

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

Skripsi, 12 Desember 2024

MAHARSYA SUCI NABILA RIZQIKA, No. NRP 2110211020

**HUBUNGAN PENGETAHUAN KODE ETIK KEDOKTERAN INDONESIA
TERHADAP PERILAKU DOKTER DALAM MELAKUKAN *PERSONAL
BRANDING* DI KOTA BOGOR TAHUN 2024**

ABSTRAK

Tujuan: Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI) merupakan kumpulan peraturan etika profesi yang akan digunakan sebagai tolak ukur perilaku ideal serta penahan godaan dalam penyimpangan profesi, hal tersebut meliputi perilaku dalam melakukan *Personal Branding*. Namun awal tahun 2018 terdapat kasus dokter yang memiliki perilaku kurang baik dalam melakukan *Personal Branding* sehingga menimbulkan pro dan kontra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan KODEKI terhadap perilaku dokter dalam melakukan *Personal Branding*. **Metode:** Penelitian ini menggunakan jenis penelitian observasional analitik dengan desain penelitian cross sectional. Respondennya merupakan anggota IDI Kota Bogor sesuai kriteria inklusi dan eksklusi dengan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. **Hasil:** Hasil analisis bivariat, menggunakan uji fisher exact test didapati nilai P-value 1.000 (P-value>0.05) menunjukkan tidak adanya hubungan bermakna atau signifikan antara pengetahuan KODEKI terhadap perilaku dokter dalam melakukan *Personal Branding*. **Kesimpulan:** Berdasarkan hasil penelitian didapatkan adalah tidak terdapat hubungan yang bermakna positif antara pengetahuan KODEKI terhadap perilaku dokter dalam melakukan *Personal Branding*.

Daftar Pustaka : 32

Kata Kunci : KODEKI, Pengetahuan, Perilaku, *Personal Branding*

FACULTY OF MEDICINE

UNIVERSITY PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

Undergraduate Thesis, 12 Desember 2024

MAHARSYA SUCI NABILA RIZQIKA, No. NRP 2110211020

**THE RELATIONSHIP BETWEEN KNOWLEDGE OF THE INDONESIAN
MEDICAL CODE ETHICS AND DOCTOR BEHAVIOR IN *PERSONAL
BRANDING* IN BOGOR CITY 2024**

ABSTRACT

Objective: *The Indonesian Medical Code of Ethics (KODEKI) is a set of professional ethical regulations that serve as a benchmark for ideal behavior and a safeguard against professional misconduct, including behavior related to Personal Branding. However, in early 2018, a case emerged involving a doctor exhibiting inappropriate behavior in Personal Branding, sparking public debate and controversy. This study aims to examine the relationship between knowledge of KODEKI and doctors' behavior in Personal Branding.* **Method:** *This research utilized an analytical observational study with a cross-sectional design. Respondents were members of the Indonesian Medical Association (IDI) in Bogor City who met the inclusion and exclusion criteria. The sample was selected using a simple random sampling technique.* **Result:** *Bivariate analysis using the Fisher's exact test showed a P-value of 1.000 ($P\text{-value} > 0.05$), indicating no significant relationship between knowledge of KODEKI and doctors' behavior in Personal Branding.* **Conclusion:** *The study concluded that there is no significant positive relationship between knowledge of KODEKI and doctors' behavior in Personal Branding.*

Reference : 32

Keywords : *Attitude, behaviour, Knowledge, KODEKI, Personal Branding*