velalo

CONTOH HASIL AUDIT INSTAGRAM & PERSONAL BRAND

@drg.contoh

drg. Nama Contoh

Dokter gigi umum · 5 ribu followers · Akun contoh

Keterangan	Detail
Klinik	Klinik Gigi Contoh (akun dan website klinik)
Tanggal audit	13 November 2026
Yang kami lihat	Profil publik. 42 postingan grid terbaru, 21 reels terbaru beserta jumlah views, dan caption dari 13 reels terbaru.
Yang belum kami cek	Pendapatan dan kapasitas klinik, Stories, DM, isi komentar secara mendalam, ulasan Google, dan iklan.

RINGKASAN

Intinya dalam satu halaman

Peluang terbesar

Anda sudah punya hal yang jarang dimiliki dokter lain: **nyaman di depan kamera, sudah dikenal banyak orang, dan sudah rutin bikin konten edukasi gigi setiap minggu** lewat talkshow radio mingguan.

Masalahnya bukan di usaha. Masalahnya, **belum ada satu hal yang membuat Anda paling diingat, dan belum ada jalan yang jelas dari menonton sampai booking.** Konten Anda tersebar di sepuluh topik gigi, olahraga, keluarga, dan acara, tapi belum ada yang memberi tahu penonton harus melakukan apa selanjutnya.

Jadi yang perlu dibenahi adalah fokus dan jalurnya. Bukan menambah jumlah konten.

BAGIAN 1

Gambaran akun saat ini

Ukuran	Angka
Followers	5.400
Following	2.400
Jumlah postingan	440
Views reels biasanya (median 21 reels terakhir)	± 2.500
Rentang views (tanpa outlier)	400 – 7.600
Outlier	Jutaan views (kolaborasi keluarga saat Lebaran, diposting akun lain) 11,6 ribu (GRWM persiapan bazar)
Likes biasanya di postingan sendiri	30 – 70
Link di bio	Website klinik (bukan link booking)
Highlight	Klinik · Komunitas · Liburan

Bio saat ini: Dokter Gigi Umum · #ngobrolsamadrg · @klinikgigicontoh · Mantan penyanyi panggung · Pengusaha perempuan · Anggota asosiasi pengusaha muda

BAGIAN 2

Isi feed Anda

42 postingan grid terakhir

Jenis konten	Jumlah	Catatan
Kolaborasi talkshow radio mingguan (rekaman live + carousel)	21	Bukti keahlian yang nyata, tapi kebanyakan berupa rekaman live panjang dan carousel teks dari pihak radio.
Kolaborasi akun klinik	2	Tim dan behind the scenes.
Keluarga, Lebaran, komunitas, kegiatan sosial	± 10	Hangat dan personal, belum terhubung ke gigi.
Olahraga, gaya hidup, acara	± 6	Menunjukkan kepribadian, belum terhubung ke gigi.
Reels edukasi gigi buatan sendiri	± 3	Nutrisi untuk gigi, clean eating, noda gigi, BBQ dan gigi.

Reels 4 bulan terakhir: olahraga (3), bekal Hari Ayah, kegiatan mengajar di sekolah, seri "pasangan dokter gigi", peringatan hari kesehatan, reels tim klinik, dan hanya **2–3 konten edukasi gigi** (scaling, scanner intraoral 3D, kolaborasi dengan kreator lokal).

Konten dengan performa terbaik (di luar kolaborasi keluarga)

Reels	Views	Kenapa berhasil
GRWM: persiapan booth klinik di bazar Ramadan	11,6 rb	Kepribadian Anda, tim, dan behind the scenes yang nyata.
Talkshow radio: "Pipi nyeri, hidung tersumbat… sinus atau gigi?"	7,6 rb	Masalah pasien yang jelas, ditambah rasa penasaran.
Talkshow radio: mouthguard untuk atlet	6,6 rb	Audiensnya spesifik.
Tim klinik: "Di depan memperhatikan, di dalam kepala karaokean"	6,2 rb	Humor dan kekompakan tim.
Persiapan acara pasar kreatif	4,4 rb	Energi dan suasana komunitas.

● **Polanya**

Kepribadian + momen nyata di klinik lebih menarik daripada edukasi saja. Reels edukasi satu topik buatan sendiri masih di kisaran 1–2,5 ribu views dengan 30–70 likes.

BAGIAN 3

Skor personal brand

#	Aspek	Penilaian	Temuan
1	**Dikenal karena satu hal**	Belum kuat	Dokter gigi umum + mantan penyanyi + pengusaha + organisasi + olahraga. Dari feed, orang belum bisa menyimpulkan Anda dokter gigi yang paling tepat untuk apa. Hashtag **#ngobrolsamadrg** adalah bibit positioning terbaik di akun ini, tapi belum dipakai di tempat lain.
2	**Tampil di kamera**	Kuat	Wajah dan suara Anda muncul di hampir semua reels, santai dan natural. Pengalaman di atas panggung terlihat. Ini bagian yang paling sulit bagi kebanyakan dokter, dan Anda sudah punya.
3	**Bukti keahlian**	Cukup	Talkshow radio mingguan adalah bukti otoritas yang serius. Ditambah gelar magister, belasan tahun praktik, dan klinik dengan tim. Tapi tampilnya sebagai rekaman radio panjang dengan **73 likes dan 0 komentar**. Belum ada hasil perawatan atau testimoni pasien di akun Anda.

#	Aspek	Penilaian	Temuan
4	**Sudut pandang**	Belum kuat	Edukasinya benar tapi masih netral ("scaling itu penting"). Belum ada sudut "ini yang jarang disampaikan dokter gigi", atau hal yang Anda tidak setujui.
5	**Tanda kepercayaan di komentar**	Belum dicek	Postingan sendiri mendapat 0–27 komentar. Dari caption yang kami lihat, komentarnya lebih banyak dari teman dan kolega daripada pertanyaan pasien. Perlu dipastikan dari 50 komentar terakhir.
6	**Jejak di luar Instagram**	Belum dicek	Ulasan Google Maps klinik dan hasil pencarian nama Anda belum kami cek.

BAGIAN 4

Jalur dari konten ke pasien

Kami cek dari belakang ke depan: apa yang ditawarkan, bagaimana orang booking, untuk siapa, baru kemudian dari mana penontonnya datang.

Tahap	Status	Temuan
Penawaran	Belum ada	Belum ada satu tindakan yang ditonjolkan. Dalam 6 bulan, topik yang dibahas: scaling, sinus, TMJ, gigi goyang, mempertahankan gigi asli, autisme dan anak, mouthguard, sikat gigi, nutrisi, scanner intraoral. Sepuluh topik berarti belum ada fokus.
Jalur booking	Belum ada	Link di bio mengarah ke website, bukan booking WhatsApp. Belum ada ajakan (CTA) di caption yang kami lihat. Belum ada highlight untuk perawatan, harga, testimoni, atau cara booking.
Untuk siapa	Belum jelas	Orang tua dengan anak? Atlet? Orang dewasa yang takut ke dokter gigi? Ibu hamil? Semuanya muncul.
Trafik	Cukup	Posting rutin, radio memberi jangkauan, dan akun klinik ikut memperkuat.

Satu hal yang perlu dipastikan dulu

Kapasitas klinik belum kami ketahui. Sebelum mendorong lebih banyak calon pasien, perlu dijawab: *"Kalau jumlah pasien baru naik dua kali lipat, apakah klinik sanggup melayaninya?"*

BAGIAN 5

Peluang terbesar

Anda sudah merekam konten, tapi belum dipotong

Setiap talkshow radio berisi 20–40 menit dokter gigi menjawab pertanyaan pasien sungguhan di depan kamera. Itu bisa jadi **5–10 reels pendek**: sudah direkam, sudah akurat, dan membawa nama radio sebagai bukti. Saat ini semuanya diposting sebagai satu klip live panjang yang mendapat 73 likes.

Aset kedua yang hampir tidak dimiliki dokter lain: **"Dari panggung musik ke kursi dokter gigi."** Ini cerita awal yang kuat. Sudah ada di bio, tapi belum pernah diceritakan.

BAGIAN 6

Rekomendasi (urut dari yang pertama)

1. Tentukan satu kalimat dan satu tindakan utama (minggu 1)

- **Draft positioning:** *"Dokter gigi teman ngobrol kamu — yang bikin ke dokter gigi nggak serem."* Dibangun dari hashtag Anda sendiri dan dari kepribadian Anda, yang terbukti paling disukai audiens.
- **Tindakan utama:** diputuskan bersama pemilik klinik, berdasarkan margin dan kapasitas. Kandidat yang sudah ada di konten Anda: scaling sebagai pintu masuk, dan scanner intraoral 3D ("cetak gigi tanpa mual") yang mengarah ke perawatan yang memakainya di klinik. **Jangan dipilih sebelum ada angka dari klinik.**

2. Jadikan profil sebagai halaman booking (minggu 1)

- **Baris 1:** kalimat positioning.
- **Baris 2:** bukti keahlian: *"Narasumber talkshow gigi di radio · Mantan penyanyi panggung"*.
- **Baris 3:** *"Booking di klinik 👇"* + **link booking WhatsApp** sebagai pengganti website.
- **Highlight:** Booking · Perawatan · Testimoni (hanya dengan izin tertulis) · Tentang Klinik · Lokasi. Pindahkan "Komunitas" dan "Liburan" ke urutan paling akhir.

3. Potong talkshow jadi klip pendek, dan jalankan satu seri mingguan (mulai minggu 2)

- Dari setiap episode talkshow: 5–10 klip berdurasi 30–60 detik, dengan **pertanyaan pasien sebagai teks pertama di layar**, diberi subtitle, dan ditutup dengan *"Mau dicek? Booking di klinik"*.
- Seri mingguan **"Teman Ngobrol"**: satu pertanyaan pasien dijawab langsung ke kamera di klinik.
- Sematkan (pin) 3 postingan: (1) cerita panggung → dokter gigi, (2) klip edukasi dengan performa terbaik, (3) "Cara booking di klinik".

Tetap pertahankan

Konten olahraga, keluarga, dan tim, sekitar 1 dari 4 postingan. Itu alasan orang menyukai Anda. Pastikan 3 lainnya mengarah ke klinik.

Hook yang bisa langsung dicoba

1. *"Pipi nyeri, hidung mampet… ternyata bukan sinus, tapi gigi."* Topik yang sudah terbukti, tinggal dipotong lebih pendek.
2. *"Takut cetak gigi karena mual? Sekarang nggak perlu lagi."*
3. *"Dulu saya nyanyi di atas panggung. Sekarang saya bikin orang berani ke dokter gigi."*

BAGIAN 7

Etika profesi: dipastikan sebelum konten tayang

Reputasi Anda jauh lebih penting daripada sekadar mengejar views. Kami berpedoman pada Permenkes 1787/2010, kode etik profesi, dan fatwa MKEK tentang penggunaan media sosial.

- **Privasi pasien dijaga.** Wajah, cerita, dan foto before/after pasien hanya dipakai dengan **izin tertulis**. Aturan tentang foto before/after untuk tindakan gigi juga perlu dicek dulu.
- **Tidak menjanjikan kesembuhan.** Tidak ada kalimat seperti "pasti sembuh" atau hasil yang dijamin.
- **Edukasi tidak dicampur dengan iklan.** Konten edukasi dan promosi klinik dipisahkan dengan jelas, sesuai prinsip "dokter bukan model iklan".

BAGIAN 8

Contoh pola dokter gigi yang bisa jadi acuan

Kami mempelajari akun-akun dokter gigi di Indonesia yang sudah punya ratusan ribu followers dan layanan yang jelas untuk ditawarkan. Berikut pola yang paling relevan untuk akun Anda.

Contoh dokter	Skala akun	Yang ditawarkan	Pelajaran untuk Anda
Dokter gigi A **Spesialis konservasi gigi**	Ratusan ribu followers	Perawatan saluran akar, tambalan estetik, veneer, bleaching.	**Paling mirip dengan Anda.** Rutin tampil di TV dan radio, lalu membawa edukasinya ke Instagram dengan gaya ramah. Tampil di media bisa diubah jadi audiens sendiri.
Dokter gigi B **Pemilik beberapa klinik**	Ratusan ribu followers	Klinik gigi sendiri di beberapa kota.	**Momen tindakan nyata** (scaling, tambal, cabut) yang memuaskan ditonton. Konten langsung memperlihatkan layanan klinik tanpa terasa seperti iklan.

Contoh dokter	Skala akun	Yang ditawarkan	Pelajaran untuk Anda
Dokter gigi C **Fokus estetik**	Ratusan ribu followers	Implan dan veneer.	**Satu tindakan utama yang konsisten.** Orang langsung tahu harus datang ke dia untuk apa.
Dokter gigi D **Kreator humor**	Lebih dari 100 ribu followers	Klinik gigi tempat praktiknya.	**Humor dan tren** yang diselipi edukasi ringan. Sejalan dengan pola terbaik di akun Anda: kepribadian lebih menarik daripada edukasi saja.
Dokter gigi E **Spesialis gigi anak**	Puluhan ribu followers	Perawatan gigi anak dan kelas edukasi untuk orang tua.	**Satu audiens yang jelas:** orang tua. Contoh jawaban untuk "untuk siapa" yang saat ini belum ada di akun Anda.

Nama akun sengaja tidak kami tampilkan. Pada audit Anda, bagian ini berisi akun dokter nyata yang paling relevan dengan bidang dan kota Anda.

Ini contoh laporan audit Velalo. Nama, akun, klinik, dan angka sudah disamarkan. Isi audit Anda disesuaikan dengan bidang, kondisi akun, dan layanan Anda.