konten edukasi kesehatan gigi dan mulut. *Platform* tersebut misalnya Youtube, karena memungkinkan untuk berbagi konten video edukasi kesehatan gigi dan dalam format yang lebih panjang dan mendalam. Sehingga, materi edukasi dapat disampaikan secara lebih detail.

Pasar sasaran pada usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut ini adalah perempuan. Perempuan lebih tertarik untuk mengikuti akun usaha media sosial Instagram ini dibanding laki-laki. Hal ini didukung oleh penelitian Stefan (2015) yang membuktikan bahwa perempuan lebih tertarik dan lebih aktif dalam mencari informasi terkait kesehatan serta menerima lebih banyak informasi terkait kesehatan dibandingkan laki-laki.¹³

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, suku bunga bank saat ini sebesar 6%.¹⁴ Jika seorang investor ingin memberikan modal kerja kepada usaha ini sebesar Rp100.000.000 per tahun. Untuk mengembalikan modal kerja, dapat diperoleh penghasilan dari monetisasi media sosial Instagram. Melansir *Instagram Influencer Earnings Calculator*, dengan 500 *followers*, dapat dihasilkan sekitar Rp2.000.000/bulan.¹⁵ Untuk waktu pengembalian modal yang lebih cepat atau singkat, target jumlah *followers* dan *views* per bulan akan selalu ditingkatkan. Semakin banyak *followers* yang didapat maka akan meningkatkan nilai monetisasi yang diberikan oleh media sosial Instagram tersebut. Sehingga, target dalam satu bulan harus mendapatkan *followers* minimal 3.000 *followers* dan mendapatkan *views* dalam 1 konten minimal 1.000 *views*. Waktu untuk mengembalikan modal adalah 1 tahun.

Target dalam satu bulan harus mendapatkan *followers* minimal 3.000 *followers*. Artinya, target dalam satu hari harus mendapatkan 100 *followers*.

Dengan demikian, monetisasi Instagram menghasilkan total Rp12.000.000 per bulan. Oleh karena itu, akan mendapatkan Rp144.000.000 dalam setahun. Sehingga, dapat keuntungan sebesar Rp44.000.000 atau 44% dari modal kerja. Investor akan mendapatkan keuntungan sebesar 22% dari usaha ini. Artinya, keuntungan lebih besar dari suku bunga bank.

Faktor produksi untuk usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut cukup tersedia selama memiliki akses ke perangkat lunak dan internet. Perangkat lunak seperti handphone dan laptop yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk menjalankan usaha ini. Dalam usaha media sosial Instagram, sebagian besar operasi usaha dilakukan secara *online*. Pasar untuk edukasi melalui media sosial Instagram cukup besar, karena akan semakin banyak masyarakat yang peduli dengan kesehatan gigi dan mulutnya. Biaya untuk memulai dan menjalankan usaha ini hanya mengeluarkan biaya untuk perangkat lunak dan koneksi internet. Untuk menjalankan usaha ini, hanya membutuhkan SDM yang memiliki kemampuan dalam membuat konten karena ide atau kemampuan untuk membuat konten yang menarik itu tidak terbatas. Selain itu, dibutuhkan juga SDM yang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik, karena interaksi antar pengguna membutuhkan komunikasi yang efektif. Untuk bahan baku seperti gambar dapat ditemukan secara *online* atau dibuat sendiri dengan keterampilan yang tepat dan sumber materi tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut dapat ditemukan secara *online* melalui buku atau jurnal-jurnal yang terpercaya.

Secara teknis, usaha media sosial Instagram tentang edukasi kesehatan gigi dan mulut dapat dikerjakan dengan efektif dan efisien. Proses produksi

dalam media sosial terdapat beberapa tahapan mulai dari pembuatan konten, pengeditan, hingga penjadwalan *posting* (jadwal rilis). Proses produksi ini dibuat dengan baik agar konten dapat diproduksi secara teratur dan sesuai jadwal. Selain teknis dalam membuat konten yang telah dijabarkan pada aspek teknis dan teknologis, ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk membuat konten edukasi kesehatan gigi dan mulut agar lebih menarik. Contohnya seperti membuat konten dengan video vlog pribadi yang lebih santai dengan disisipkan edukasi kesehatan gigi dan mulut agar *viewer* tidak bosan saat menontonnya.

Jika media sosial Instagram pada usaha ini memiliki banyak pengikut, ini dapat menguntungkan secara finansial karena akan mendapatkan penghasilan dari *endorse* atau kerja sama dengan *online shop* yang menjual produk yang berkaitan dengan kesehatan gigi dan mulut, nantinya akan dibuat konten berisi edukasi yang diselipkan iklan produk tersebut. Begitupun secara ekonomis dapat menguntungkan masyarakat, karena masyarakat akan mendapatkan pengetahuan dan ilmu baru mengenai kesehatan gigi dan mulut secara gratis, hanya saja memerlukan koneksi internet sehingga akan lebih hemat. Selain itu, akan memberikan peluang lapangan kerja atau SDM yang terlibat dalam pembuatan konten.

Usaha media sosial Instagram ini dapat dipertanggungjawabkan dari segi agipoleksosbudhankam. Dari segi agama, banyak agama yang menganjurkan umatnya untuk memelihara kesehatan gigi dan mulut, sehingga usaha edukasi kesehatan gigi dan mulut ini membantu para pemuka agama agar umatnya menjalankan ibadah dengan memelihara kesehatan gigi dan mulut.

Dari segi politik, edukasi kesehatan gigi dan mulut secara tidak langsung akan berkontribusi pada peningkatan derajat kesehatan gigi dan mulut yang optimal bagi masyarakat karena

didukung oleh pemerintah dan lembaga politik.

Dari segi ekonomi, usaha ini memiliki dampak ekonomi positif, karena semakin banyak *followers* maka semakin banyak yang terlibat karena dapat memberikan peluang lapangan kerja atau SDM untuk terlibat dalam pembuatan konten. Selain itu, dapat membuka peluang untuk memperkenalkan produk-produk yang selama ini belum dikenal oleh banyak orang atau membantu produsen-produsen yang kesulitan mempromosikan produknya sehingga dapat memperkuat ekonomi negara karena dalam sudut pandang John Naisbitt, semakin besar ekonomi dunia semakin kuat pemain terkecilnya. Artinya, stabilitas ekonomi suatu negara dipengaruhi oleh pemain kecil seperti UMKM, konten kreator, atau perusahaan kecil lainnya.¹¹

Dari segi sosial, usaha ini sangat berkaitan karena usaha ini dibuat untuk memperluas hubungan antara pembuat konten dengan *followersnya* yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Dari segi budaya, produk atau konten yang dibagikan merupakan budaya yang positif. Dari segi pertahanan, pertahanan suatu negara akan terwujud apabila masyarakatnya sehat. Masyarakat akan menjadi kuat dan sehat jika kesehatan gigi dan mulutnya ideal karena kesehatan tubuh secara keseluruhan dipengaruhi oleh kesehatan gigi dan mulut.

Dari segi keamanan, *platform* yang menyediakan membagikan konten edukasi kesehatan gigi dan mulut seperti media sosial Instagram ini sudah secara resmi masuk ke Indonesia dengan mengikuti peraturan atau ketentuan yang dipersyarat oleh negara. Pemerintah tidak akan mungkin memberikan akses kepada media sosial Instagram jika media sosial Instagram tersebut melanggar UU ITE atau melacak keamanan negara termasuk keamanan data maupun aturan-aturan tentang penyalahgunaan informasi.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram layak dijadikan wirausaha di bidang edukasi kesehatan gigi dan mulut berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan ahli kewirausahaan, ahli materi, dan ahli media.

DAFTAR RUJUKAN

1. Dyah, R. S., & Elina, L. (2021). Instagram Sebagai Media Edukasi Peningkatan Pengetahuan Kesehatan Gigi Dan Mulut. *Jurnal Kesehatan Gigi (Dental Health Journal)*, 8(2), 90–95. DOI: <https://doi.org/10.33992/jkg.v8i2.1492>
2. Riskesdas. (2018). Laporan Nasional Riskesdas 2018. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
3. Hanum, N.A., Aida, W.N., Nuraisyah, dkk. (2022). Pelayanan Asuhan Kesehatan Gigi dan Mulut Individu. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
4. Sari, P. E. M., Giri, P. R. K., & Utami, N. W. A. (2019). Hubungan Perilaku Pemeliharaan Kesehatan Gigi dan Mulut Terhadap Karies Pada Anak Sekolah Dasar 1 Astina Kabupaten Buleleng, Singaraja-Bali. *Bali Dental Journal*, 3(1), 9–14. DOI: <https://doi.org/10.37466/bdj.v3i1.127>
5. Aninda, R., Purwaningsih, E., & Fitriah Ulfah, S. (2022). Pengetahuan Masyarakat Tentang Halitosis Dengan Menggunakan Media Instagram Di Kelurahan Arjuna Bandung. *E-Indonesian Journal of Health and Medical*, 2(4), 584. <https://ijohm.rcipublisher.org/index.php/ijohm/article/view/178/129> diakses Juni, 19, 2024.
6. Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023 [Dokumen di Internet]. Diakses 19 Juni 2024. Available from: <https://andi.link/>
7. Husna, H. N., Milataka, I., Fitriani, N. Z. J., & Ardi, A. K. (2021). Penggunaan Instagram Stories sebagai Media Promosi Kesehatan Mata. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 5(2), 61. DOI: <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2021.v5i2.1891>
8. Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023 [Dokumen di Internet]. Diakses 19 Juni 2024. Available from: <https://dataindonesia.id/>
9. Oktavianti, R., & Loisa, R. (2017). Penggunaan Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya di Kalangan Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 3(1), 86. DOI: <https://doi.org/10.22146/jpkm.26925>
10. Purnomo, A.P., Riawan., & Sugianto., L.O. (2017). Studi Kelayakan Bisnis. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
11. Muslikhah. Modul Kewirausahaan. Univ Negeri Yogyakarta Press.
12. Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
13. Stefan, E.K. (2015). Gender Differences in Health Information Behaviour: A Finnish Population-Based Survey. *Health Promotion International*, 30(3), 736-745. <https://doi.org/10.1093/heapro/dat063>
14. BI-Rate Tetap 6,00%_ Sinergi Menjaga Stabilitas dan Mendorong Pertumbuhan [Dokumen di Internet]. Diakses 19 Juni 2024. Available from: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_265424.aspx
15. 500 Followers IG Dapat Uang Berapa [Dokumen di Internet]. Diakses 19

Juni 2024. Available from:
<https://economy.okezone.com/read/2024/03/18/622/2984787/500>