

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Latar Belakang Perusahaan



Gambar 1.1

LOGO ALODOKTER

Sumber: Alodokter.com

Alodokter adalah perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi kesehatan digital yang menduduki peringkat nomor 1 di Indonesia, dengan lebih dari 18 juta pengguna aktif aplikasi Alodokter pada setiap bulannya. Hadirnya aplikasi *mobile* Alodokter di Indonesia sejak tahun 2014 telah mengubah poros bentuk layanan kesehatan Indonesia secara signifikan pada penyediaan informasi kesehatan yang mudah dimengerti, akurat, serta dapat di akses oleh banyak orang. Semua informasi yang ada pada Aplikasi *Mobile* Alodokter disusun oleh tim dokter dalam bahasa Indonesia.

Sebagai perusahaan dengan pertumbuhan yang dapat dikatakan tercepat se-Asia Tenggara, layanan medis Alodokter terintegrasi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat Indonesia, hal ini meliputi: konten kesehatan terkini, chat bersama dokter, reservasi untuk konsultasi dengan dokter atau mencari rumah sakit pilihan, serta platform yang dikhususkan untuk para dokter Indonesia guna meningkatkan kualitas layanan terbaik.

Segala layanan Aladokter tersedia dalam bentuk versi web dan *mobile app* dengan respon layanan yang cepat, dan dukungan dokter umum ataupun spesialis handal yang tersebar di seluruh Indonesia. Alodokter membantu masyarakat Indonesia untuk menentukan keputusan terbaik terkait kesehatan diri dan keluarga tercinta. (*Alodokter.com*)

1.1.2 Profile Perusahaan



Gambar 1.2

KANTOR ALODOKTER

Sumber: teknologi bisnis com

Nama Perusahaan : PT. SUMO TEKNOLOGI SOLUSI

Alamat Perusahaan : Gedung Tower Satrio. Lantai. Jakarta Selatan

Nomor Telepon : (021) 30000256

Website : <https://Alodokter.com>

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan:

Menjadi platform yang memberikan solusi dan dukungan kesehatan terlengkap kepada keluarga muda modern Indonesia

Misi Perusahaan:

Menyediakan konten kesehatan berkualitas mencakup info kesehatan, hidup sehat, dan keluarga agar masyarakat Indonesia lebih bijak mengambil keputusan terkait kesehatan mereka

1.1.4 Fitur Layanan Alodokter

Alodokter menawarkan layanan yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Berikut merupakan layanan-layanan yang dimiliki oleh Alodokter:

1. *Chat* dengan dokter

Pada layanan Alodokter disediakan dokter umum serta spesialis yang mampu memberikan bantuan bagi penggunaan agar dapat mendeteksi masalah kesehatan yang dialami

2. Reservasi jadwal pemeriksaan di fasilitas kesehatan secara *online*

Pengguna Alodokter dapat melakukan reservasi jadwal pemeriksaan di rumah sakit melalui Alodokter. Sehingga pengguna Alodokter tidak perlu mengantre

3. Menyediakan pencarian rumah sakit pilihan secara langsung

Ini adalah layanan yang dapat membantu pengguna Alodokter dalam menemukan penyedia layanan kesehatan

4. Fitur pendaftaran asuransi kesehatan

Alodokter menyediakan premi asuransi sebesar Rp. 95.000.

5. Fitur premium

Merupakan layanan yang diberikan oleh Alodokter bagi pengguna premium agar dapat berdiskusi dengan dokter senior yang sangat berpengalaman. (*Alodokter.com*)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sejak zaman pra sejarah hingga memasuki zaman modern, manusia memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu hal yang disebut komunikasi hal ini dibuktikan dengan banyaknya temuan arkeolog terkait kegiatan komunikasi melalui coretan batu pra sejarah atau *petroglyphs* di negara Iran, komunikasi sendiri adalah suatu proses penyampaian pesan, gagasan, dan informasi yang disampaikan secara verbal ataupun nonverbal dari seseorang ke orang lain atau kelompok. Menurut Riswandi (2009:1), istilah “komunikasi” (bahasa Inggris “communication”) berasal dari Bahasa Latin “communicatus” atau “communicatio” atau “communicare” yang mempunyai “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Menurut Webster New Collogiate Dictionary, komunikasi adalah proses

pertukaran pesan antara individu menggunakan sistem lambang-lambang, tanda-tanda ataupun tingkah

Dari definisi-definisi menurut para ahli tersebut, penulis, menarik kesimpulan bahwa komunikasi memiliki peran yang amat sangat penting di segala aspek kehidupan seperti pendidikan, bisnis dan kesehatan, dalam kesehatan komunikasi dapat terjalin antara dokter dan pasien. Komunikasi adalah suatu proses yang kompleks, apalagi jika berkomunikasi dengan pasien. Pasien adalah orang yang memerlukan bantuan terkait masalah kesehatan yang sedang dihadapi untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang dibutuhkan. Merujuk pada kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Pasien adalah individu yang sedang mengalami masalah maupun penurunan kesehatan, atau jelasnya individu yang dalam kondisi sakit. Kondisi sakit adalah perasaan tidak nyaman, seseorang akan dihadapkan pada kondisi yang sangat sulit dalam menghadapi pribadinya, keluarga, ataupun lingkungan sosialnya.

Tenaga kesehatan harus mampu mengerti, bahwa pasien berada di kondisi yang sedang tidak stabil, baik secara fisik, psikologis, ataupun keadaan sosial ekonomi. Sebab itu tenaga kesehatan harus dapat menjaga komunikasi dengan pasien secara verbal ataupun nonverbal, agar tidak berdampak pada psikologis pasien, jika tenaga kesehatan mengalami kendala ataupun kegagalan dalam berkomunikasi dengan pasien, maka pelayanan kesehatan yang diberikan tidak akan berjalan secara maksimal, dan kepuasan klien terkait pelayanan yang berkualitas tidak akan dapat terpenuhi.

Tenaga kesehatan baik dokter, perawat, maupun ahli gizi, adalah profesi yang selalu tersedia di tengah-tengah pasien, karena itu komunikasi yang dibangun antara tenaga kesehatan dengan pasien sangat menentukan proses perawatan dan kesembuhan. Dalam hal ini dokter dan perawat dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi secara terapeutik. Komunikasi yang dijalin antara dokter, perawat dengan pasiennya pada proses keperawatan ini disebut dengan komunikasi terapeutik.

Menurut Mahmud Machfoedz (2009:99) Komunikasi Terapeutik adalah pengalaman interaktif yang terjadi antara perawat dan pasien yang didapatkan secara bersama memanfaatkan komunikasi. Komunikasi di sini berperan untuk menyelesaikan masalah yang pasien hadapi, menurut Stuart dan Sundeen (1998:97) hubungan terapeutik adalah sebuah hubungan kerja sama. Hubungan ini dimulai dengan tukar menukar perilaku, perasaan, pikiran dan pengalaman antara dokter, perawat dan pasien untuk membangun hubungan intim yang terapeutik.

Menurut Purwanto (1994:18) Fungsi komunikasi terapeutik menitik beratkan pada kerja sama antara dokter atau perawat dan klien. Dokter atau perawat berusaha memahami dan mengkaji masalah serta mengevaluasi tindakan yang dikerjakan dalam perawatan Proses komunikasi yang baik dapat membentuk pengertian tingkah laku klien dan menolong klien dalam hal mengatasi masalah yang dihadapi pada jenjang perawatan. Sedangkan di tahap preventif, peran komunikasi terapeutik adalah membatasi atau mencegah adanya tindakan yang negative terhadap pertahanan diri klien

Kemudian menurut Arwani (2002:15) Komunikasi terapeutik juga diartikan sebagai komunikasi yang bertujuan untuk meningkat atau memunculkan rasa percaya diri seseorang pada penyampaian pesan yang pada akhirnya terbangun hubungan yang saling percaya Dalam membangun komunikasi dengan klien atau pasien, dokter atau perawat harus dapat memperhatikan dan menyiapkan teknik komunikasi yang dijalankan. Teknik komunikasi terapeutik menurut mundakir (2006:131) ada lima teknik antara lain mendengarkan, pertanyaan terbuka, mengulangi, memberikan informasi dan menyimpulkan.

Dari pemaparan komunikasi terapeutik menurut para ahli di atas, bisa dipahami bahwa komunikasi terapeutik adalah komunikasi yang dijalankan dokter atau perawat dengan teknik khusus yang bertujuan untuk memberikan efek penyembuhan. Komunikasi terapeutik juga merupakan salah satu cara untuk membangun hubungan saling percaya antara pasien dan dokter, sehingga diharapkan dengan komunikasi ini dapat memberikan dampak perubahan yang baik kepada pada pasien di tahap perawatan, dan pada akhirnya dokter atau perawat juga harus bertanggung jawab terhadap tugasnya yaitu memberi pelayanan kesehatan sebaik mungkin kepada pasien, agar kesehatan pasien dapat terpenuhi kembali.

Seiring dengan perkembangan era teknologi digital, kegiatan komunikasi terapeutik yang dahulu hanya dapat dilakukan secara tatap muka. pada era teknologi digital ini komunikasi terapeutik dapat dilakukan dalam bentuk aplikasi *mobile*. Dibuktikan dengan hadirnya beberapa aplikasi konsultasi kesehatan di Indonesia seperti Halodokter, Alodokter, GoDok, KlikSehat dan YesDok.

Menurut Buyens (2001:23) aplikasi *mobile* berasal dari kata *application* dan *mobile*. *Application* yang memiliki arti pemanfaatan, lamaran, atau penggunaan. Secara istilah aplikasi merupakan program siap pakai yang diatur untuk menjalankan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain, serta dapat digunakan oleh sasaran yang diinginkan sedangkan *mobile* dapat di terjemahkan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Kata *mobile* memiliki arti bergerak atau berpindah, pada akhirnya aplikasi *mobile* menurut Rangsang Purnama (2010:19) ialah sebutan untuk aplikasi yang berjalan atau aktif di *mobile device*. Dengan memanfaatkan aplikasi *mobile*, seseorang bisa dengan mudah menjalankan bermacam-macam aktivitas seperti hiburan, berjualan, belajar, dan konsultasi. Salah satu aplikasi *mobile* di Indonesia yang memanfaatkan komunikasi terapeutik adalah aplikasi *mobile* Alodokter.

Alodokter adalah aplikasi *mobile* konsultasi dan penyedia informasi terkait dengan bidang kesehatan, Alodokter didirikan pada tahun 2014. Alodokter dapat diunduh pada *mobile device* yang menggunakan sistem operasi Android ataupun IOS Alodokter selalu siap siaga melayani tiap pertanyaan yang masuk serta menjawab dengan cepat dan tanggap. Ini dilakukan sebagai bentuk komitmen Alodokter untuk melayani kebutuhan informasi kesehatan masyarakat Indonesia dengan baik dan cepat. Sejak pertama didirikan Alodokter terus mengalami peningkatan kunjungan, dibuktikan dengan naiknya jumlah pengunduh aplikasi tersebut, yang mana pada tahun 2019 aplikasi Alodokter telah diunduh sebanyak 1 juta orang di Indonesia, dan pada Oktober 2020 Aplikasi ini tercatat telah diunduh oleh 5 juta masyarakat Indonesia.

Tabel 1.1

Data Jumlah Pengunduh Aplikasi Mobile Alodokter

Tahun	Jumlah Pengunduh
2020	5 Juta
2019	1 Juta

Sumber: Playstore 2020

Kemudian untuk berinteraksi dan sekaligus menjaga hubungan dengan para pengguna aplikasi tersebut, Alodokter memanfaatkan peran media sosial. Menurut B.K. Lewis (2010) media sosial adalah nama bagi teknologi digital yang memberikan kesempatan bagi tiap individu atau organisasi untuk dapat berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan. Sosial media yang aktif yang digunakan oleh Alodokter adalah Instagram dan Youtube, Instagram merupakan bentuk dari salah satu media sosial, yang bisa digunakan sebagai media komunikasi 2 arah bagi perusahaan untuk menjaga dan membangun hubungan yang baik dengan para pelanggan maupun calon pelanggan. Instagram memiliki fitur *likes*, *comment* dan jumlah *followers* yang dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak *traffic* pelanggan yang terlibat pada Interaksi di sosial media Instagram

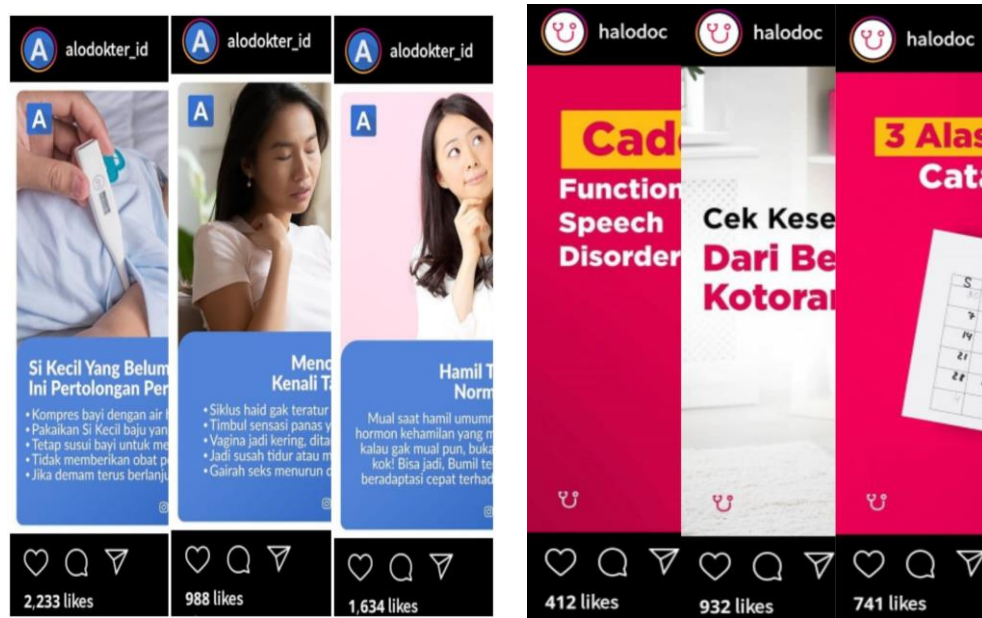


Gambar 1.3

Perbandingan Jumlah Followers Instagram

Sumber: Olahan Data Peneliti 2020

Dapat dilihat dari data Gambar 1.3 di atas aplikasi Alodokter memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak dibandingkan kompetitor besar Halodoc.



Gambar 1.4

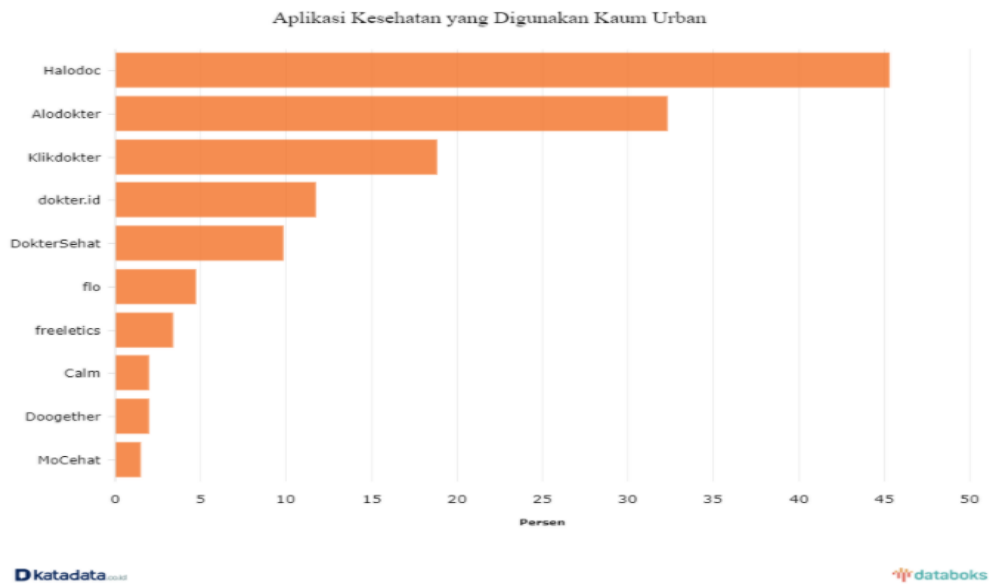
Jumlah Perbandingan *Likes* Alodokter dan Halodoc

Sumber: Olahan Data Peneliti 2020

Selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 1.4 di atas, berdasarkan jumlah likes yang diperoleh pada konten yang diunggah oleh ke 2 perusahaan di tanggal yang sama (20, 18, 15 Oktober 2020) Alodokter memiliki jumlah *Likes content* yang lebih banyak dibandingkan pada *content* yang ditampilkan Halodoc.

Dalam pemanfaatan media sosial Instagram, Alodokter dapat dikatakan terbilang baik dibandingkan dengan kompetitornya seperti Halodoc. Berdasarkan bukti pada gambar 1.3 di atas dan table 1.1 di atas Jumlah *followers* Instagram serta *likes* yang didapat Alodokter lebih sehingga dapat disimpulkan bahwa Alodokter memiliki *traffic social media* yang lebih baik dibandingkan Halodoc.

Namun walaupun dilihat dari bukti tabel 1.1. terkait jumlah interaksi masyarakat terhadap aplikasi Alodokter terus meningkat, yang mana hal ini dapat dilihat dalam bentuk jumlah pengunduh aplikasi, serta dari bukti gambar 1.3 dan 1.4 mengenai *traffic social media* yang lebih baik dari pada aplikasi Halodoc. Tetapi pada kenyataannya di lansir dari hasil riset yang dikeluarkan oleh katadata pada tahun 2020 (Gambar 1.5) menunjukkan bahwa Aplikasi Halodoc menjadi aplikasi kesehatan nomor 1 yang lebih banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia terutama yang tinggal di perkotaan atau yang disebut kaum urban.



Gambar 1.5

Aplikasi kesehatan yang banyak digunakan masyarakat

Sumber: katadata.com 2020

Oleh karenanya walaupun Alodokter dapat dikatakan berhasil dalam membangun interaksi atau komunikasi dua arah (*engagement*) yang interaktif dengan *customer* melalui pengelolaan media sosial, dibandingkan dengan kompetitornya yakni Halodokter. Namun sebagai aplikasi yang menawarkan jasa konsultasi kesehatan secara *online*, Alodokter juga harus memperhatikan bagaimana jalannya interaksi digital dengan *customer* khususnya melalui komunikasi terapeutik yang diterapkan pada aplikasi tersebut.

Berdasarkan bukti dan fenomena yang telah penulis paparkan di atas. Penulis tertarik untuk meneliti dari sisi komunikasi terapeutik terhadap *customer engagement*. Menurut Hollebeek, et al (2011) mendefinisikan *customer engagement* sebagai keadaan psikologis individu yang terjadi berdasarkan pengalamannya yang interaktif dengan perusahaan atau objek fokus terhadap (merek).

Dapat dikatakan bahwa *customer engagement* adalah sebuah proses bentuk hubungan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggannya dan memiliki rasa kepemilikan pelanggan melalui suatu interaksi atau komunikasi yang dirasakan pelanggan terhadap jasa atau produk yang ditawarkan.

Adapun yang membentuk *customer engagement* diantaranya menurut son dan king (2012:5) adalah *attention, enthusiasm, interaction, identification*, serta *absorption*. Meningkatkan *customer engagement* dapat dilakukan melalui pemanfaatan dari bentuk interaksi pada sisi komunikasi, khususnya pada penelitian ini adalah komunikasi terapeutik.

Peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi terapeutik, karena sebagaimana yang kita ketahui, komunikasi terapeutik memiliki keunikannya tersendiri, komunikasi terapeutik digunakan oleh tenaga kesehatan terutama dokter dan perawat untuk membantu pasien dalam proses penyembuhan, atau dapat dikatakan komunikasi terapeutik adalah alat bantu dokter dan perawat dalam menghadapi pasien. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Prof Deddy Mulyana dalam suatu artikel yang dimuat pada halaman *Prof Deddy Mulyana: Komunikasi Sangat Penting Bagi Kesehatan - UIN Alauddin Makassar (uin-alauddin.ac.id)* (diakses pada 26 Desember 2020) menjelaskan bahwa orang yang tidak sembuh walaupun sudah menjalankan pengobatan di rumah sakit, salah satunya disebabkan oleh dokter yang kurang ramah dalam berkomunikasi dengan pasien. Dari salah satu keunikan inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap peran komunikasi dalam dunia kesehatan, khususnya komunikasi terapeutik.

Kemudian sejak bulan Maret 2020 lalu, Indonesia dan seluruh dunia dihadapkan dengan pandemi virus corona, yang menyebabkan perubahan di segala aktivitas manusia, dahulu sebelum adanya pandemi ini, segala kegiatan dilaksanakan secara tatap muka, namun sekarang akibat virus covid-19 kegiatan tatap muka harus dilakukan secara *online*, termaksud pelayanan konsultasi kesehatan. Di tengah pandemi ini pelayanan konsultasi kesehatan, melalui aplikasi digital seperti Alodokter, Halodoc dan aplikasi kesehatan lainnya makin diminati oleh masyarakat, karena dinilai dapat meminimalisir tingkat penyebaran virus, dari fenomena ini peneliti tertarik untuk meneliti apakah komunikasi terapeutik yang dilakukan secara digital dapat berlangsung secara efektif, untuk membantu proses penyembuhan pasien. Karena komunikasi terapeutik yang dilakukan secara digital apabila terjadi *noise* dikhawatirkan akan menyebabkan *miss communication* atau salah dalam pemaknaan pesan, yang apabila terjadi dapat memberikan dampak buruk dalam pelayanan kesehatan.

Selain itu peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi terapeutik melalui aplikasi *mobile* Alodokter, karena peneliti ingin mengetahui apakah komunikasi terapeutik yang dilakukan melalui *new media* atau aplikasi *online* dapat berjalan secara efektif, dalam artian salah satunya dapat memberikan rasa nyaman serta rasa puas pada pasien saat berkonsultasi. Karena berdasarkan pengalaman peneliti, ketika berkonsultasi dengan beberapa dokter secara tatap muka, peneliti kurang mendapatkan rasa nyaman saat berkonsultasi dan peneliti kurang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh dokter, baik karena dokter yang kurang ramah kepada pasien, dokter yang kurang informatif atau dokter tidak mengobservasi keluhan pasien secara mendalam. Maka dari itu diharapkan dengan penelitian ini, dapat memberikan pandangan kepada pembaca terkait, apakah pelayanan komunikasi terapeutik atau konsultasi kesehatan *online* khususnya melalui aplikasi *mobile* Alodokter, dapat berjalan secara efektif dalam artian memberikan rasa nyaman kepada pasien, yang mana merupakan tujuan dari komunikasi terapeutik yang seharusnya dicapai pada pelayanan kesehatan.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah komunikasi terapeutik memiliki efektivitas dalam meningkatkan *customer engagement* serta seberapa besar efektivitas komunikasi terapeutik terhadap *customer engagement* pada Alodokter.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah Efektivitas Komunikasi Terapeutik terhadap *Customer Engagement* aplikasi Alodokter
2. Seberapa besar efektivitas Komunikasi Terapeutik terhadap *Customer Engagement* aplikasi Alodokter

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah efektivitas komunikasi terapeutik terhadap *Customer Engagement* aplikasi Alodokter
2. Untuk mengetahui seberapa besar efektivitas komunikasi terapeutik terhadap *Customer Engagement* aplikasi Alodokter

1.3 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi penelitian selanjutnya yang memiliki bidang kajian serupa di bidang Digital Public Relations Kegunaan Praktis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran dan memberikan pengetahuan mengenai efektivitas komunikasi terutama komunikasi terapeutik melalui aplikasi mobile konsultasi dan informasi kesehatan terhadap *customer engagement*.

1.4 Waktu dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian dimulai pada bulan September 2020 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.4
Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	Waktu				
		Nov 2020	Des 2020	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2021
1	Pengumpulan data sekunder berupa informasi dan observasi					
2	Penyiapan penyusunan proposal <i>Desk Evaluation</i>					
3	Pengumpulan data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner					
4	Penyusunan hasil dan pembahasan					
5	Penyelesaian data meliputi kesimpulan dan saran					

Sumber: Olahan Data Peneliti 2020

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai hal-hal yang diuraikan dalam penulisan penelitian, sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori dan literature terkait dengan topik dan variabel penelitian yaitu komunikasi terapeutik dan *customer engagement*. Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian hasil penelitian dan analisis mengenai efektivitas komunikasi terapeutik terhadap *customer engagement* aplikasi Alodokter.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi uraian simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan.