

**PERSEPSI PENGGUNA APLIKASI HALODOC TERHADAP
KEMUDAHAN BERKOMUNIKASI ANTARA
PASIEN DAN DOKTER**

SKRIPSI

Oleh

Feby Permatasari

1616031047



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PERSEPSI PENGGUNA APLIKASI HALODOC TERHADAP KEMUDAHAN BERKOMUNIKASI ANTARA PASIEN DAN DOKTER

Oleh

Feby Permatasari

Mode komunikasi yang kita jalani telah diperantarai internet dan telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, *computer-mediated communication* (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. Penerapan *E-health* menyediakan layanan kesehatan online dalam sebuah aplikasi bernama Halodoc. Halodoc memberikan kemudahan penggunaannya untuk berkonsultasi terkait permasalahan medis dengan dibantu dokter-dokter yang kompeten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap kemudahan berkomunikasi menggunakan aplikasi Halodoc antara dokter dan pasien. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dalam berkomunikasi pada aplikasi halodoc, pasien dapat menjelaskan dengan terbuka kepada dokter mengenai masalah kesehatan karena dokter yang ramah dan cepat tanggap sehingga pasien sangat merasa terbantu dengan cara penyampaian dokter serta interaksi berjalan lancar karena tidak ada kesulitan dalam menjawab pertanyaan dari pasien. Untuk dokter tetap menanamkan komunikasi yang sudah dijalankan dengan baik dalam melakukan komunikasi dengan pasien, lalu bisa memaparkan istilah kedokteran lebih rinci agar pasien bisa lebih paham dengan pesan yang diberikan oleh dokter.

Kata kunci: *Computer Mediated Communication*, *E-health*, Halodoc, Persepsi Pengguna.

ABSTRACT

HALODOC USERS' PERCEPTION OF EASE OF COMMUNICATION BETWEEN PATIENTS AND DOCTORS

By

Feby Permatasari

The current mode of communication that we use is now mediated by the internet and has rapidly developed into what is known as computer-mediated communication (CMC). CMC is seen as an integration between computer technology and our daily lives, one of which is E-health. In practice, E-health provides online health services in an application, for example an application called Halodoc which makes it easy for its users to consult regarding their medical problems with the assistance of competent doctors. In regard with the explanation above, this study aims to determine the perceptions of Halodoc's users regarding the ease of communication between them as the patients and the doctors using the application. The method used in this research is descriptive research with a qualitative approach. The results of this study indicate that satisfaction in communicating with the Halodoc application is that users/patients can explain openly to doctors about their health problems because doctors are friendly and responsive so users/patients feel very helpful. In addition, the way doctors deliver and the interaction between them also runs smoothly because of the convenience in answering questions from these users/patients. On the other hand, in communicating with patients, doctors maintain good communication and can explain medical terms in more detail through the messages they convey so that users/patients understand better.

Keywords: Computer Mediated Communication, E-health, Halodoc, User Perception.

**PERSEPSI PENGGUNA APLIKASI HALODOC TERHADAP
KEMUDAHAN BERKOMUNIKASI ANTARA
PASIEN DAN DOKTER**

Oleh

Febby Permatasari

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PERSEPSI PENGGUNA APLIKASI HALODOC
TERHADAP KEMUDAHAN BERKOMUNIKASI
ANTARA PASIEN DAN DOKTER**

Nama Mahasiswa : **Feby Permatasari**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1616031047

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

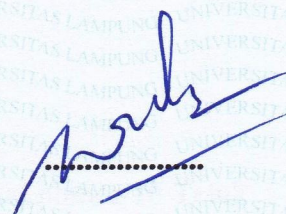
Wulan Sueiska, S.I.Kom., M.Si
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

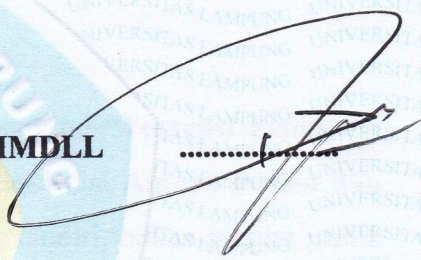
Ketua

: Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si



Penguji Utama

: Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 6 April 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feby Permatasari
NPM : 1616031047
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Dr. Ciptomangunkusumo gang Bonsai nomor 10 Teluk
Betung Bandar Lampung
No. Handphone : 089643059816

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Persepsi Pengguna Aplikasi Halodoc Terhadap Kemudahan Berkomunikasi Antara Pasien dan Dokter”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 6 April 2023
Yang membuat pernyataan,



Feby Permatasari
NPM 1616031047

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Feby Permatasari. Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 23 Februari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Erwan dan Roziah. Penulis menempuh pendidikan formal Sekolah Dasar di SDS Taman Siswa pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 25 Bandar Lampung pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Lalu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 4 Bandar Lampung pada tahun 2013 dan lulus tahun 2016. Selama menjadi mahasiswa, penulis tergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi tahun 2016-2018. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sidokayo, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara pada Januari-Februari 2019. Selain itu juga penulis mendapatkan pengalaman berharga karena sempat bergabung dengan Divisi Ekonomi Kreatif di Dinas Pariwisata Provinsi Lampung pada bulan November-Desember 2020.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (QS
Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim.

Puji dan syukur kepada Allah SWT.

Penulis persembahkan hasil karya sederhana yang penulis buat dengan penuh perjuangan sebagai lambang cinta, tanda bakti dan bentuk terima kasih kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta

Erwan dan Roziah

SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Pengguna Aplikasi Halodoc terhadap Kemudahan Berkomunikasi antara Pasien dan Dokter”**, sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya penulis berhasil menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi penulis, terima kasih atas kesediaan, kesabaran, kebaikan, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan kritik serta ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis dan mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos.,M.A selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos.,MComn&MediaSt selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan dan nasehat yang diberikan dari awal sampai seminar proposal skripsi. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada ibu.
6. Ibu Andi Windah, S.I.Kom.,MComn&MediaSt selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih telah memberikan nasehat, masukan dan dukungan yang membangun, semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
7. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos.,IMDLL selaku Dosen Pembahas Skripsi yang selalu bersedia memberikan saran yang membangun kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada bapak.
8. Bapak Drs. Sarwoko, M.Si selaku Dosen Pembahas Skripsi. Terima kasih atas segala saran dan nasehat yang diberikan dari awal sampai seminar proposal skripsi. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
9. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
10. Kedua orang tuaku Erwan dan Roziah yang tiada hentinya memberikan semangat dan motivasi kepadaku selama penyusunan skripsi ini.
11. Mbaku Pupu terima kasih telah memberikan bantuan dan motivasi kepadaku untuk segera meraih gelar sarjana.
12. Sahabat-sahabatku pia, febrina, nesi dan canci yang menemaniku dari awal pembuatan skripsi hingga selesai.
13. Yudha Antoni yang selalu siap sedia menemani dalam keadaan suka maupun duka dan mendukung serta berpartisipasi dalam perjalanan perkuliahanku.
14. Syalma sahabatku sedari sd yang selalu ada tiap dimintai bantuan.

15. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016.
16. Almamater tercinta, Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala pembelajaran berharga di bangku perkuliahan yang telah membuat penulis menjadi orang yang lebih baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan ilmu bagi banyak orang. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandar Lampung, 20 Maret 2023
Penulis,

Feby Permatasari

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pikir	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Komunikasi.....	18
2.3 Computer-Mediated Communication	18
2.3.1 Pengertian Computer-Mediated Communication.....	18
2.3.2 Ciri-ciri Computer-Mediated Communication	19
2.3.3 Karakteristik Computer-Mediated Communication	19
2.3.4 Tipe Computer-Mediated Communication.....	21
2.3.5 Model Kompetensi Computer-Mediated Communication	21
2.3.6 Aspek-aspek Komunikasi dalam CMC	24
2.3.7 Aspek Penting dalam CMC	26
2.3.8 Dampak Computer-Mediated Communication	27
2.4 Komunikasi Dokter dengan Pasien.....	29
2.5 Aplikasi Layanan Kesehatan Online	31

2.6 Dokter	31
2.7 Pasien	34
2.8 Halodoc	35
2.9 Persepsi	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	42
3.2 Fokus Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	43
3.4 Informan	43
3.5 Sumber Data	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.8 Keabsahan Data	45

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	47
4.2 Hasil Wawancara	49
4.3 Hasil Observasi	65
4.4 Dokumentasi	66
4.5 Pembahasan	67

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
4.2.1 Hasil Wawancara pada Pasien terkait Kepuasan Komunikasi	49
4.2.2 Hasil Wawancara pada Dokter dan Pasien terkait Interaktivitas.....	53
4.2.3 Hasil Wawancara pada Dokter dan Pasien terkait Kemampuan Beradaptasi	57
4.2.4 Hasil Wawancara pada Dokter dan Pasien terkait Efisiensi Media	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Nextren Aplikasi dan Situs Kesehatan Top of Mind	4
Gambar 2 Logo Halodoc	5
Gambar 3 Dampak Pandemi ke Layanan Halodoc.....	6
Gambar 4 Berita Rumah Sakit Kerepotan Berburu Obat	8
Gambar 5 Obat Covid-19 di Apotek Habis	8
Gambar 6 Janji Temu dengan Dokter di Aplikasi Halodoc	66
Gambar 7 Chat Pasien dan Dokter di Aplikasi Halodoc	67

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital sekarang perkembangan teknologi sangatlah cepat. Hal ini tentunya menunjang mobilitas serta mempermudah segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi ini membantu menghubungkan orang-orang yang jaraknya jauh menjadi dekat dan yang dekat menjadi semakin dekat, seperti pada zaman dahulu dalam berkomunikasi dengan orang lain hanya dapat menggunakan surat menyurat, namun sekarang dipermudah dengan adanya internet.

Dengan internet ini proses komunikasi dapat terjadi dengan efisien. Orang-orang umumnya dapat menggunakan fitur *video call* pada perangkat pintar mereka karena tidak dikenakan biaya apapun sehingga mereka dapat berlama-lama untuk berkomunikasi.

Proses komunikasi haruslah memiliki 5 unsur. Kelima unsur ini meliputi sumber pesan (*source*), pesan (*message*), sarana (*channel*), penerima pesan (*receiver*) dan juga efek (*effect*). Agar komunikasi tepat sasaran tentunya komunikator harus dapat menentukan sarana komunikasi yang tepat dengan karakteristik pesan, karakteristik audiens serta keadaan. Oleh karena internet mempermudah segala kegiatan manusia termasuk dalam berkomunikasi, maka banyak orang yang kemudian melakukan *computer mediated communication* (CMC).

Computer-mediated communication (CMC) merupakan proses komunikasi yang melibatkan media komputer sebagai *channel* yang digunakan. Model komunikasi ini berkembang secara cepat dan dapat diterima masyarakat dengan mudah, khususnya generasi muda saat ini.

Adanya CMC menjadikan komunikasi mengalami perkembangan besar. Sebelumnya, beberapa masa dilalui dengan berbagai media komunikasi yang terus dikembangkan. Diawali dengan surat-menyurat, penggunaan telegraf, telepon, handphone, hingga pada abad ke-19 muncul media baru bernama internet.

“Internet sebagai sebuah bentuk *computer-mediated communication* (CMC), ini berarti memiliki pengertian bahwa proses komunikasi yang dilakukan menggunakan komputer, melibatkan manusia, terjadi pada konteks tertentu dimana didalamnya melibatkan proses pembentukan media untuk berbagai tujuan.” (Tomic dalam Astuti, 2011: 217).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebut bahwa terdapat sebanyak 196,7 juta atau 73,7 % dari populasi warga Indonesia sudah menjadi pengguna akses internet pada kuartal II/2020 (sumber apjii.or.id).

Internet menyajikan berbagai kemudahan hal-hal yang dibutuhkan masyarakat, mulai dari kemudahan mendapatkan informasi, hingga kemudahan dalam melakukan komunikasi jarak jauh pada satu *platform* secara cepat sehingga setiap orang memanfaatkannya dalam melakukan aktifitas komunikasi. Internet juga dapat menghubungkan manusia yang letaknya di suatu kawasan dengan manusia di kawasan lain. Hal ini dapat menunjang komunikasi antar pribadi manusia yang satu dengan yang lain yang letaknya berjauhan. Tidak hanya untuk berkomunikasi, internet merambah pada kegiatan politik, bisnis, pendidikan dan kesehatan.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa internet membantu manusia dalam berkomunikasi jarak jauh. Hal ini dimanfaatkan berbagai pihak tidak hanya untuk berkomunikasi saja. Kemudahan dalam berkomunikasi berkat adanya

internet dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk memberikan layanan optimal mereka.

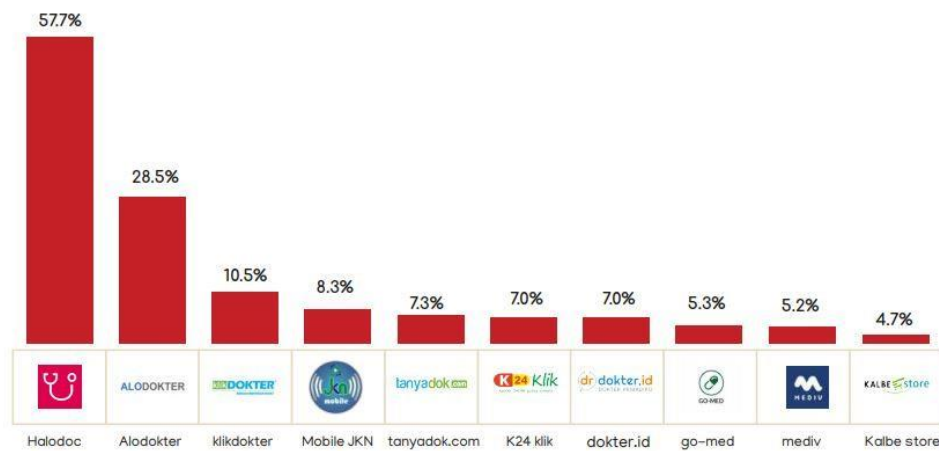
Salah satu perkembangan teknologi sistem informasi di bidang kesehatan melalui internet adalah *E-health*. *E-health* didefinisikan oleh WHO sebagai teknologi informasi dan komunikasi yang berbiaya efektif dan aman dalam mendukung hal-hal yang berkaitan dengan bidang kesehatan seperti pelayanan kesehatan, pengawasan kesehatan, referensi tentang hal-hal kesehatan, pendidikan tentang kesehatan untuk pengetahuan dan penelitian (Blaya, Fraser & Holt, 2010).

Teknologi komunikasi sangat berpengaruh besar pada aspek pelayanan kesehatan. Kebutuhan layanan kesehatan yang cepat dan efektif menjadi tuntutan masyarakat saat ini. Hal tersebut telah membuat dunia kesehatan di Indonesia terus mengembangkan kualitas pelayanan kesehatan terbaik dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Penerapan teknologi *e-health* seperti sistem informasi manajemen rumah sakit (*health information system*), sistem rekam medis elektronik (*electronic medical record system*), pengobatan *telemedicine* berbasis internet (*internet-based telemedicine*), dan *m-health* adalah sarana penting dalam memperbaiki kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan, meningkatkan keselamatan pasien dan menurunkan biaya pelayanan kesehatan (Zayyad and Toycon 2018).

Aplikasi yang menyediakan layanan kesehatan *online* adalah Halodoc. Halodoc menyediakan pelayanan konsultasi kesehatan secara *online* seperti konsultasi dokter, informasi mengenai obat-obatan, artikel-artikel terkait kesehatan dan penyakit, layanan cari rumah sakit, layanan cari dokter spesialis untuk janji konsultasi. "Situs *telemedicine* dari Halodoc hadir dengan tujuan mengatasi kekurangan seperti ini, yang membuat layanan kesehatan sulit dijangkau baik warga perkotaan maupun perdesaan" (Jonatan Sudartha 2016).

Diluncurkan pertama kali di Jakarta pada 21 April 2016, aplikasi Halodoc ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan akses terhadap layanan kesehatan secara lebih mudah. Untuk memanfaatkan layanan tersebut, pengguna hanya perlu meng-install aplikasi Halodoc ini di smartphone miliknya.



Gambar 23. Aplikasi atau situs kesehatan yang menjadi *top-of-mind* responden [n=600]

Gambar 1: Nextren. 2019. Data Nextren terkait Aplikasi dan Situs Kesehatan yang Menjadi Top Of Mind. Diunggah 30 Oktober 2019. Diunduh 8 Desember 2021.

Berikut merupakan data aplikasi atau situs kesehatan yang menjadi *top of mind* orang – orang yang sedang mencari informasi kesehatan. Data tersebut berhasil peneliti peroleh dari Nextren. Dapat dilihat pada diagram aplikasi atau situs yang paling populer ketika orang – orang sedang mencari informasi kesehatan adalah Halodoc dengan 57,7% dari jumlah keseluruhan responden.



Gambar 2: Logo Halodoc

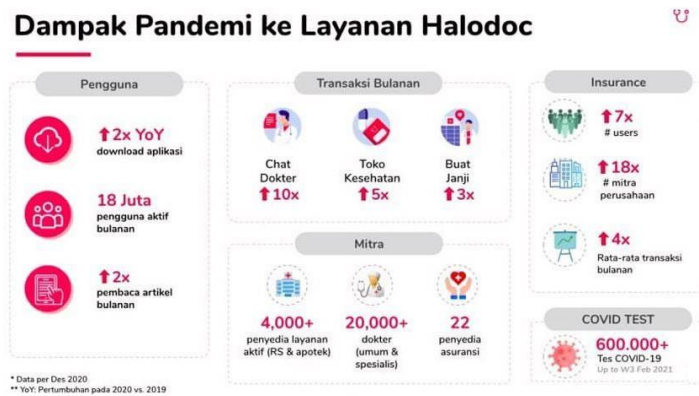
Halodoc adalah sebuah produk aplikasi dan *website* dari Indonesia yang menawarkan produk pelayanan di bidang kesehatan. Halodoc merupakan sebuah produk dari perusahaan induk PT Media Investama, perusahaan penyedia aplikasi Halodoc ini didirikan pada tahun 2016 oleh seseorang bernama Jonathan Sudhartadi Jakarta.

Komunikasi yang efektif antara dokter dan pasien sangatlah diperlukan untuk memperoleh hasil yang optimal, berupa masalah kesehatan yang dapat diselesaikan dan kesembuhan pasien (Rusmana, 2009; Hardjodisastro, 2010). Dengan terbangunnya komunikasi yang efektif, pasien akan memberikan keterangan yang benar dan lengkap sehingga dapat membantu dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien secara baik dan memberi obat yang tepat bagi pasien.

Pelayanan kesehatan, salah satu hal yang sangat penting adalah memiliki keterampilan komunikasi yang baik karena kemampuan komunikasi dokter kepada pasiennya memiliki hubungan signifikan dalam upaya kesembuhan pasien. Penelitian ini akan membahas terkait analisis *computer-mediated communication* yang dilakukan dokter dengan pasien pada aplikasi Halodoc.

Inovasi dibidang teknologi informasi membantu manusia dalam setiap lini kehidupannya. Termasuk dalam hal berkomunikasi. Kecanggihan teknologi dapat menghubungkan dua orang yang berjauhan jaraknya untuk saling berbincang.

Halodoc merupakan hasil cipta karsa yang brilian karena menggabungkan kecanggihan teknologi dengan dunia medis. Halodoc berhasil membantu banyak orang yang membutuhkan informasi dan kemudahan dalam mencari obat serta alat kesehatan lainnya. Penelitian ini berfokus kepada persepsi pengguna aplikasi Halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter.



Gambar 3: Dampak Pandemi ke Layanan Halodoc

Kompas. 2019. Dampak Pandemi ke Layanan Halodoc. Diunggah 30 Oktober 2019. Diunduh 8 Desember 2021.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa fitur chat dokter menjadi fitur yang paling banyak diakses di Halodoc dan juga mengalami peningkatan jumlah penggunaanya selama tahun 2019 – 2020. Data tersebut peneliti peroleh dari canggh.com. Hal ini menunjukkan pada Halodoc terdapat komunikasi termediasi komputer yang sangat membantu pasien dalam memperoleh informasi seputar kesehatan.

Layanan kesehatan yang paling banyak diakses yaitu:

1. Chat Dokter
2. Toko Kesehatan
3. Tes COVID-19
4. Buat Janji RS
5. Kesehatan Jiwa

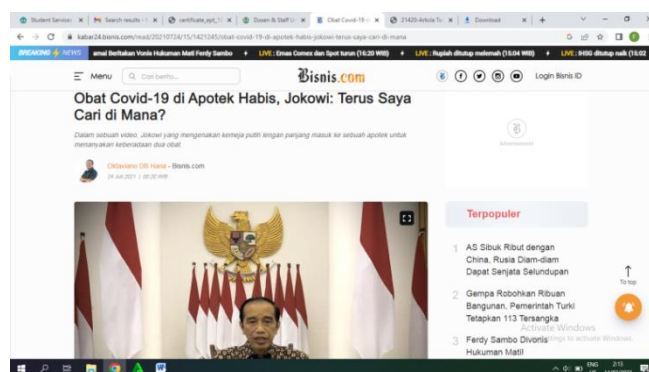
Halodoc menghadirkan banyak dokter yang sangat kompeten. Mereka juga terampil dalam menyarankan obat yang tepat dalam penyembuhan pasien. Di era pandemi seperti sekarang ini sangat membantu tentunya. Belakangan ini sempat menyebar wabah COVID-19 yang penularannya sangat cepat dan massif. Wabah ini menyebar ke seluruh bagian Indonesia termasuk ke Bandar Lampung. Bandar Lampung menjadi salah satu daerah dengan pasien COVID-19 terbanyak di Indonesia. Berdasarkan informasi dari kantor berita Antara per tanggal 2 Juni 2022 tercatat ada 118 pasien dirawat karena COVID-19, 74,471 pasien terkonfirmasi positif COVID-19 dan 4.185 pasien COVID-19 yang meninggal. Sejak COVID-19 mewabah awal 2020 silam banyak orang yang membutuhkan obat kesulitan dalam memperolehnya. Hal ini tak lain dan tak bukan karena memang permintaan pasar terhadap obat sangat membludak. Orang yang awal mula sehat wal afiat dengan adanya wabah corona menjadi sakit, sulit bernafas, anosmia, lemas, bahkan ada yang meninggal. Maka untuk mencegahnya banyak orang yang men-stock obat – obatan di rumah supaya ketika terkena gejala covid sudah tidak perlu mencari kemana – mana lagi.



Gambar 4: Berita Obat Habis

Korantempo. 2021. Ketika Rumah Sakit Kerepotan Berburu Obat. Diunggah 10 Juli 2021. Diunduh 8 Desember 2021.

Hal ini tidak hanya terjadi di ibukota saja tetapi juga di kota kecil termasuk di Bandar Lampung. Hal ini menjadi permasalahan serius sampai rumah sakit kewalahan menangani bludaknya jumlah pasien COVID-19 di Bandar Lampung. Hal ini disebabkan karena ketika orang terjangkit corona ia tidak bisa melakukan penanganan pertama karena mencari obat kemanapun namun tidak ditemukan. Sampai akhir 2021 kota Bandar Lampung menjadi zona hitam karena banyaknya kasus Covid yang tak terselesaikan.



Gambar 5: Obat Covid-19 di Apotek Habis

Bisnis.com. 2021. Obat Covid-19 di Apotek Habis, Jokowi: Terus Saya Cari di Mana?. Diunggah 24 Juli 2021. Diunduh 8 Desember 2021.

Dengan adanya sarana konsultasi obat dan pemesanan obat dari rumah paling tidak bisa sangat membantu orang dalam menangani permasalahan kesehatannya. Kehadiran Halodoc di Indonesia ditengah badai COVID ini tentu sangat membantu permasalahan nasional asal pemerintah memberikan edukasi kepada penduduknya untuk menggunakan Halodoc supaya penduduk Indonesia yang sakit tidak lagi kesulitan dalam mendapatkan layanan kesehatan.

Kehadiran aplikasi layanan kesehatan online Halodoc semakin mempermudah masyarakat untuk mengetahui hal yang berkaitan tentang kesehatan, dan juga lebih praktis. Halodoc dapat mudah diakses melalui berbagai platform baik melalui website, aplikasi dan layanan *go-medicine* yang bekerja sama dengan gojek sehingga lebih praktis bagi pengguna.

Terkait dengan kemudahan aplikasi halodoc muncul berbagai macam persepsi pengguna halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi dengan dokter. Menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin mengemukakan persepsi adalah “proses dimana kita menjadi sadar akan objek atau peristiwa dalam lingkungan melalui ragam indera kita, penglihatan, pengraabaan, penciuman dan pengecapan. Persepsi juga tentang pengalaman objek, peristiwa-peristiwa dan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan serta memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.

Kelebihan penelitian ini adalah peneliti di Bandar Lampung biasanya berfokus pada kegiatan komunikasi antar individu secara tatap muka. Jarang sekali peneliti di Bandar Lampung yang membahas persepsi pengguna aplikasi halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter. Dan hal ini peneliti kaitkan dengan proses penyembuhan pasien secara daring. Inilah yang membuat penelitian ini menjadi unik dan menarik.

Penelitian ini menjadi penting karena kita bisa melihat fakta bahwa Halodoc ini sudah banyak digunakan oleh orang – orang di Indonesia karena sangat membantu untuk memfasilitasi komunikasi online antara pasien dan dokter

berpengalaman. Namun bagi generasi baby boomers yang memang asing dengan teknologi akan merasa sulit menggunakannya. Sangat penting bagi kita sebagai generasi muda untuk memperkenalkan aplikasi ini kepada generasi sebelumnya karena akan sangat membantu kegiatan medis mereka. Ditambah apabila mereka berobat menggunakan BPJS, mereka diharuskan mengantri terlebih dahulu sebelum berobat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti adalah:

Bagaimana persepsi pengguna terhadap kemudahan berkomunikasi menggunakan aplikasi Halodoc antara dokter dan pasien?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

Mengetahui persepsi pengguna terhadap kemudahan berkomunikasi menggunakan aplikasi Halodoc antara dokter dan pasien

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi khususnya pada *computer-mediated communication* dan semoga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

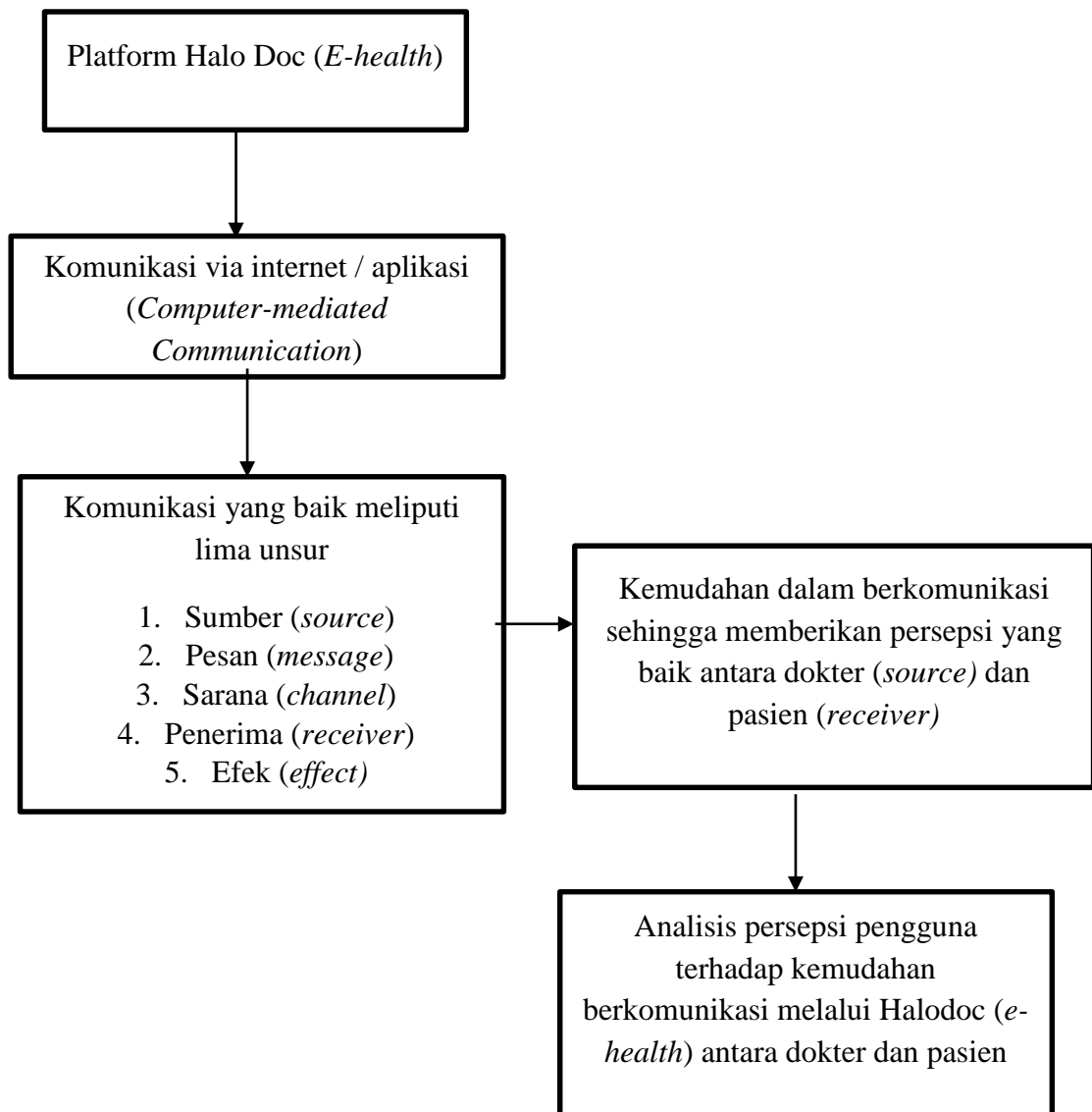
1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk mengetahui persepsi pengguna aplikasi Halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai *computer-mediated communication*.

1.5 Kerangka Pikir

Pada penelitian ini komunikasi dokter terhadap kesembuhan pasien pada aplikasi Halodoc yang akan diteliti dengan menggunakan teori *Computer-Mediated Communication*. Komunikasi dokter dengan pasien harus efektif agar pasien akan memberikan keterangan yang benar dan lengkap sehingga dapat membantu dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien secara baik dan memberi obat yang tepat bagi pasien tentunya pasien akan merasa puas menggunakan aplikasi Halodoc. Pemakaian teknologi pada bidang kesehatan akan sangat membantu banyak orang dalam mengurangi biaya perawatan kesehatan serta meningkatkan skala para ahli kesehatan.

Halodoc sebagai salah satu aplikasi layanan kesehatan terbaik bukanlah sebagai pengganti perawatan kesehatan, namun aplikasi bidang kesehatan ini mempermudah komunikasi yang lebih efektif antara ahli kesehatan dan pasien itu sendiri dimana komunikasi yang berlangsung menggunakan komunikasi intermediasi komputer atau *Computer Mediated Communication*. Peneliti akan menganalisis teori CMC persepsi pengguna aplikasi halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter. Tentunya hal ini akan dihitung berdasarkan data-data hasil wawancara yang diperoleh dalam penelitian di lapangan. Peneliti merumuskan kerangka pikir sebagai berikut:



Aplikasi Halodoc menghubungkan pengguna dengan dokter untuk berkonsultasi tanpa harus menghabiskan waktu untuk perjalanan, dan hanya sekedar untuk bertanya-tanya tentang penyakit yang diderita oleh pengguna. Meskipun pada akhirnya orang yang sedang sakit tetap harus pergi ke fasilitas kesehatan seperti rumah sakit atau puskesmas untuk diperiksa langsung, namun setidaknya mereka mendapatkan informasi untuk langkah awal dan selanjutnya untuk menangani keluhan yang dirasakan, tidak hanya menjadikan Halodoc sebagai media yang memberikan jasa konsultasi kesehatan yang lengkap, fitur untuk membeli obat secara daring ke apotek

yang tergabung di Apotek Antar juga ditambahkan. Tidak lupa fitur lab yang digunakan untuk mempermudah pengecekan darah atau pemeriksaan kesehatan tanpa datang ke laboratorium. Jumlah pengguna aplikasi Halodoc telah mencapai angka 500.000 hingga 1.000.000. Dapat disimpulkan bahwa, aplikasi ini cukup membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah kesehatan mereka terlebih selama pandemi Covid-19. Halodoc mampu memastikan atau mencari tahu dengan cepat gejala yang sedang pasien rasakan sehingga tahap penyembuhan lebih cepat pula.

Proses komunikasi CMC pada aplikasi Halodoc terjadi antara pasien dan dokter melalui fitur *chat* konsultasi, melalui proses komunikasi tersebut dokter akan bertanya keluhan apa yang dirasakan pasien dan pasien akan menjelaskan gejala apa saja yang dirasakannya, kemudian melalui keluhan-keluhan yang dokter terima melalui proses komunikasi CMC tersebut, dokter akan menyimpulkan penyakit apa yang sebenarnya diderita oleh pasien. Setelah dokter mengetahui gejala penyakit yang diderita pasien, dokter dapat memberitahu pasien cara pengobatan dari penyakit serta resep obat yang perlu dibeli oleh pasien melalui aplikasi Halodoc untuk menyembuhkan penyakitnya. Ketika sudah mengetahui cara pengobatan dan resep obat ini, pasien akan segera melakukan transaksi untuk pembelian obat. Dan setelah mengonsumsi obat tersebut pasien dapat sembuh.

Setelah pasien sembuh, akan muncul kesadaran dalam diri pasien bahwa aplikasi Halodoc dapat memenuhi kebutuhan masalah kesehatannya dan sangat bermanfaat bagi orang-orang yang sakit. Dimulai dari konsultasi dokter dan membeli obat semuanya bisa didapatkan dengan mudah melalui satu aplikasi yaitu Halodoc. Kemudian, akan menciptakan loyalitas sehingga pasien akan selalu mengingat Halodoc ketika mereka mengalami masalah kesehatan di kemudian hari dan lama kelamaan Halodoc dapat menjadi *top of mind* di ingatan pasien-pasiennya. Hal ini terjadi dikarenakan adanya tingkat kepuasan pasien yang tinggi terhadap semua fitur dan pelayanan pada aplikasi Halodoc.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis. Terdapat penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian ini, yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO.	ASPEK PENELITIAN	KETERANGAN
1.	Judul	Pola Komunikasi Dokter dan Pasien dalam Proses Penyembuhan Melalui Aplikasi “HaloDoc”
	Peneliti	Ifad Fadli Roudhi dan Kiki Zakiah jurusan Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung 2020
	Metode Penelitian	Kualitatif

Hasil	Komunikasi interpersonal bermedia antara dokter dan pasien sudah berjalan dengan baik, terlihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi seperti keterbukaan, sikap empati, dukungan, kepositifan dan kesamaan.
Perbedaan	Perbedaan terletak pada teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan teori komunikasi antarpribadi, sedangkan penelitian ini menggunakan teori computer mediated communication (CMC)..
Kontribusi	Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai pola komunikasi antarpribadi dokter dengan pasien di Halodoc.

2.	Judul	Pola Komunikasi Dokter Terhadap Pasien dalam Proses Penyembuhan di Klinik Makmur Jaya
	Peneliti	Putri Rachmania mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Pola komunikasi yang digunakan adalah komunikasi antarpribadi, dan dasar proses penyembuhan pasien terletak pada wawancara. Pada hal ini, komunikasi sangat penting dalam kesembuhan pasien.
	Perbedaan	Perbedaan terletak pada tempat penelitian.

		Peneliti terdahulu bertempat di Klinik Makmur Jaya Jakarta, sedangkan penelitian ini menggunakan Halodoc yang bertempat di Bandar Lampung.
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan definisi mengenai komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kesembuhan pasien.
3	Judul	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Penggunaan Yang Dimediasi Kepuasan Pengguna Situs E-Health Halodoc Pada Mahasiswa di Universitas Andalas
	Peneliti	Roby Okta Fajri mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Un iversitas Andalas 2019
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Hasil	Kualitas sistem dan kualitas layanan sangat berpengaruh pada kepuasan pengguna. Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap manfaat penggunaan. Kualitas sistem dan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manfaat penggunaan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap manfaat penggunaan.
	Perbedaan	Peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan mengambil judul pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan

		pengguna Halodoc. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan memberikan penjelasan mengenai persepsi pengguna terhadap kemudahan berkomunikasi menggunakan aplikasi Halodoc antara dokter dan pasien
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan penjelasan terkait tentang pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna Halodoc.
4	Judul	Komunikasi Yang Relevan dan Efektif Antara Dokter Dan Pasien
	Peneliti	Endang Fourianalistyawati Fakultas Psikologi Universitas YARSI 2012
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil	Adanya komunikasi yang efektif agar dapat berjalan dengan lancar. Sikap dokter dalam berkomunikasi dengan pasien dapat menimbulkan kesimpulan yang akan mempengaruhi keputusan pasien. Dokter perlu relevan dan efektif memahami bahwa yang dimaksud dengan komunikasi tidaklah hanya sekadar komunikasi verbal, melalui percakapan, namun juga mencakup pengertian komunikasi secara menyeluruh terutama komunikasi antarpribadi.
	Perbedaan	Penelitian terdahulu membahas komunikasi efektif antara dokter dan pasien. Penelitian ini membahas persepsi pengguna terhadap kemudahan

		berkomunikasi menggunakan aplikasi Halodoc antara dokter dan pasien.
	Kontribusi	Penelitian ini memberikan penjelasan mengenai komunikasi yang terjalin antara dokter dan pasien agar menjadi efektif.

Sumber: diolah peneliti, 2022

2.2 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dengan penerima (Shimp, 2003: 162-163). Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2000:10) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.3 *Computer-Mediated Communication (CMC)*

2.3.1 *Pengertian Computer-Mediated Communication*

Mode komunikasi yang kita jalani telah diperantarai internet dan telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication (CMC)* atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, *computer-mediated communication (CMC)* dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari.

Bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet.

Computer-Mediated Communication (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Menurut John December (1997) *Computer-Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer, dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan.

Selain itu, komunikasi dengan media komputer (CMC) dapat didefinisikan juga sebagai transaksi komunikasi yang terjadi lewat dua buah atau lebih komputer yang berhubungan. Contohnya seperti *chatting*, *instant messaging*, SMS (*Short Message Service*), dan email. Internet dapat dilihat sebagai media massa yang menambahkan hubungan *one-to-one* (sebagaimana yang diaplikasikan melalui e-mail), *many-to-many* (sebagaimana diaplikasikan pada listservs), dan *many-to-one* (sebagaimana dapat dilihat dalam website korporasi—biasanya berbasis blog). Dengan kata lain, melihat *Internet* sebagai media massa telah membantu menjelaskan beberapa aspek peristiwa secara *online*.

2.3.2 Ciri-Ciri *Computer-Mediated Communication*

Terdapat empat aspek yang merupakan ciri utama dari *computer-mediated communication* (Dijk, 1999: 228), yaitu:

1. Partner komunikasi tidak harus berada di satu tempat yang sama.
2. Tidak harus berkomunikasi dalam waktu yang bersamaan.
3. Komputer atau media dapat menjadi pengganti manusia sebagai partner komunikasi, baik hanya sebagian atau keseluruhan.
4. Proses mental selama berkomunikasi dapat tergantikan oleh alat proses informasi.

2.3.3 Karakteristik *Computer-Mediated Communication*

Kevin B Wright dan Lynne M. Webb (2011:122) menyebutkan 7 karakter CMC, yaitu:

1. Sinkronitas, merujuk pada tingkat dimana pertukaran pesan bersifat segera.
2. Anonimitas, merepresentasikan level personal, mengindividualkan informasi yang disampaikan oleh sebuah media.
3. Kustomisasi, adalah tingkat dimana lingkungan termediasi memodifikasi dirinya sendiri berdasarkan keinginan pengguna.
4. Interaktivitas, mengacu pada komunikasi dua arah.
5. Kehadiran sosial, mengacu pada tingkat kehadiran sosial di dunia maya yang sama seperti di dunia nyata.
6. Banyaknya pengguna.
7. Homogenitas pengguna. Hal ini merujuk pada karakter pengguna yang cenderung memiliki kesamaan.

Sedangkan Roger (1986: 21) menyebutkan beberapa karakteristik dari CMC yang bisa dilihat, yaitu:

- 1) Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen juga bisa berperan aktif sebagai produsen pesan.
- 2) CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima pesannya.
- 3) CMC menandai proses yang masif atau menyeluruh, artinya pesan yang dikirim antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan CMC dengan media massa. Pada proses ini, menunjukkan jika sistem kontrol komunikasi massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.
- 4) Interaktivitas adalah kualitas penting dalam sistem komunikasi dimana perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan memuaskan karena partisipan dapat secara aktif terlibat dalam proses komunikasi.
- 5) Feedback atau umpan balik dalam CMC terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti pada komunikasi tatap muka. *Feedback* dapat disampaikan dengan cepat atau lambat tergantung pada media CMC yang digunakan.

- 6) Media CMC menyediakan tanda-tanda komunikasi non-verbal yang erat dengan komunikasi tulisan, seperti bentuk, ukuran dan warna huruf.
- 7) CMC bersifat *asynchronous*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang berbeda. Partisipan tidak perlu berada pada waktu yang sama.
- 8) Pengguna CMC memiliki kedudukan yang setara karena mempunyai kemampuan untuk memproduksi dan mengonsumsi pesan sehingga kontrol terhadap alur komunikasi menjadi searah.
- 9) Rendahnya privasi pengguna CMC.

2.3.4 Tipe Computer-Mediated Communication

CMC mempunyai dua tipe, yang ditentukan dari jenis komunikasi yang terjadi, yaitu *synchronous communication* atau *asynchronous communication* (Pearson dkk, 2006:276). *Synchronous communication* adalah komunikasi yang terjadi bila peserta komunikasi berinteraksi secara *real-time*. Peserta komunikasi disini berperan sebagai pengirim sekaligus penerima. Contohnya pada panggilan telepon atau online-chat. Sedangkan *asynchronous communication* adalah komunikasi yang interaksinya tertunda dan setiap peserta komunikasi harus bergantian menjadi pengirim dan penerima. Contohnya adalah surat menyurat lewat *e-mail*.

2.3.5 Model Kompetensi CMC

Menurut Spitzberg dalam Akhsan dan Ramadhan (2004:5-6), ada beberapa factor yang membentuk komponen dasar dari model kompetensi komunikasi yang dimediasi komputer. Faktor individu merupakan factor pengguna yang dapat dikaitkan dengan teknologi CMC, yakni:

a. Motivasi

Motivasi merupakan hal yang terpenting dikarenakan komunikator termotivasi untuk lebih efektif dalam memaksimalkan atau mengaktifkan potensi mereka (misalnya dalam hal pengetahuan maupun keterampilan). Ketika mereka berinteraksi dengan orang lain,

dan ini dapat membuat mereka tampak lebih kompeten di CMC. Juga, motivasi dapat dikaitkan dengan perilaku yang diarahkan pada tujuan yang membuat individu lebih sadar akan proses komunikasi dan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan yang diinginkan, serta lebih cenderung menerapkan cara tersebut untuk tujuan yang diarahkan sendiri atau berorientasi pada tujuan lain.

b. Pengetahuan

Pengetahuan dapat dikaitkan dengan keakraban pengguna dengan teknologi komputer dan telekomunikasi, juga dengan pengalaman dalam CMC dan kesadaran akan aturan perilaku yang tidak tertulis ketika menggunakan teknologi CMC secara spesifik untuk berinteraksi dengan orang-orang dari status, budaya, jenis kelamin, atau latar belakang pendidikan yang berbeda. Namun, pengetahuan itu sendiri bukanlah jaminan keefektifan dan kesesuaian dalam CMC.

c. Keterampilan

Keterampilan adalah perilaku berulang yang biasanya didorong oleh tujuan dan disengaja (misalnya berangkat oleh factor motivasi) dan yang memfasilitasi pemanfaatan berbagai jenis pengetahuan (faktual, strategis atau taktis, dituliskan, rutin, diam-diam) untuk pencapaian tujuan sesuai dengan kriteria kompetensi dalam CMC. Keterampilan yang terkait dengan kompetensi di CMC adalah perhatian, ketenangan, koordinasi dan ekspresivitas.

Ada beberapa keterampilan yang berkaitan dengan kompetensi dalam CMC antara lain:

1. Perhatian, agak sulit untuk diberlakukan dalam CMC dan dimanifestasikan dengan menunjukkan minat atau kepedulian terhadap orang lain, perhatian pada pesannya, dan sentuhan pribadi dengan mengadaptasi interaksi individu dengan orang lain, serta menunjukkan lebih banyak kasih sayang kepadanya.

2. Ketenangan, yang berarti merasa nyaman, percaya diri dan terkendali ketika menggunakan teknologi CMC tertentu, serta tegas atau persuasive dalam pesan yang diarahkan kepada orang lain dalam interaksi.
3. Koordinasi, terkait dengan pengelolaan beberapa komponen yang berhubungan dengan interaksi seperti waktu dan inisiasi atau penutupan percakapan, pilihan atau perubahan topik, dan mungkin bahkan dengan sarana untuk perbaikan percakapan.
4. Ekspresi adalah atribut dari pesan yang membuatnya tampak jelas secara verbal dan nonverbal, hidup, dan beranimasi, serta diwarnai secara emosional dan dengan telepresensi pengirim yang lebih jelas.

Kemudian, elemen lain dari model kompetensi CMC (yang berinteraksi dengan faktor individu) adalah faktor-faktor media:

- a. Interaktivitas CMC, terkait dengan kompetensi CMC untuk fungsi-fungsi yang berfokus secara sosiologis dan hubungan.
- b. Kemampuan Beradaptasi, kemampuan pengguna menggunakan CMC.
- c. Efisiensi Media, terkait dengan fungsi informasi pada kompetensi CMC.

Kemudian Faktor Pesan antara lain:

- a. Orientasi Tugas, merupakan peran atau hal-hal yang terkait dengan kompetensi CMC.
- b. Orientasi Sosial Emosional, merupakan pengaruh isi dan fungsi pesan dengan tujuan fungsional (kegiatan) pribadi secara positif terkait dengan kompetensi CMC.
- c. Keterbukaan, ketersinambungan faktor kontekstual dengan faktor media yang terkait dengan kompetensi CMC.

Faktor Kontekstual yang terkait dengan CMC adalah budaya, kronologis, relasional, lingkungan, dan fungsional. Interaksi terjadi dalam lingkungan modalitas atau ruang semantik berpotongan yang dihasilkan oleh sejarah

sebelumnya, keadaan aktual, dan tindakan atau perubahan potensial dalam aktor bersama dan sekitarnya.

Kompetensi individu dalam CMC dapat dinilai dari Hasil Interaksi. Kriteria untuk menilai hasil interaksi adalah:

1. Kesesuaian
2. Efektivitas, dipandang sebagai tingkat di mana berbagai tujuan komunikasi (dan terkadang saling bertentangan) direalisasikan (atau dioptimalkan) dalam CMC.
3. Orientasi Bersama.
4. Kepuasan, merupakan respon positif (biasanya afektif) seseorang terhadap realisasi kebutuhan, aspirasi, dan tujuan tertentu yang terkait dengan komunikasi oleh CMC.
5. Pengembangan Relasional, berkaitan dengan beragam atribut hubungan yang dapat dicapai atau dipertahankan oleh CMC .

2.3.6 Aspek-aspek Komunikasi dalam CMC

Ada dua aspek dari CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka, yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*) (Griffin,2006: 143). Berbeda dengan komunikasi tatap muka yang menggunakan simbol-simbol verbal (melalui bahasa) dan simbol-simbol nonverbal (melalui gestur tubuh), CMC menggunakan system isyarat yang ada dalam aplikasi komputer, misalnya melalui *emoticon* (simbol-simbol berupa karakter teks yang mewakili ekspresi manusia dalam dunia *online*). Komunikasi yang terjadi dalam CMC pun cenderung lebih lama dari komunikasi tatap muka. Komunikator dalam CMC tidak dapat langsung memahami maksud pesan yang disampaikan karena terbatas dengan karakter-karakter di komputer.

Menurut Suparno dkk. (2012 : 87-88), interaksi dalam bingkai komunikasi interpersonal selalu berada di dalam konteks yang relatif utuh. Dalam bingkai komunikasi interpersonal tersebut ada empat tipe konteks yang bekerja. Pertama, *relationship contexts* yang mencakup harapan yang

bersifat mutual di dalam keanggotaan kelompok. Kedua, *episode context* yang merupakan sebuah kejadian atau peristiwa.

Dalam bingkai komunikasi interpersonal, semua partisipan komunikasi berada di dalam kejadian bersama. Ketiga, *self-concept context* yang mencakup pengertian dan kepekaan seseorang terhadap gambaran dan citra diri yang diajak berkomunikasi.

Keempat, *archetype context* yang merupakan gambaran umum terhadap kebenaran. Dengan mencermati hal-hal tersebut, komunikasi berbasis komputer, seperti situs jejaring sosial, tidak sepenuhnya berjalan sesuai dalam bingkai komunikasi langsung secara interpersonal. Tetapi pula, komunikasi berbasis komputer melalui situs jejaring sosial itu, juga tidak sepenuhnya meninggalkan semua aspek kontekstual di dalam bingkai komunikasi langsung interpersonal ini. Masalah yang lain terdapat permasalahan otensitas dan kemanfaatan dari bentuk komunikasi jaringan virtual. Oleh karena itu sangat penting untuk membedakan, mana hubungan yang berdasarkan pada CMC (*Computer-Mediated Communication*) dan mana komunikasi online yang hanya merupakan sebuah bentuk interaksi. Seringkali, otensitas dan kehandalan terhadap apa yang disampaikan tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Kelima, untuk tetap menjaga anonimitas dan kebebasan dalam memilih, banyak diantara pengguna komunikasi *online* ini tidak ingin dan selalu dalam keadaan tersambung. Kita mengetahui terdapat teknologi yang dapat mencegah email yang tidak dikehendaki (*spams*), penggunaan akun email dari pihak yang tidak bertanggungjawab dari orang yang bukan pemiliknya. Dengan demikian, sebagian besar dari kemanfaatan perkembangan media baru, di dalamnya ada sebagian lain yang membuat kita gusar terhadap nilai dan pemanfaatannya.

Asumsi penting dalam penelitian ini menegaskan bahwa CMC (*Computer-Mediated Communication*) merupakan bentuk komunikasi yang sangat berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, organisasi dan komunikasi massa. Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith (2005: 4) bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Dalamnya seringkali terjadi adanya batas-batas yang samar antara bentuk komunikasi yang bermediasi dan bentuk komunikasi yang dimediasi.

2.3.7 Aspek Penting dalam *Computer-Mediated Communication*

Berbicara mengenai CMC, maka tentu akan berbicara mengenai internet dan karena pola CMC berkembang dengan pesat seiring perkembangan jaringan internet saat ini, karena CMC selalu didukung oleh fasilitas jaringan internet tersebut. Internet didefinisikan sebagai interkoneksi pola atau sistem yang dapat mengacu pada hubungan antara jaringan dan jaringan, atau banyak jaringan dari komputer. Internet adalah nama spesifik dari jaringan komunikasi yang diinterpretasikan sebagai suatu interkoneksi antar beragam komputer dengan pertukaran informasi yang bebas (Budiargo dalam Arnus, 2015:280).

Ada enam ciri kelebihan internet yaitu: (1) dapat mengirim pesan, kata-kata, gambar, audio, dan video sekaligus dalam jumlah yang nyaris tak terbatas, waktu pengiriman dan penerimaan pesan antar komunikan sangat cepat, hidup terus (*online*), (4) efek atau hasil (informasi) langsung dapat dilihat saat itu juga, *realtime*, (5) mengandalkan transaksi, (6) mengembangkan interaktivitas, antara pengirim dan penerima, baik berwujud orang-orang maupun orang mesin (Severin Tankard dalam Arnus, 2015:280).

Interaksi antar individu lebih mudah, dimana komunikator dapat menyampaikan pesan kepada komunikan tanpa adanya batasan geografis, seiring dengan munculnya beberapa media jejaring sosial seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram bahkan aplikasi dan beberapa media jejaring sosial lainnya yang sedang menjadi tren komunikasi saat ini. Fenomena penggunaan media *online* dalam mengakses berita dan membangun komunikasi interpersonal melalui media jejaring sosial melahirkan suatu konsep baru dalam komunikasi yaitu CMC (*computer-mediated communications*) yang berkembang seiring lahirnya media baru dan pesatnya penggunaan media komunikasi berbasis internet.

Pada dasarnya pola CMC digunakan untuk komunikasi interpersonal, akan tetapi seiring dengan perkembangan di bidang teknologi komunikasi dan informasi saat ini, membuat batas antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa hamper tidak ada lagi, pesan-pesan yang disampaikan dan dahulu bersifat interpersonal dapat diterima oleh khalayak luas dengan adanya media sosial tersebut (Arnus, 2018:18).

2.3.8 Dampak *Computer-Mediated Communication*

Dampak yang mungkin ditimbulkan dari adanya kemajuan teknologi komunikasi khususnya dampak penggunaan internet dan komputer.

1. Dampak Sosial Ekonomi

Dampak negatif dari pola CMC yaitu mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih suka berhubungan lewat internet yang merupakan fasilitas utama media baru daripada bertemu secara langsung. Dari sifat sosial yang berubah dapat mengakibatkan perubahan pola masyarakat dalam berinteraksi. Manusia menjadi malas untuk bersosialisasi dengan teman dan lingkungan sekitar (Larassati, 2010).

Fasilitas yang dimiliki media baru, maka di dunia yang serba canggih ini segalanya bisa dilakukan dengan duduk di tempat tanpa perlu beranjak dari tempat duduk dan meninggalkan aktivitas seseorang. Memang akan menjadi lebih mudah tetapi orang tidak peduli dengan rasa sosial (Larassati, 2010).

Dampak positifnya adalah berkomunikasi dengan menggunakan media baru dapat mempermudah komunikasi antara individu yang terpisah oleh jarak. Dengan adanya sistem *online* pada pola CMC, kita dapat berkomunikasi kapan dan dimana saja dengan mudah. Dampak CMC dari sudut pandang ekonomi yaitu adanya perubahan gaya hidup masyarakat saat ini. Kemajuan pola CMC mengakibatkan berkembangnya *online shop* dimana orang dapat berbelanja lewat internet, tidak perlu keluar rumah cukup mencarinya di internet saja. Dampak lain CMC terhadap media massa, kita dapat mengakses berbagai jenis berita online melalui *smartphone* dengan cepat dan mudah. Hal ini tentunya sangat mempengaruhi perusahaan penerbitan surat kabar yang tentunya akan berpengaruh kepada nasib karyawannya.

2. Dampak Psikologis

Dampak psikologis pola CMC adalah kurangnya sosialisasi yang dilakukan individu dalam masyarakat, sehingga seseorang cenderung suka menyendiri dan lebih senang menghabiskan waktunya dengan gadget mereka. Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan sekitar mengakibatkan munculnya sifat egoistis terhadap individu, kemudian adanya ketergantungan terhadap komputer, merasa tidak percaya diri, atau gelisah apabila tidak berinteraksi dengan gadget mereka (Walther, 1992).

Beberapa dampak psikologis yang bisa ditimbulkan oleh pola CMC atau penggunaan internet itu sendiri (Larassati, 2010):

a. *Antisocial behavior*

Merupakan bentuk perilaku yang berlawanan dengan norma sosial yang berlaku di masyarakat, yang meliputi pelanggaran hukum maupun perilaku menyimpang.

b. *Computer anxiety*

Sering disebut dengan *cyberphobia* dan *computerphobia*, merupakan ketakutan akan komputer itu sendiri. Hal ini mengakibatkan vertigo dan keringat dingin. Ketakutan lain misalnya takut merusak jika menekan tombol yang salah, cemas akan efek sosial dari komputer, dan ketakutan pada kegagalan pribadi. Phobia ini banyak di derita oleh wanita dan orang-orang yang memiliki kemampuan matematika yang kurang baik.

c. *Addiction*

Kemampuan komputer untuk memberikan tampilan audio visual bagi penggunanya dan memberikan hasil yang bervariasi bagi penggunanya kadangkala sesuai keinginan dan kadangkala tidak sesuai dengan keinginan, seperti pada permainan game virtual, membuat penggunanya merasa penasaran dan ingin mencoba terus sampai mencapai apa yang diharapkannya. Hal inilah yang mengakibatkan adanya kecanduan terhadap komputer atau internet, akhirnya menjadikan komputer seperti candu sehingga mereka kurang bersosialisasi, dan kurang memiliki sikap toleransi.

2.4 Komunikasi Dokter dengan Pasien

Komunikasi yang efektif antara dokter dan pasien merupakan salah satu kompetensi yang sangat penting dan harus dikuasai oleh dokter. Kompetensi komunikasi menentukan keberhasilan dalam membantu penyelesaian masalah kesehatan pasien. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi keraguan pasien, serta menambah kepatuhan dari pasien. Dokter dan pasien sama-sama memperoleh manfaat dari saling berbagi dalam hubungan yang erat. Setiap pihak merasa dimengerti. Pasien merasa aman dan terlindungi jika dokter

yang menanganinya melakukan yang terbaik untuk pasiennya. Ketika saling terhubung, sang dokter dapat mengerti dan bereaksi lebih baik pada perubahan perilaku dan perhatiannya pada pasien setiap saat. Komunikasi yang efektif antara dokter dan pasien sangatlah diperlukan untuk memperoleh hasil yang optimal, berupa masalah kesehatan yang dapat diselesaikan dan kesembuhan pasien (Rusmana, 2009; Hardjodisastro, 2010).

Menurut Yusa (2006), komunikasi efektif mampu mempengaruhi emosi pasien dalam pengambilan keputusan tentang rencana tindakan selanjutnya, sedangkan komunikasi tidak efektif akan mengundang masalah. Perlu dibangun komunikasi efektif yang dilandasi keterbukaan, kejujuran dan pengertian akan kebutuhan, harapan, maupun kepentingan masing-masing. Dengan terbangunnya komunikasi yang efektif, pasien akan memberikan keterangan yang benar dan lengkap sehingga dapat membantu dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien secara baik dan memberi obat yang tepat bagi pasien. Komunikasi yang baik dan berlangsung dalam kedudukan setara sangat diperlukan agar pasien mau dan dapat menceritakan sakit serta keluhan yang dialaminya secara jujur dan jelas.

Hubungan dokter dengan pasien (HDP) merupakan hubungan antara profesional (dokter) dengan klien (pasien). Hubungan tersebut melandasi semua aspek praktek kedokteran baik dalam usaha menetapkan diagnosis maupun pengelolaan pasien. Bila pasien telah menetapkan untuk memilih seorang dokter guna menangani masalah kedokterannya, berarti pasien menyerahkan sepenuhnya pengelolaan penyakitnya dan yakin bahwa dokter tersebut tidak akan bertindak tanpa persetujuannya. Kepercayaan yang diberikan pasien merupakan amanah, sehingga dalam pengelolaan pasien, dokter melaksanakan sesuai ilmu dan kemampuannya yang terbaik, serta sesuai dengan kode etik kedokteran, moral, dan hukum yang berlaku (dalam Febri, 2017:52).

2.5 Aplikasi Layanan Kesehatan Online

Era modern saat ini, jasa layanan online semakin marak untuk digunakan. Tidak perlu repot pesan makanan diluar rumah, mendatangi toko atau butik offline karena adanya aplikasi online. Tidak hanya gerai-gerai toko online, aplikasi layanan kesehatan pun bermunculan. Masyarakat sudah terbiasa mencari informasi kesehatan di internet, tapi sumbernya sering tidak valid. Sekarang ada sejumlah aplikasi *smartphone* yang juga menawarkan informasi dan layanan kesehatan secara online.

Aplikasi kesehatan online bisa dimanfaatkan untuk berkonsultasi tentang keluhan kesehatan, setidaknya dalam kasus penanganan cepat yang tidak memerlukan tindakan medis. Beberapa fitur seperti *chat* dan *videocall* tidak memungut biaya, namun ada juga yang berbayar. Pada aplikasi layanan kesehatan online juga terdapat informasi seputar kesehatan.

Ada dokter umum, dokter spesialis dari berbagai konsentrasi keilmuan: dokter spesialis anak, spesialis kandungan, spesialis penyakit dalam, spesialis bedah mulut, spesialis gizi klinik, hingga spesialis kejiwaan dan ada dokter hewan. Umumnya dokter-dokter tersebut akan menyediakan waktu khusus untuk menjawab pertanyaan konsultasi.

Halodoc merupakan salah satu layanan di bidang farmasi yang diluncurkan oleh PT Media Dokter Investama pada April 2016, yang bergerak melalui aplikasi dan website. Sebelum Halodoc, PT Media Dokter Investama telah meluncurkan layanan *LabConx* untuk pengecekan hasil laboratorium secara online dan ApotikAntar yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan obat.

2.6 Dokter

Secara operasional, definisi dokter adalah seorang tenaga kesehatan yang menjadi tempat kontak pertama pasien untuk menyelesaikan semua masalah kesehatan yang dihadapi tanpa memandang jenis penyakit, organologi, golongan usia, dan jenis kelamin, sedini dan sedapat mungkin, secara

menyeluruh, paripurna, bersinambung, dan dalam koordinasi serta kolaborasi dengan profesional kesehatan lainnya, dengan menggunakan prinsip pelayanan yang efektif dan efisien serta menjunjung tinggi tanggung jawab profesional, hukum, etika dan moral. Layanan yang diselenggarakannya adalah sebatas kompetensi dasar kedokteran yang diperolehnya selama pendidikan kedokteran (Annisa, 2016).

Kompetensi yang harus dicapai seorang dokter meliputi tujuh area kompetensi atau kompetensi utama yaitu:

1. Keterampilan komunikasi efektif.
2. Keterampilan klinik dasar.
3. Keterampilan menerapkan dasar-dasar ilmu biomedik, ilmu klinik, ilmu perilaku dan epidemiologi dalam praktik kedokteran.
4. Keterampilan pengelolaan masalah kesehatan pada individu, keluarga ataupun masyarakat dengan cara yang komprehensif, holistik, bersinambung, terkoordinasi dan bekerja sama dalam konteks Pelayanan Kesehatan Primer.
5. Memanfaatkan, menilai secara kritis dan mengelola informasi.
6. Mawas diri dan mengembangkan diri atau belajar sepanjang hayat.
7. Menjunjung tinggi etika, moral dan profesionalisme dalam praktik (Annisa, 2016).

2.6.1 Tanggung Jawab Dokter

Dokter Sebagai Tenaga Kesehatan Profesional

Dokter sebagai tenaga kesehatan adalah orang yang mengabdikan diri didalam bidang kesehatan, yang memiliki pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan di bidang kedokteran yang memerlukan kewenangan untuk melakukan upaya kesehatan. Namun, profesi dokter adalah suatu profesi yang disertai moralitas tinggi untuk memberikan pertolongan kepadasiapa saja yang membutuhkannya.

Para profesional senantiasa melaksanakan perintah moral dan intelektual serta bersama mereka ingin menunjukan kepada masyarakat hal yang baik baginya. Hakekatnya, profesi dokter merupakan panggilan hidup untuk mengabdikan diri pada kemanusiaan didasarkan pendidikan yang harus dilaksanakan dengan kesungguhan niat dan tanggung jawab penuh. Oleh karena itu, profesi dokter disebut sebagai profesi luhur didasarkan kemanusiaan (Benyamin, 1989:81).

Sehubungan dengan itu, dokter harus secara mandiri dapat memenuhi kebutuhan orang lain yang membutuhkan bantuannya dalam mengatasi masalah kesehatannya, dan mampu untuk memutuskan tindakan yang harus dilakukannya serta dapat bertanggungjawab atas mutu pelayanan yang diberikannya. Menurut Abdulkadir Muhammad, dalam memberikan pelayanannya, profesional itu bertanggung jawab kepada diri sendiri dan kepada masyarakat. Bertanggung jawab kepada diri sendiri, artinya dia bekerja karena integritas moral, intelektual, dan profesional sebagai bagian dari kehidupannya. Memberikan pelayanan, seorang profesional selalu mempertahankan cita-cita luhur profesi sesuai dengan tuntutan kewajiban hati nuraninya, bukan karena sekedar hobi belaka. Bertanggung jawab kepada masyarakat artinya kesediaan memberikan pelayanan sebaik mungkin sesuai dengan profesinya, tanpa membedakan antara pelayanan bayaran dan pelayanan cuma-cuma serta menghasilkan layanan yang bermutu, yang berdampak positif bagi masyarakat.

Pelayanan yang diberikan tidak semata-mata bermotif mencari keuntungan, juga berarti berani menanggung risiko yang timbul akibat pelayanaanya itu. Kelalaian dalam melaksanakan profesi menimbulkan dampak yang membahayakan atau mungkin diri sendiri, orang lain (Permana, 2017).

2.7 Pasien

Pasien merupakan pelanggan layanan kesehatan, tetapi pasien dalam hal ini hanya merupakan salah satu jenis pelanggan. Pelanggan layanan kesehatan merupakan semua orang yang sehari-harinya melakukan kontak dengan layanan kesehatan (Pohan, 2015). Undang Undang tentang Rumah Sakit Nomor 44 tahun 2009 pasal 1 yang menyatakan bahwa pasien adalah setiap orang yang melakukan konsultasi masalah kesehatannya untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang diperlukan, baik secara langsung maupun tidak langsung di rumah sakit.

Dalam pelayanan kesehatan, pasien berkedudukan sebagai konsumen dibidang pelayanan kesehatan. Menurut Wila (2001) pasien adalah orang sakit yang membutuhkan bantuan dokter untuk menyembuhkan penyakit yang dideritanya dan pasien juga diartikan sebagai orang sakit yang awam mengenai penyakitnya.

2.7.1 Kewajiban Pasien

Menurut UU no.44 Tahun 2009: UU tentang Rumah Sakit dengan kewajiban pasien yakni setiap pasien mempunyai kewajiban terhadap Rumah Sakit atas pelayanan yang diterimanya selain itu ketentuan lebih lanjut mengenai kewajiban pasien diatur dengan Peraturan Menteri Menurut (UU no. 29 Tahun 2004 : UU tentang Praktik Kedokteran), pasien dalam menerima pelayanan mempunyai kewajiban:

- a. Memberikan informasi yang lengkap dan jujur tentang masalah kesehatannya.
- b. Mematuhi nasihat dan petunjuk dokter atau dokter gigi.
- c. Mematuhi ketentuan yang berlaku sarana pelayanan kesehatan
- d. Memberikan imbalan atas pelayanan yang diterima.

Menurut UU RI No.38 Tahun 2014 dalam praktik keperawatan, pasien berkewajiban:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang masalah kesehatannya.
- b. Mematuhi nasehat dan petunjuk perawat.
- c. Mematuhi ketentuan yang berlaku di Fasilitas Pelayanan Kesehatan.
- d. Memberikan imbalan jasa atas pelayanan yang diterima

2.7.2 Hak Pasien

Menurut UU RI No.38 Tahun 2014 dalam praktik keperawatan, pasien berhak:

1. Mendapatkan informasi secara benar, jelas, dan jujur tentang tindakan Keperawatan yang akan dilakukan.
2. Meminta pendapat Perawat lain atau tenaga kesehatan lainnya.
3. Mendapatkan Pelayanan Keperawatan sesuai dengan kode etik, standar Pelayanan Keperawatan, standar profesi, standar prosedur operasional, dan ketentuan Peraturan Perundang – undangan.
4. Memberi persetujuan atau penolakan tindakan keperawatan yang akan diterimanya.
5. Memperoleh keterjagaan kerahasiaan kondisi kesehatannya. Pengungkapan rahasia kesehatan klien dilakukan atas dasar: Kepentingan kesehatan klien, pemenuhan permintaan aparat penegak hukum dalam rangka penegak hukum, persetujuan klien sendiri , kepentingan pendidikan dan penelitian, dan ketentuan Peraturan Perundang – undangan.

2.8 Halodoc

Halodoc adalah aplikasi yang menawarkan konsultasi kesehatan berbayar kepada dokter profesional secara virtual. Halodoc sebenarnya produk layanan yang dikeluarkan oleh PT Media Dokter Investama yang diresmikan sejak April 2016. Aplikasi Halodoc ini sangat memudahkan pasien yang ingin berkonsultasi terkait keadaan kesehatan karena aplikasi ini memberikan fitur *live chat*, *voice call* serta *video call*.

Adanya fitur – fitur ini pasien dapat berkonsultasi langsung dengan para dokter kompeten. Para pengguna aplikasi Halodoc ini dapat memilih dokter yang mereka anggap sesuai dan dapat menyembuhkan penyakit mereka dengan harga yang sangat variatif.

Harga konsultasi dengan dokter di aplikasi Halodoc berkisar antar 25 ribu hingga 200 ribu rupiah. Selain memberikan pelayanan berupa fitur konsultasi dokter, aplikasi kesehatan Halodoc ini juga memiliki fitur yang memungkinkan para pengguna aplikasi dapat membeli obat – obatan yang mereka butuhkan serta dapat mengetahui informasi terkait laboratorium guna pemeriksaan kesehatan dari pasien.

2.9 Persepsi

2.9.1 Definisi Persepsi

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu proses seseorang mengetahui melalui panca inderanya. Sarlito W. Sarwono dalam Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi berlangsung pada saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Persepsi merupakan proses pencarian informasi untuk dipahami yang menggunakan alat pengindraan. Bennet, Hoffman, dan Prakash menyebutkan bahwa persepsi merupakan aktivitas aktif yang melibatkan pembelajaran, pembaruan cara pandang, dan pengaruh timbal balik dalam pengamatan (Zaini, 2011:60).

2.9.2 Bentuk-Bentuk Persepsi

Menurut Irwanto dalam (Marbun, 2019:25), bentuk persepsi ada 2 yaitu:

1. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang

diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.

2. Persepsi negatif, yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan ke pasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya suatu persepsi positif atau persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu objek yang dipersepsinya.

2.9.3 Indikator Persepsi

Menurut Walgito (2010: 102- 104), persepsi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu. Rangsang atau objek diterima dan diserap oleh panca indra sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Hasil penyerapan oleh panca indra tersebut akan memberikan gambaran, tanggapan, atau kesan didalam otak.
2. Pengertian atau pemahaman terhadap objek. Setelah terjadi gambaran-gambaran didalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolongkan, dan diinterpretasikan sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman terhadap suatu objek.
3. Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek. Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, selanjutnya terbentuk penilaian dari individu. Individu membandingkan pemahaman yang baru diperoleh dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

2.9.4 Macam-macam Persepsi

Menurut Sunaryo (2004), persepsi dibedakan menjadi:

- a. External perception, persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu.
- b. Self perception, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu, dan yang menjadi objek adalah dirinya sendiri.

2.9.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Pareek (1996) dalam Rahmat Dahlan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang dan faktor eksternal atau objek persepsi. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi persepsi sebagai berikut:

1. Latar belakang

Latar belakang yang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Contohnya orang yang pendidikannya lebih tinggi atau pengetahuan ilmu agamanya luas yang memiliki cara tertentu untuk menyeleksi sebuah informasi.

2. Pengalaman

Hal yang sama dengan latar belakang ialah faktor pengalaman, pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.

3. Kepribadian

Dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.

4. Sistem nilai

Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi.

5. Penerimaan diri

Penerimaan diri merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi secara eksternal atau datang dari luar objek persepsi adalah:

- a. Intensitas. Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens.
- b. Ukuran. Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian.
- c. Kontras. Secara umum hal-hal yang biasa dilihat akan cepat menarik perhatian.
- d. Gerakan. Benda yang bergerak lebih menarik perhatian dari hal yang diam.
- e. Ulangan. Biasanya hal yang terulang-ulang dapat menarik perhatian.
- f. Keakraban. Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian.
- g. Sesuatu yang baru. Faktor ini kedengerannya bertentangan dengan keakraban, namun unsur ini juga berpengaruh pada seseorang dalam menyeleksi informasi.

Menurut Sarlito W. Sarwono Rohmaul Listyana & Yudi Hartono faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- a) Perhatian, biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Perbedaan fokus perhatian antara satu dengan orang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- b) Kesiapan mental seseorang terhadap rangsangan yang akan timbul.
- c) Kebutuhan merupakan kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan persepsi bagi tiap individu.
- d) Sistem nilai, yaitu sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi.

- e) Tipe kepribadian, yaitu dimana pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubungan dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda atau juga antara satu kelompok dengan kelompok lain.

Menurut Robbin dalam Rohmaul Listyana & Yudi Hartono mengemukakan bahwa beberapa faktor utama yang memberi pengaruh terhadap pembentukan persepsi sosial seseorang dan faktor-faktor itu adalah faktor penerima (The Perceiver), situasi (The Situation), dan objek sasaran (The Taget).

2.9.5 Komponen-komponen Persepsi

Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Baron dan Byrne, juga Myers (dalam Gerungan, 1996) menyatakan bahwa sikap itu mengandung tiga komponen yang terbentuk struktur sikap, yaitu:

1. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
2. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
3. Komponen konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

2.9.6 Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi terjadi karena adanya objek atau stimulus yang merangsang untuk ditangkap oleh panca indera, kemudian stimulus atau objek perhatian tadi dibawa ke otak, dengan adanya stimulus kemudian otak membuat sebuah kesan atau jawaban yang merupakan persepsi dari pengamatan panca indera (Widayatun, 1999).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta pengamatan. Landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian serta sebagai pemandu bagi peneliti agar fokus penelitian sesuai dengan fakta.

Metodologi kualitatif lebih menitik beratkan data upaya-upaya pemahaman dan/atau deskriptif, misalnya berupa percakapan, dokumen pribadi, catatan-catatan dari pengamatan terhadap perilaku atau proses-proses sosio-kultural masyarakat tertentu, dan narasi dari diorama sebuah candi. Data ini kemudian dianalisis dan diinterpretasi untuk kemudian peneliti dapat menarik kesimpulan-kesimpulan (Pawito, 2007:49).

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan. Data dan informasi dalam penelitian ini didapat dari

hasil wawancara yang berupa catatan dan rekaman wawancara yang kemudian diolah menjadi data.

3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada persepsi pengguna aplikasi halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Klinik Azzura yang beralamat di Jalan Gajah Mada No.59C, Kota Baru, Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini adalah karena Klinik Azzura ini merupakan salah satu rumah sakit di Bandar Lampung yang melakukan kerja sama dengan *platform* Halodoc. Peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan para pengguna aplikasi Halodoc di rumah sakit ini karena diketahui para informan ini sering melakukan pemeriksaan di klinik azzura ini.

3.4 Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2011: 224). Peneliti memperoleh informan penelitian dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian.

Pemilihan *informan* dalam penelitian ini didasarkan pada orang-orang yang dapat memberikan informasi secara lengkap dan berkaitan dengan penelitian sehingga data yang diperoleh dapat diakui kebenarannya. *Informan* dalam penelitian ini adalah: pasien yang pernah menggunakan aplikasi Halodoc yang bertempat di Bandar Lampung. Ciri-ciri *informan* yang dipilih dalam penelitian ini adalah:

1. Pasien yang pernah menggunakan aplikasi Halodoc.
2. Pasien pria/wanita berusia 21-30 tahun.
3. Bersedia menjadi informan.

3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2010:225), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Di penelitian ini data primer yang diperoleh merupakan hasil laporan-laporan kegiatan seminar lingkungan dan arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2010:225), data sekunder adalah sumber data yang secara tidak sengaja memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini berupa hasil wawancara secara langsung (tatap muka) dengan para informan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (in-depth interview). Wawancara adalah alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (Pawito, 2007:132).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumentasi–dokumentasi yang terkait dengan obyek penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2006:280) analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data dimaksudkan untuk menganalisis data dari hasil catatan lapangan, atau dari sumber informasi yang diperoleh. Setelah data terkumpul maka dilakukan pengaturan,

mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikannya. Terdapat 4 (empat) langkah atau tahap yang ditempuh dalam menganalisis data yang dipaparkan oleh Lexy J. Moleong (2006:288), yaitu:

1. Pertama, reduksi data adalah mengidentifikasi adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian. Setelah satuan diperoleh, langkah selanjutnya adalah membuat koding, berarti memberikan kode pada setiap 'satuan' agar supaya tetap dapat ditelusuri data/satuannya, berasal dari sumber mana;
2. Kedua, kategorisasi adalah upaya memilah-milah setiap satuan ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan. Kemudian setiap kategori diberi nama yang disebut 'label';
3. Ketiga, *sintesisasi* adalah mensintesiskan, berarti mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya. Kaitan satu kategori dengan kategori lainnya diberi nama/label lagi;
4. Keempat, menyusun hipotesis kerja. Hipotesis kerja dilakukan dengan cara merumuskan suatu pernyataan yang proposisional. Hipotesis kerja ini sudah merupakan teori substantif (yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data).

3.8 Keabsahan Data

Menurut Moleong (2011:330) setelah menganalisis data, peneliti kemudian menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Pengertian triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Teknik pengumpulan data dengan triangulasi ini sekaligus untuk menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Beberapa triangulasi maka penulis memutuskan untuk menggunakan triangulasi teknik dalam menentukan keabsahan data. Menurut Sugiyono (2005:83) triangulasi teknik, berarti

peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif. Membedakan empat macam triangulasi di antaranya dengan memanfaatkan kegunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari keempat macam triangulasi tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan dari hasil analisis data tentang persepsi pengguna aplikasi halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Interaktivitas yang berhasil terbentuk adalah pasien yang terbuka mengenai masalah kesehatan yang dimana peran dokter sebagai sosok yang ramah dan baik sehingga pasien sering melakukan konsultasi di Halodoc.
2. Kemampuan beradaptasi yang berhasil terbentuk adalah pasien sering menggunakan Halodoc yang awalnya bingung menjadi terbiasa. Begitu juga dengan dokter yang pertama kali kesulitan karena terdapat banyak fitur jadi mudah.
3. Efisiensi media berhasil terbentuk adalah pasien yang merasa sangat terbantu dengan kehadiran Halodoc apalagi di masa pandemi seperti sekarang.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian tentang persepsi pengguna aplikasi halodoc terhadap kemudahan berkomunikasi antara pasien dan dokter terdapat saran yang perlu diperhatikan:

1. Untuk dokter tetap menanamkan komunikasi yang sudah dijalankan dengan baik dalam melakukan komunikasi dengan pasien. Lalu bisa memaparkan istilah kedokteran lebih rinci agar pasien bisa lebih paham dengan pesan yang diberikan oleh dokter.

2. Untuk pengelola aplikasi Halodoc bisa membuat fitur waktu yang lebih lama untuk melakukan konsultasi sehingga komunikasi bisa lebih efektif.
3. Untuk pasien sebelum melakukan konsultasi agar memastikan jaringan internet tidak terputus-putus agar komunikasi berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsan, Fuad & Ramadhana, MR. (2020). *Motif Komunikasi Bermedia pada Penyandang Disabilitas (Studi pada Penyandang Disabilitas Netra yang Menggunakan Instagram)*. Journal e-Proceeding of Management : Vol.7,No.2 Agustus 2020 | Page 4533
- Arnus, Sri Hadijah. (2015). *Computer Mediated Communication, (CMC), Pola Baru Berkomunikasi*. Al-Munzir Vol. 8, No.2, 275-289.
- Arnus, Sri Hadijah. (2018). Pengaplikasian Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah. Jurnal Media Komunikasi dan Dakwah Vol 04 No1
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. “Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2020”, dilihat Januari 2020 di <https://www.APJII.or.id/survei>
- Azwar, A. (2006). *Pengantar Administrasi Kesehatan*.^{Edisi Ke-3}. Percetakan Binarupa Aksara.
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi Cetakan Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Djamali, R Abdoel & Tedjapermana, Lenawati. (1988). *Tanggung Jawab Hukum Seorang Dokter Dalam Menangani Pasien*. Jakarta: CV Abardin,

- El-Jarn, Hatana. (2014). *Computer Mediated Communication, Social Networking Sites & Maintaining Relationships*. Manchester: Manchester Business School.
- Fajri, Roby Okta. (2019). “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Penggunaan Yang Dimediasi Kepuasan Pengguna Situs E-Health Halodoc Pada Mahasiswa Di Universitas Andalas”. *Skripsi*. Universitas Andalas.
- Fourianalistyawati, Endang. (2012). “Komunikasi Yang Relevan dan Efektif AntaraDokter Dan Pasien”. *Skripsi*. Universitas YARSI.
- Hidayat, Dasrun. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Kabar24.bisnis.com. “Obat Covid-19 di Apotek Habis, Jokowi: Terus Saya Cari di Mana?”, dilihat Desember 2021 di <https://kabar24.bisnis.com/read/20210724/15/1421245/obat-covid-19-di-apotek-habis-jokowi-terus-saya-cari-di-mana>
- Kompas.id. “Dampak Pandemi ke Layanan Halodoc”, dilihat Juli 2021 di <https://www.kompas.id/baca/kesehatan/2021/03/01/halodoc-layanan-telemedik-meningkat-selama-pandemi>
- Konsil Kedokteran Indonesia. (2006). *Komunikasi Efektif Dokter Pasien*. Jakarta:Benyamin Lumenta. Pasien, Citra, Peran Dan Perilaku, Kanisius,1989,Hlm.81.
- Koran.tempo.co. “Ketika Rumah Sakit Kerepotan Berburu Obat” dilihat Desember 2021 di <https://koran.tempo.co/read/berita-utama/466229/stok-obat-covid-19-di-rumah-sakit-mulai-habis>

- Maghfira, Annisa. (2016). “Profesi Dokter Ahli Kandungan Laki-Laki dalam Pandangan Hukum Islam Tahun 2016”. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.
- Molek, Ahlulia Dua'na. (2016). “Tinjauan Spesifisitas Penulisan Diagnosis Pada Surat Eligibilitas Peserta (Sep) Pasien Bpjs Rawat Inap Bulan Agustus DiRumah Sakit Panti Wilasa Citarum Semarang Periode 2015”. *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2004). *Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muskita, Putra. “Halodoc Hendak Jadi Salah Satu Platform Kesehatan Terbaik Di Indonesia”, dilihat Maret 2021 di <https://id.techinasia.com/halodoc-plarform-kesehatan-indonesia>
- Nextren. “Halodoc Jadi Aplikasi Populer Untuk Mencari Informasi Kesehatan”, dilihat Desember 2021 di <https://nextren.grid.id/read/011902663/halodoc-jadi-aplikasi-populer-untuk-mencari-informasi-kesehatan?page=all>
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.
- Rachmania, Putri. (2011). “Pola Komunikasi Dokter Terhadap Pasien Dalam ProsesPenyembuhan Di Klinik Makmur Jaya”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Suparno, BA, et.al. (2012). “Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja. Jurnal Ilmu Komunikasi”, dilihat Maret 2021 di <https://media.neliti.com/media/publications/99839-ID-computer-mediated-communication-situs-je.pdf>

Walther, Joseph B. (2011). *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations*.

Wood, Andrew F & Smith, Matthew J. (2005). *Online Communication*. Erlbaum Associates Publishers: New Jersey.