

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini, masyarakat dimudahkan dengan berbagai macam pengetahuan yang bersumber dari media baik berupa informasi maupun layanan yang bisa di akses dimana saja dan kapan saja. Karena tujuan dari perkembangan teknologi ini adalah memberikan kemudahan, efisiensi manusia dan meringankan beban manusia dalam kehidupan sehari-hari (Romli, 2016). Perkembangan ini membuat proses komunikasi antara komunikator dengan komunikator tidak harus tatap muka karena sudah banyak bermunculan media *online* yang menyediakan layanan sebagai fasilitas guna penunjang aktivitas sehari-hari. Menurut McKenna dan Bargh (Norhabiba & Ari, 2018) layanan berbasis online mempunyai 3 faktor yang membedakannya dengan layanan lain, yaitu (1) Tidak perlu mempertimbangkan aspek *psychical appearance* saat berinteraksi langsung karena kehadiran fisik menjadi kurang penting (2) Lokasi yang berbeda tidak lagi menjadi penghalang saat berinteraksi walaupun jarak yang jauh. (3) Kontrol atas waktu dan tempat ditentukan oleh individu. Saat ini kebutuhan dapat diakses melalui internet seperti kebutuhan kesehatan sehingga internet sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia.

Penggunaan internet akan kian mempermudah mengakses hal-hal yang kita butuhkan kapanpun dan dimanapun. Seperti di tempat umum, kantor, tempat hiburan, bahkan di rumah. Hal yang menjadi motif mendasar berkaitan dengan kebutuhan hidup individu seperti halnya kebutuhan layanan kesehatan. Dalam memenuhi kebutuhannya, masyarakat cenderung menggunakan media, salah satunya dengan menggunakan media online. Walaupun media dapat memilih khalayaknya, akan tetapi khalayak juga dapat memilih medianya berdasarkan

menyesuaikan dengan kebutuhannya. Media *online* atau internet memiliki berbagai macam jenisnya, diantaranya seperti media sosial, website, blog, dan media lainnya. Hadirnya media *online* ini berkembang pesat dengan menyediakan layanan-layanan yang menyesuaikan motif kebutuhan khalayak.



Gambar 1. Jumlah Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia
Sumber : Apjii.or.id

Pesatnya perkembangan media *online* ini terlihat berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020) yang menggambarkan tingkat pengguna internet di Indonesia. Hasil survey menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun dari tahun ke tahun semakin meningkat. Pada tahun 2019-2020 pada Q2 mengalami peningkatan menjadi 196,71 juta jiwa, dimana angka tersebut setara dengan 73,7% dari populasi negara Indonesia. Jumlah ini menggambarkan kebutuhan masyarakat untuk mendapat informasi dalam waktu yang singkat dan cepat sehingga hal ini dimanfaatkan oleh berbagai penyedia layanan berbasis internet untuk memaksimalkan pelayanannya. Di Indonesia sendiri tingkat kesadaran masyarakat tentang kesehatan terus meningkat, berdasarkan hasil riset dari (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) menyatakan sebanyak 51,06% khalayak melakukan pencarian di bidang kesehatan. Hasil riet ini telah

menggambarkan masyarakat telah menyadari adanya layanan kesehatan berbasis internet.

Berkembangnya masalah sosial setelah Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana melalui Keputusan Nomor 9A Tahun 2020, menyatakan Covid-19 sebagai pandemi dunia oleh WHO dan juga telah dinyatakan sebagai Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona. Melihat penyebaran virus sudah semakin meningkat dan meluas dimana hubungan tatap muka antara dokter dengan pasien dalam layanan kesehatan semakin beresiko dan rawan dalam penyebaran. Pemilihan media *online* yang mendukung pembatasan pelayanan kesehatan secara tatap muka melalui pemanfaatan layanan kesehatan berbasis internet menjadi langkah yang tepat. Kemunculan media ini juga dalam upaya meningkatkan aksesibilitas akan fasilitas kesehatan yang merupakan sebuah solusi dari keterbatasan akses tenaga medis di seluruh penjuru Negara. Menurut Reetz, Maryani dan Agustina (2020) selama masa pandemi, penggunaan media selama krisis memiliki relevansi yang tinggi karena kebutuhan orang akan informasi cenderung berbeda antara peristiwa krisis dan situasi ketidakpastian yang tinggi sehingga hal ini menunjukkan bahwa orang cenderung secara aktif mencari lebih banyak informasi selama krisis kesehatan dibandingkan kondisi normal.

Peningkatan aksesibilitas layanan kesehatan ini dapat dicapai dengan konsultasi melalui aplikasi dengan fitur chat, telepon, telepon video atau layanan lainnya. Melalui fitur yang ada, pasien dapat memilih kategori keluhan mengenai kesehatannya, lalu pasien dapat langsung dikonsultasikan dengan pilihan chat, telepon atau telepon video dengan dokternya. Hadirnya layanan kesehatan online seperti ini, dokter dan pasien sama-sama diuntungkan baik dari segi biaya, akomodasi, kenyamanan aksesibilitas dan *contactless* serta yang paling penting adalah kepuasan kebutuhan. Selain itu, tujuan dari layanan ini adalah bentuk

tindakan pencegahan untuk menghentikan berkembangnya berbagai macam penyakit atau virus bagi pasien yang memiliki resiko.



Gambar 2. Logo Halodoc

Salah satu layanan kesehatan berbasis *online* yang muncul di Indonesia adalah aplikasi Halodoc. Pada bulan Oktober 2019, Daily Social Research mempublikasikan laporan “Pemahaman Pasar Wellness di Jakarta” yang menjelaskan salah satu hasil risetnya yaitu mengenai penggunaan aplikasi layanan kesehatann di Jakarta (DSResearch, 2019). Dari laporan ini diketahui bahwa dari 600 responden yang dilibatkan, sebesar 57,7% responden menjadikan Halodoc sebagai *top of mind* layanan kesehatan berbasis digital. Melalui data ini dapat menggambarkan bahwa Halodoc telah hadir menyediakan layanan kesehatan bahkan sebelum covid-19 terjadi.



Gambar 3. Data Penggunaan Aplikasi Halodoc Selama Masa Pandemi

Halodoc diluncurkan pada tahun 2016. Dari hasil publikasi yang di tayangkan oleh Kemkominfo TV pada tanggal 6 November 2020 melalui akun Youtube nya dengan judul “[DIALOG] Berinovasi dan Optimis Meningkatkan Usaha di Masa Pandemi”, CO-Founder Halodoc Bapak Doddy Lukito menjelaskan selama masa pandemi covid-19 aplikasi Halodoc berhasil menembus 18 juta pengguna dengan mengcover 100 kota di seluruh penjuru Indonesia. Aplikasi Halodoc ini telah menjalin Kerjasama dengan 20.000 dokter di seluruh Indonesia yang telah memiliki nomor STR (surat tanda registrasi), selain itu Halodoc telah menjalin kerjasama dengan 5000 fasilitas kesehatan. Aplikasi ini menghadirkan layanan konsultasi, tes lab, buat janji RS, antar obat, artikel-artikel mengenai kesehatan serta yang mengikuti kondisi pandemic ini adalah layanan tes covid-19 dan konsultasi mengenai covid-19. Setiap pengguna bisa memilih dokter yang sesuai dengan kebutuhannya kesehatannya.

Selain itu, selama puncaknya masa pandemi, layanan konsultasi di aplikasi Halodoc mengalami peningkatan sebanyak 6x lipat, dan pembelian obat meningkat sebesar 300%, penggunaan aplikasi Halodoc ini tercatat 20 juta pengguna aktif dalam satu bulan. Berlanjut pada masa new normal, layanan tes covid-19 juga mengalami peningkatan sebesar 65%. Melihat data diatas, terdapat peningkatan sebesar 300% dalam layanan kesehatan mental dimana hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar pengguna merasakan stress dan mencari solusi atau mencari model perilaku yang dapat dicontoh melalui aplikasi ini sehingga bisa mengurangi beban kesehatan mental dari khalayak. Untuk tetap terus mempertahankan kebugaran dapat terlihat transaksi pembelian suplemen atau vitamin juga meningkat sebanyak 2x lipat.



Gambar 4. Kepuasan yang Dirasakan Pengguna Aplikasi Halodoc

Kepuasan selalu berkaitan dengan perasaan, apabila perasaan dapat memenuhi kebutuhan maka kepuasan tersebut telah terpenuhi. Data diatas menggambarkan kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan aplikasi Halodoc, dimana khalayak membagi pengalamannya melalui akun Instagram pribadi pengguna. Akun Instagram Halodoc juga secara aktif *me-repost* setiap unggahan yang dibagikan penggunanya. Hal ini menggambarkan bahwa layanan kesehatan yang dihadirkan aplikasi Halodoc dapat membantu penggunanya dalam pemenuhan layanan kesehatan melihat dari keterbatasan interaksi secara langsung.

Halodoc bukanlah perusahaan start-up tunggal yang ada di sektor kesehatan berbasis aplikasi. Selain Halodoc, ada beberapa perusahaan-perusahaan seperti Klikdokter, Alodokter, dan YesDok. Namun dalam hal ini peneliti memilih Halodoc dalam penelitian ini karena:

1. YesDok dan Klikdokter memiliki jumlah pengunduh aplikasi lebih sedikit dibanding Halodoc, yang mana hanya melebihi 500.000 pengunduh, tetapi tidak mencapai 1.000.000, sedangkan Halodoc memiliki pengunduh lebih dari 18.000.000

2. Halodoc memiliki tampilan Interface yang lebih menarik dari ketiga pesaingnya.
3. Halodoc memiliki rating yang lebih tinggi pada aplikasinya di Play Store di mana Halodoc memiliki rating 4.8/5. Sedangkan Klikdokter 4.2/5, YesDok (4.5) sebagai pesaingnya tidak mencapai angka tersebut hal ini berdasarkan hasil riset peneliti melalui Play Store dan App Store.

Hal tersebut menjadi alasan utama peneliti memilih Halodoc karena melihat kebutuhan masyarakat pada layanan konsultasi yang diberikan dapat memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Melihat kondisi yang terjadi saat ini dimana masyarakat memiliki keterbatasan dalam layanan kesehatan secara tatap muka sehingga mereka mencari alternatif lain dengan beralih menggunakan media berbasis *online* untuk membantu memenuhi kebutuhan layanan kesehatan mereka melalui aplikasi Halodoc. Pada dasarnya, pengguna memilih sebuah media mengikuti motif kebutuhan dan tujuannya, hal ini menunjukkan bahwa terpenuhinya kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada di tangan individu karena individu khalayak memiliki peran yang aktif. Dalam konteks pelayanan berbasis *online*, motif yang mendasari dalam penggunaan media memiliki pengaruh terhadap kepuasan penggunanya. Terpenuhinya kebutuhan layanan konsultasi kesehatan mencerminkan efisien atau tidaknya aplikasi tersebut. Karna itulah penting untuk menentukan motif-motif yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Motif dalam penggunaan media menjadi focus pada penelitian ini. Untuk itu, peneliti ingin mengukur sejauh mana pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan konsumen dalam sebuah layanan kesehatan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, peneliti melakukan dan menyusun suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Motif Penggunaan Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan Pengguna dalam Layanan Kesehatan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan aplikasi Halodoc terhadap kepuasan pengguna dalam layanan kesehatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motif penggunaan aplikasi Halodoc terhadap kepuasan pengguna dalam layanan kesehatan.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menguji teori komunikasi *Uses and Gratifications* serta memberikan kontribusi sebagai bahan referensi keilmuan komunikasi.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa pengetahuan tentang motif penggunaan media yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna sehingga masyarakat bisa menggunakan media dengan lebih bijak lagi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teoritis mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional. Pengujian data serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan deskripsi objek penelitian, analisis kuantitatif, intepretasi dan argumen terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian bagi pihak yang berkepentingan.