

Komunikasi Kesehatan Mental untuk Menciptakan Kepuasan Pengguna *Telemedicine*

Diva Khautsar Dipraja¹, Kussusanti Kussusanti²

Universitas Al Azhar Indonesia

divakd11@gmail.com¹, kussusanti@uai.ac.id²

ABSTRAK: Komunikasi secara *online* melalui *mobile apps* masih terus mencari bentuk, agar dapat dilakukan secara efektif dan dapat diterima dengan baik oleh lawan bicara. Salah satu *mobile applications* yang banyak digunakan masyarakat saat ini adalah telemedisin (*telemedicine*), yang menawarkan berbagai layanan kesehatan. Dalam komunikasi kesehatan, pesan yang diberikan dokter secara tatap muka terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Namun, belum ditemukan penelitian mengenai kepuasan pengguna telemedisin, khususnya dalam hal kesehatan mental di Indonesia. Salah satu jasa layanan kesehatan mental di Indonesia adalah Halodoc, yang menyediakan konsultasi psikologi serta artikel kesehatan. Penelitian ini berupaya membuktikan apakah terdapat pengaruh komunikasi dalam konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental terhadap kepuasan pengguna Halodoc. Beberapa konsep yang digunakan adalah komunikasi kesehatan, psikologi komunikasi, komunikasi antarpribadi, karakteristik pesan dan kepuasan pelanggan. Dengan metode kuantitatif, penelitian ini bersifat eksplanatif. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* hingga diperoleh 100 orang responden pria dan wanita di atas 17 tahun yang melakukan konsultasi psikologi dan membaca artikel kesehatan mental di Halodoc dalam 6 bulan terakhir. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Docs. Dengan signifikansi 0,00 untuk seluruh hipotesis, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pesan konsultasi psikologi (0,461), artikel kesehatan mental (0,469) dan secara bersama-sama (0,560) terhadap kepuasan pengguna telemedisin.

Kata kunci: karakteristik pesan, komunikasi kesehatan mental, kepuasan pengguna, telemedisin

ABSTRACT: *Communication through mobile apps is still looking for a better form, how to be carried out effectively, and how to be well received by the audience. One of the mobile apps widely used by the public today is telemedicine, which offers the integration of various health services. In health communications, the message sent by the doctor is proven to affect patient satisfaction. However, no studies on user satisfaction with telemedicine regarding mental health have been found. One telemedicine service in Indonesia is Halodoc, which provides psychological consultation and mental health articles. This study seeks to prove whether the quality of psychological consultation messages and mental health articles affects Halodoc user satisfaction. Concepts used are health communication, communication psychology, interpersonal communication, message quality, and customer satisfaction. With the quantitative method, this research sampling technique was purposive sampling. Questionnaires were distributed through Google Docs to 100 male and female respondents over 17 years old who had psychological consultations and read mental health articles through Halodoc in the last six months. With all the significant values being 0,000, this study finds out the effect of message in psychological consultation (0,461), mental health articles (0,469), and both together (0,560) on telemedicine user satisfaction.*

Keywords: mental health communications, message characteristics, user satisfaction, telemedicine

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, *mobile applications* semakin banyak digunakan masyarakat. Salah satunya adalah di bidang kesehatan atau sering disebut telemedisin. Di bidang kesehatan mental, telemedisin menyediakan jasa konsultasi psikologi dan berbagai artikel kesehatan mental. Teknologi komunikasi jarak jauh ini efektif digunakan di bidang kesehatan mental, termasuk psikiatri (Shore, Schneck, & Mishkind, 2020).

Dalam konsultasi psikologi, terjalinlah komunikasi antarpribadi secara bertatap muka, menggunakan pesan verbal maupun non-verbal. Untuk meningkatkan efektifitas komunikasi antar pribadi, Patriana (2014) menyampaikan bahwa sikap positif, kesetaraan, keterbukaan, empati dan dukungan perlu diperhatikan. Dalam komunikasi kesehatan; penelitian Peltola, Isotalus, & Åstedt-Kurki (2018) menunjukkan beberapa upaya yang perlu diwujudkan dalam *interpersonal communications* dengan pasien, yaitu *building trust* (membangun kepercayaan), *willingness to communicate* (kemauan berkomunikasi), *emotional presence* (merasakan emosi pasien) dan *appropriateness* (kesesuaian dengan kebutuhan pasien). Oleh karena itu, untuk dapat berkomunikasi dengan baik dalam menjalankan fungsi konsultasi, para psikolog perlu memahami konsep psikologi komunikasi, yakni untuk menggambarkan, menduga, dan mengontrol emosi serta perilaku lawan bicara (Putri, 2019).

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa komunikasi kesehatan merupakan hal penting dalam pemberian intervensi kesehatan kepada pasien, yang berperan dalam meningkatkan kepuasan pasien (Kourkouta & Papathanasiou, 2014). Begitupula dalam hal layanan kesehatan mental melalui telemedisin. Para psikolog yang tergabung dalam sebuah telemedisin diharapkan mampu menyampaikan pesan dengan baik. Namun sayangnya, masih muncul beberapa keluhan pengguna telemedisin, bahkan kekecewaan pelanggan tidak diimbangi dengan cara berkomunikasi yang baik (Kussusanti, Arindita, Atmadi, & Arifah, 2021). Oleh karena itu, penyampaian pesan pada sebuah telemedisin perlu diperhatikan. Selain memberikan jasa konsultasi psikologi, telemedisin juga menyajikan berbagai artikel kesehatan mental bagi para penggunanya. Hal ini juga perlu mendapat perhatian karena kualitas dari sebuah pesan harus baik agar tujuan

komunikasi dapat tercapai (Malakalamere, 2014).

Pentingnya komunikasi di bidang kesehatan juga terlihat dari penelitian Kussusanti, Gunawan, & Turpyn (2022) yang menyatakan bahwa *listening behavior* yang baik serta cara berkomunikasi yang asertif dari petugas rumah sakit terbukti dapat mencegah pasien untuk beralih ke rumah sakit lain. Bahkan, komunikasi efektif, yang dirumuskan dalam konsep *communications justice*, dalam penanganan keluhan pelanggan terbukti dapat menghasilkan *post recovery satisfaction* (Kussusanti, Tjiptoherijanto, Halim, & Furinto, 2021). Dilihat dari beberapa penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian mengenai komunikasi kesehatan mental dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna telemedisin di Indonesia. Oleh karena itu, permasalahan yang akan dilihat dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental terhadap kepuasan pengguna telemedisin. Penelitian ini mendesak dilakukan mengingat masyarakat Indonesia yang megalami gangguan mental, meningkat setiap tahun. Diperkirakan, penderita kesehatan mental di Indonesia akan berjumlah 3,24 juta orang pada tahun 2024 (Sulaiman & Varwati, 2023). Di sisi lain, akses pada fasilitas kesehatan mental masih terbatas, sehingga kehadiran telemedisin dapat membantu para penderita gangguan mental. Oleh karena itu, penelitian ini mendesak dilakukan agar hasilnya dapat memberi kontribusi pada peningkatan layanan telemedisin di bidang kesehatan mental.

Telemedisin yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Halodoc karena di Indonesia Halodoc berada di urutan teratas telemedisin yang terdaftar pada Kemenkes RI (data per 26 Juni 2022) dengan lebih dari 10 juta pengunduh, rating 4,8 dari 5 dan diulas oleh lebih dari 382.000 orang. Di urutan berikutnya ada Alodokter, KlikDokter, Good Doctor, dan SehatQ serta beberapa telemedisin lain. Begitu pula jika dilihat dari hasil penelitian DSResearch (2019), Halodoc menjadi *top of mind* di kategori telemedisin (Eka, 2019). Dari uraian ini, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental terhadap kepuasan pengguna telemedisin Halodoc.

TINJAUAN PUSTAKA

Maraknya penggunaan *mobile applications* seperti telemedisn memiliki kelebihan dan kekurangan. Dalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC), disebutkan bahwa komunikasi melalui media komputer memiliki karakteristik dan keterbatasan dibanding komunikasi tatap muka langsung (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2019). *Social Information Processing* (SIP) sebagai salah satu bagian dari teori CMC menyebutkan bahwa manusia berusaha untuk membangun dan mengembangkan hubungan interpersonal. Dalam upaya berkomunikasi melalui media komputer, diperlukan upaya pemrosesan informasi agar komunikasi menjadi efektif. Teori ini berpendapat bahwa komunikator memerlukan tambahan upaya untuk mengirimkan pesan, seperti emotikon, pilihan konten atau gaya komunikasi yang lebih baik.

Teori kedua dalam CMC adalah *social presence theory* yang menunjukkan bahwa pesan yang hanya berbasis teks membuat para pengguna CMC memerlukan kehadiran secara sosial yang diwakili oleh seseorang. Sejauh kita tidak merasa ada orang di seberang sana, komunikasi menjadi lebih impersonal, individualistik, dan hanya berorientasi sebagai upaya menjalankan tugas. Dalam memberi layanan konsultasi psikologi, telemedisn diwakili oleh seorang psikolog yang berupaya agar kehadirannya dapat dirasakan oleh para pengguna telemedisn. Lebih lanjut, penelitian Joseph Walter menunjukkan bahwa orang dapat memperoleh kepuasan dengan menjalin hubungan melalui media *online*, bahkan kadangkala lebih memuskan dibanding interaksi *offline* (Griffin et al., 2019).

Oleh karena itu, menjaga kualitas pesan perlu terus diupayakan agar penerima merasa puas, termasuk dalam layanan kesehatan. Kualitas pesan ialah tingkat penyampaian sesuatu dari komunikator kepada komunikan untuk memberi informasi yang diharapkan oleh komunikan. Jika kualitas pesan yang disampaikan baik, maka informasi yang diterima komunikan akan sesuai dengan ekspektasi komunikator. Untuk mengukur kualitas pesan dalam komunikasi kesehatan, Evert (2020) menggunakan lima *inevitable law of effective communication*, yakni *respect, empathy, audible, clarity, and humble* (REACH). Dengan indikator ini, pesan seorang psikolog dinilai apakah menghargai pasien, memahami kondisinya, dapat dimengerti,

jelas dan rendah hati.

Melengkapi layanan konsultasi psikologi ini, beberapa telemedisn menyediakan artikel kesehatan mental, berisi berbagai informasi, tips menjaga kesehatan mental, hingga berbagai *fun fact*, dengan nara sumber psikolog yang berpengalaman di bidangnya. Pesan dalam sebuah artikel dapat ditinjau dari konsep 7C yang dicetuskan oleh Broom & Sha (2013), yaitu *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (konten), *clarity* (kejelasan), *continuity* dan *consistency* (kesinambungan dan konsistensi), *channel* (saluran), serta *capability of the audience* (keampuan lawan bicara). Konsep 7C ini menjelaskan bahwa sebuah pesan harus diberikan oleh narasumber yang memiliki kredibilitas, isinya sesuai dengan kenyataan di masyarakat, bermakna dan bermanfaat bagi penerimanya, jelas, berkesinambungan, menggunakan media yang tepat serta sesuai dengan daya tangkap pembacanya. Beberapa penelitian menunjukkan strategi 7C ini diterapkan dalam berbagai praktik komunikasi, seperti dalam komunikasi kebijakan pemerintah (Zaenudin, Sartika, & Haryanegara, 2021), program humas (Bajri & Irwansyah, 2019) maupun program sosialisasi (Munawir & Tomohardjo, 2021).

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada model teori Stimulus-Organisme-Respons. Model yang dicetuskan oleh Mehrabian & Russel pada tahun 1974 ini menunjukkan bahwa sebuah rangsangan (Stimulus) eksternal menerpa sebuah organisme (O) yang memicu pengetahuan atau emosi dan selanjutnya menghasilkan respon (R) tertentu. Model ini telah banyak digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan hubungan antara stimulus dan respon, misalnya pada aktivitas *social media marketing* (Ibrahim & Aljarah, 2023). Namun, belum banyak ditemukan penelitian mengenai model ini dalam *mobile applications*, khususnya telemedisn. Dalam konteks komunikasi kesehatan mental melalui telemedisn, kepuasan pengguna merupakan respon yang diharapkan tercipta oleh pengelola telemedisn. Kepuasan pengguna sebagai pelanggan ini diartikan sebagai tanggapan atas terpenuhinya kebutuhan atas barang atau jasa, yang dinilai sesuai dan memberikan kenyamanan. Dalam hal layanan telemedisn ini terbukti dipengaruhi oleh kualitas layanan (Fransiska & Bernarto, 2021).

Penelitian Felix (2017) membuktikan bahwa kepuasan konsumen berdampak positif

terhadap citra perusahaan. Hal ini dilakukan dengan menjalin hubungan baik dengan publik, salah satunya adalah pelanggan (Rondonuwu, 2016). Kepuasan konsumen dapat diukur melalui dimensi harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman serta konfirmasi (Anggoro & Baskoro, 2022). Sebelum membeli barang atau menggunakan jasa, seorang pelanggan biasanya memiliki harapan (*expectations*). Elemen kedua adalah kualitas (*performance*) dari barang atau jasa yang dibeli pelanggan. Selanjutnya, pelanggan akan membandingkan (*comparison*) antara harapannya dengan kualitas barang atau jasa yang dibelinya. Elemen keempat adalah pengalaman (*experience*), yakni apa yang dialami pelanggan saat menggunakan produk atau jasa membuat mereka puas. Sementara itu, elemen kelima adalah konfirmasi (*confirmation*), yang mana harapan sesuai dengan kualitas yang didapat atau dikonfirmasi (*disconfirmation*) jika kualitas produk lebih rendah dari harapan.

Dari uraian ini, dapat dirumuskan tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu pesan konsultasi psikologi (X1), artikel kesehatan mental (X2), dan kepuasan pengguna telemedisir (Y). Variabel pesan konsultasi psikologi adalah variabel yang mengukur seberapa baik pesan yang disampaikan oleh psikolog melalui fitur chat pada telemedisir. Pesan ini akan diukur menggunakan indikator REACH, yakni *respect, empathy, audible, clarity* dan *humble* (Evert, 2020). Variabel artikel kesehatan mental adalah variabel yang mengukur seberapa baik pesan dalam artikel kesehatan mental pada telemedisir. Variabel ini akan diukur menggunakan konsep 7C, yakni "*Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and consistency, Channel, Capability of the audience*" (Munawir & Tomohardjo, 2021). Sementara, variabel kepuasan pelanggan adalah variabel yang mengukur seberapa puas pengguna telemedisir terkait layanan yang disediakan di bidang kesehatan mental. Variabel ini akan diukur melalui lima indikator, yakni harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman, serta konfirmasi (Anggoro & Baskoro, 2022).

Berdasarkan uraian ini, dapat diajukan tiga hipotesis sebagai berikut:

H1: Pesan konsultasi psikologi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna telemedisir.

H2: Artikel kesehatan mental berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna telemedisir.

H3: Pesan konsultasi psikologi dan

artikel kesehatan mental secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna telemedisir.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data maupun analisa data dilakukan secara terstruktur, berupa angka-angka sehingga diperlukan statistik sebagai alat analisa. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif, yakni dilakukan untuk menjelaskan mengapa suatu kejadian terbentuk. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna telemedisir Halodoc di Indonesia. Dengan teknik *non-probability sampling*, penarikan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* hingga didapat 100 responden dengan kriteria pria dan wanita, usia di atas 17 tahun yang melakukan konsultasi psikologi dan membaca artikel kesehatan mental melalui Halodoc dalam 6 bulan terakhir. Dengan teknik survei, proses pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan kuesioner melalui Whatsapp, email maupun bertatap muka langsung kepada orang-orang yang memenuhi kriteria sebagai responden.

Sebagai instrumen pengumpulan data, kuesioner dibuat menggunakan Google Docs, dengan memberikan beberapa pernyataan dan pilihan jawaban. Responen diminta memilih jawaban sesuai dengan pendapatnya. Untuk mengukurnya, digunakan Skala Likert dengan memberi skor pada setiap pilihan jawaban, yakni skor 1 untuk "Sangat Tidak Setuju", skor 2 untuk "Tidak Setuju", skor 3 untuk "Setuju" dan skor 4 untuk "Sangat Setuju". Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS 25*. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian, dilakukan perhitungan Cronbach's alpha. Seluruh pernyataan dalam kuesioner diuji secara bersama-sama. Kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha $> 0,60$. Sebaliknya, kuesioner dinyatakan tidak reliabel jika Cronbach's alpha $< 0,60$, sedangkan untuk menguji validitas instrumen penelitian ini, dilakukan perhitungan Pearson Correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antar setiap pernyataan pada kuesioner. Pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid jika angka Pearson Correlation $> 0,5$. Sebaliknya, pernyataan pada

kuesioner dinyatakan tidak valid jika angka Pearson Correlation < 0,5 (Ghozali, 2018).

Setelah data terkumpul, dilakukan analisa untuk univariat, bivariat, dan multivariat. Analisa univariat dilakukan untuk menganalisa satu variabel, menggunakan distribusi frekuensi untuk membuat klasifikasi tertentu, sedangkan analisa bivariat dilakukan untuk melihat hubungan atau korelasi antara dua variabel, dan menguji apakah terdapat pengaruh antara *independent variable* terhadap *dependent variable*. Dalam penelitian ini, pesan konsultasi psikologi sebagai *independent variable* pertama (X1) dan artikel kesehatan mental sebagai *independent variable* kedua (X2), sedangkan dependent variable (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna telemedisir. Terakhir, dilakukan analisa multivariat untuk menguji lebih dari dua variabel, yaitu apakah kedua *independent variable* dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap *dependent variable*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator dari ketiga variabel dalam penelitian ini terbukti valid. *Independent variable* pertama (X1) adalah pesan konsultasi psikologi, yakni variabel yang mengukur apakah pesan yang disampaikan oleh psikolog melalui fitur *chat* pada telemedisir, dianggap baik oleh penggunanya. Pesan ini diukur menggunakan indikator REACH, yakni *respect*, *empathy*, *audible*, *clarity*, dan *humble*. Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas kelima indikator ini valid. Tabel 2 menunjukkan hasil uji *independent variable* kedua (X2), yaitu artikel kesehatan mental, yang diukur dengan indikator 7C: "*credibility*, *context*, *content*, *clarity*, *continuity and consistency*, *channel*, *capability of the audience*". Hasil uji validitas menunjukkan ketujuh indikator ini valid.

Dependent variable (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna telemedisir yang diukur melalui lima indikator, yakni "*expectation*, *performance*, *comparison*, *experience*, dan *confirmation*". Pada Tabel 3 terlihat hasil uji validitas yang menunjukkan seluruh indikator dalam variabel ini valid. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 19 item pernyataan dalam kuesioner menggunakan

Software SPSS. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel reliabel, dengan angka Cronbach's Alpha > 0,6.

Tabel 1. Validitas Variabel X1 - Pesan Konsultasi Psikologi

Indikator	Pearson Correlation	Ket
Pesan konsultasi psikologi menunjukkan sikap menghargai (Respect)	0,779	Valid
Pesan konsultasi psikologi menunjukkan empati (Empathy)	0,802	Valid
Pesan konsultasi psikologi dapat diterima (Audible)	0,763	Valid
Pesan konsultasi psikologi jelas, dapat dipahami (Clarity)	0,725	Valid
Pesan konsultasi psikologi menunjukkan sikap rendah hati (Humble)	0,756	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 2. Validitas Variabel X2 - Artikel Kesehatan Mental

Indikator	Pearson Correlation	Ket
Artikel kesehatan mental memiliki kredibilitas (Credibility)	0,741	Valid
Artikel kesehatan mental sesuai dengan keadaan (Context)	0,668	Valid
Artikel kesehatan mental memberi informasi yang dibutuhkan (Content)	0,668	Valid
Artikel kesehatan mental mudah dimengerti (Clarity)	0,708	Valid
Artikel kesehatan mental secara berkesinambungan memberi informasi seputar kesehatan mental (Continuity and consistency)	0,677	Valid
Artikel kesehatan mental tepat disampaikan melalui telemedicine (Channel)	0,696	Valid
Artikel kesehatan mental mempertimbangkan kemampuan pembaca untuk memahami (Capability of audience)	0,665	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 3. Validitas Variabel Y: Kepuasan Pengguna Telemedisir

Indikator	Pearson Correlation	Ket
Layanan telemedicine sesuai dengan harapan pengguna (Expectation)	0,739	Valid
Kinerja telemedicine memuaskan (Performance)	0,796	Valid
Apa yang diterima pengguna telemedicine sebanding dengan harapannya (Comparison)	0,781	Valid
Pengalaman yang dirasakan pengguna telemedicine memuaskan (Experience)	0,591	Valid
Harapan pengguna telemedicine sesuai dengan apa yang dirasakan (Confirmation)	0,665	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 4. Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Pesan Konsultasi Psikologi	0,840	0,841	6
Artikel Kesehatan Mental	0,813	0,816	7
Kepuasan Pengguna Telemedicine	0,805	0,803	6

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari penyebaran kuesioner berisi 19 butir pernyataan, diperoleh sebanyak 100 responden pria atau wanita, berusia di atas 17 tahun yang melakukan konsultasi psikologi dan membaca artikel kesehatan mental pada telemedicine Halodoc. Dari seluruh responden ini, responden pria lebih banyak yaitu 55 orang atau 55%, sedangkan responden wanita sebanyak 45 orang atau 45%. Sebanyak 83 orang atau 83% berusia 21-25 tahun, sebanyak 13 orang atau 13% berusia 17-20 tahun sebanyak 4 orang atau 4% berusia lebih dari 30 tahun. Analisa univariat dilakukan terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini, dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 4. Tabel 5 menunjukkan hasil analisa univariat untuk variabel Pesan Konsultasi Psikologi.

Tabel 5. Analisa Univariat Variabel X1: Pesan Konsultasi Psikologi

Indikator	Mean	Modus
Respect	3,48	4
Empathy	3,48	4
Audible	3,41	3
Clarity	3,49	3
Humble	3,35	3
Total rata-rata	3,44	

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari data ini terlihat bahwa nilai total rata-rata pesan yang disampaikan dalam konsultasi psikologi adalah 3,44. Nilai ini termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap kelima aspek pesan konsultasi psikologi yaitu "respect, empathy, audible, clarity dan humble" (REACH), sesuai dengan penelitian Evert (2020). Psikolog dalam layanan konsultasi dinilai menghargai orang yang berkonsultasi (respect), dapat merasakan apa yang dirasakan pasien (empathy). Pesan dalam konsultasi psikologi sudah diterima dengan baik (audible), serta dinilai jelas, mudah dipahami dan tidak membingungkan (clarity). Terkait unsur kelima dari hukum komunikasi efektif, psikolog pada telemedicine Halodoc ini dinilai rendah hati (humble).

Dari kelima indikator ini, yang paling dinilai baik adalah dalam hal clarity. Dengan skor 3,49, menurut responden, pesan yang disampaikan

oleh psikolog, mudah dimengerti. Sementara yang paling dinilai rendah, dengan skor 3,35, adalah indikator humble, yakni mengenai sikap rendah hati dari psikolog. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang masih perlu mendapat perhatian dari sebuah telemedicine adalah mengenai sikap rendah hati dari psikolog. Kejelasan pesan yang disampaikan psikolog sudah dinilai baik oleh para pengguna jasa telemedicine Halodoc.

Variabel kedua dalam penelitian ini adalah artikel kesehatan mental yang mengukur penilaian pengguna telemedicine Halodoc terhadap artikel kesehatan mental yang disediakan.

Tabel 6. Analisa Univariat Variabel X2: Artikel Kesehatan Mental

Indikator	Mean	Modus
Credibility	3,49	4
Context	3,39	3
Content	3,42	4
Clarity	3,45	3
Continuity and consistency	3,44	4
Channel	3,40	4
Capability of the audience	3,52	4
Total rata-rata	3,44	

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Dari Tabel 6 terlihat bahwa variabel artikel kesehatan mental dinilai oleh responden dengan rata-rata skor sebesar 3,44 untuk ketujuh indikator. Skor rata-rata total tersebut termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap ketujuh aspek dalam artikel kesehatan mental yaitu "credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, and capability of the audience" (7C). Hal ini mengkonfirmasi hasil penelitian (Zaenudin et al., 2021), (Bajri & Irvansyah, 2019) dan (Munawir & Tomohardjo, 2021).

Para responden menilai artikel kesehatan mental Halodoc ini ditulis oleh narasumber yang memiliki kredibilitas (credibility) sehingga informasinya dapat dipercaya guna memberi motivasi dan solusi. Indikator kedua adalah context, yakni artikel kesehatan mental pada telemedicine Halodoc sesuai dengan keadaan sosial yang sedang terjadi. Artikel kesehatan mental ini dinilai mengandung informasi yang dibutuhkan sehingga bermanfaat bagi penggunanya (content). Dalam hal clarity, artikel ini dinilai jelas, sehingga pembaca

dapat memahami artikel dengan mudah.

Dalam hal continuity and consistency, artikel kesehatan mental Halodoc dinilai baik, dengan adanya artikel yang secara konsisten dan berkesinambungan memberi informasi seputar kesehatan mental. Saluran (channel) melalui telemedicine ini pun dinilai sebagai media yang tepat bagi responden untuk mencari informasi seputar kesehatan mental. Terakhir, artikel kesehatan mental ini dinilai sesuai dengan kemampuan pembaca (capability of the audience), tidak menggunakan istilah yang sulit sehingga tidak membebani pembaca untuk memahaminya.

Dari ketujuh indikator ini, terlihat bahwa unsur capability of the audience merupakan indikator dengan nilai tertinggi dalam artikel kesehatan mental, yakni dengan skor rata-rata 3,52, sedangkan indikator context dinilai paling rendah, yakni dengan skor rata-rata 3,39. Oleh karena itu, artikel kesehatan mental perlu lebih disesuaikan dengan keadaan sosial yang terjadi. Variabel ketiga, yaitu kepuasan pengguna telemedicine, adalah dependent variable (Y) yang mengukur tingkat kepuasan responden dalam menggunakan layanan telemedicine Halodoc.

**Tabel 7. Analisa Univariat
Variabel Y: Kepuasan Pengguna Telemedisir**

Indikator	Mean	Modus
Expectation	3,52	4
Performance	3,50	4
Comparison	3,39	3
Experience	3,53	4
Confirmation	3,36	3
Total rata-rata	3,45	

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa kepuasan yang diberikan oleh responden, total rata-rata bernilai 3,45. Skor rata-rata total ini termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap kelima aspek kepuasan yaitu expectation, performance, comparison, experience dan confirmation, sesuai dengan Anggoro & Baskoro (2022).

Kepuasan pengguna telemedicine Halodoc terlihat dari faktor expectation, yaitu harapan pengguna yang terbentuk sebelum mereka menggunakan telemedicine Halodoc. Ternyata,

layanan telemedicine ini dinilai sesuai dengan harapan penggunanya. Kepuasan pengguna juga terlihat dari faktor performance, yakni kinerja aktual jasa Halodoc dinilai baik dan memuaskan. Indikator ketiga dari variabel kepuasan pengguna telemedicine adalah comparison, yaitu bagaimana pengguna telemedicine membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang diterima. Dari indikator ini, terlihat bahwa pengguna telemedicine ini puas.

Kepuasan pengguna telemedicine juga dilihat dari faktor experience, yakni apakah pengalaman mereka dalam menggunakan jasa telemedic平e ini memuaskan. Hasilnya, penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan dari sisi experience merupakan faktor yang paling tinggi dinilai baik oleh pengguna jasa Halodoc, yakni dengan nilai rata-rata sebesar 3,53. Terakhir, pengguna telemedicine merasa puas dalam hal confirmation. Walaupun indikator ini mendapat nilai rata-rata terdendah dibanding indikator lainnya, para pengguna telemedicine Halodoc mengkonfirmasi bahwa harapannya sesuai dengan apa yang dirasakan terkait kinerja aktual jasa telemedicine, yakni dengan nilai rata-rata 3,36.

Secara keseluruhan, pengguna telemedicine Halodoc merasa puas. Mereka memberi penilaian positif terhadap berbagai aspek kepuasan. Harapan pengguna terpenuhi dengan baik sesuai dengan layanan yang disediakan, serta kinerja aktual layanan dinilai baik dan memuaskan. Pengguna pun merasa puas dengan membandingkan harapan dengan realita yang diterima.

Setelah melakukan analisa univariat, dilanjutkan melakukan analisa bivariat untuk melihat hubungan dan pengaruh antara kedua variabel. Untuk itu, dilakukan analisis statistika korelasi bivariat dan uji statistik regresi.

**Tabel 8. Uji Korelasi Pesan Konsultasi Psikologi Dengan
Kepuasan Pengguna Telemedicine Correlations**

		Pesan Konsultasi Psikologi (X1)	Kepuasan Pengguna Telemedicine (Y)
Pesan Konsultasi Psikologi	Pearson Correlation	1	,679**
	Sig.(2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pengguna Telemedicine	Pearson Correlation	,679**	1
	Sig.(2-tailed)	,000	
	N	100	100

**Correlation is significant at the 0,01 level

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 8 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel pesan konsultasi psikologi (X1) dengan variabel kepuasan pengguna telemedicine (Y). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang menunjukkan $0,000 < 0,01$ yang berarti hubungan tersebut signifikan. Kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan nilai sebesar 0,679 yang artinya terdapat hubungan kuat antara variabel pesan konsultasi psikologi (X1) dengan variabel kepuasan pengguna telemedicine (Y).

Analisa bivariat kedua dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel artikel kesehatan mental dengan kepuasan pengguna telemedicine. Dari Tabel 9 terlihat adanya hubungan yang signifikan antara variabel artikel kesehatan mental (X2) dengan variabel kepuasan pengguna telemedicine (Y), dengan angka signifikan 0,000. Korelasi antara kedua variabel tersebut kuat, yakni sebesar 0,685.

Tabel 9. Uji Korelasi Artikel Kesehatan Mental Dengan Kepuasan Pengguna Telemedicine Correlations

		Artikel Kesehatan Mental (X2)	Kepuasan Pengguna Telemedicine (Y)
Artikel Kesehatan Mental	Pearson Correlation	1	,685**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pengguna Telemedicine	Pearson Correlation	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

**Correlation is significant at the 0,01 level

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Selanjutnya, untuk menguji pengaruh kedua variabel, dilakukan analisa bivariat. Dari uji ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,01. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pesan konsultasi psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna telemedicine, serta variabel artikel kesehatan mental berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna telemedicine. Hasil lengkap uji ANOVA dan Coefficients dapat dilihat pada Tabel 10 sampai Tabel 13 berikut ini:

Tabel 10. Uji ANOVA pengaruh pesan konsultasi psikologi terhadap kepuasan pengguna telemedicine
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regresion	272,568	1	272,568	86,951	,000 ^b
	Residual	318,182	98	3,247		
	Total	590,740	99			

^a Dependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y).

^b Predictors: (Constant), pesan konsultasi psikologi (X1).

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 11. Uji ANOVA pengaruh artikel kesehatan mental terhadap kepuasan pengguna telemedicine
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regresion	276,831	1	276,831	86,422	,000 ^b
	Residual	313,919	98	3,203		
	Total	590,750	99			

^a Dependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y).

^b Predictors: (Constant), pesan konsultasi psikologi (X1).

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 12. Uji Coefficients pengaruh pesan konsultasi psikologi terhadap kepuasan pengguna telemedicine
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	8,518	1,347		,6323 ,000
	Pesan Konsultasi Psikologi (X1)	,594	,065	,679	9,162 ,000

^a Dependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 13. Uji Coefficients pengaruh artikel kesehatan mental terhadap kepuasan pengguna telemedicine
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	7,287	1,459		,4,994 ,000
	Artikel Kesehatan mental (X2)	,558	,060	,685	9,296 ,000

^a Dependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Selanjutnya, uji regresi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh pesan konsultasi psikologi (X1) terhadap kepuasan pengguna telemedicine (Y). Dari tabel 14 terlihat bahwa pesan konsultasi psikologi (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedis (Y) dengan nilai koefisiensi regresi sebesar 0,679 dan nilai R Square sebesar 0,461. Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan konsultasi psikologi mempengaruhi kepuasan pengguna telemedis sebesar 46,1%, sedangkan sebesar 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji regresi selanjutnya

dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh variabel artikel kesehatan mental (X2) terhadap kepuasan pengguna telemedis (Y). Dari tabel 15 terlihat nilai R Square sebesar 0,469. Hal tersebut mengartikan bahwa artikel kesehatan mental mempengaruhi kepuasan pengguna telemedis sebesar 46,9%, sedangkan sebesar 53,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini mengkonfirmasi penelitian Anggoro & Baskoro (2022) yang membuktikan bahwa karakteristik pesan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dan hipotesa 2 terdukung dalam penelitian ini, yaitu pesan konsultasi psikologi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedis (H1) dan artikel kesehatan mental berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedis (H2). Dengan kata lain, kepuasan pengguna telemedis dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi kepada para penggunanya. Hal ini mengkonfirmasi penelitian (Fransiska & Bernarto, 2021), (Kussusanti et al., 2021) dan (Kussusanti et al., 2022).

Tabel 14. Uji Regresi Pengaruh Pesan Konsultasi Psikologi Terhadap Kepuasan Pengguna Telemedis
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,461	,456	1,80187

^aPredictors: (Constant), pesan konsultasi psikologi (X1)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 15. Uji Regresi Pengaruh Artikel Kesehatan Mental Terhadap Kepuasan Pengguna Telemedicine
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,685 ^a	,469	,463	1,78976

^aPredictors: (Constant), Kualitas Artikel Kesehatan Mental (X2)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Terakhir, dilakukan analisis multivariat untuk melihat hubungan antara lebih dari dua variabel. Hasil uji ANOVA dan Coeffcents menunjukkan bahwa pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna telemedis, dengan nilai signifikan sebesar 0,000, terlihat pada Tabel 16 dan Tabel 17. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini terdukung.

Multivariat regression analysis dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh variabel pesan konsultasi psikologi (X1) dan artikel kesehatan mental (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna telemedis.

Tabel 16. UJI ANOVA Pengaruh Pesan Konsultasi Pesikologi dan Artikel Kesehatan Mental Terhadap Kepuasan Pengguna Telemedis
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regresion	330,920	2	165,460	61,770	,000 ^b
	Residual	259,830	97	2,679		
	Total	590,750	99			

^aDependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y)

^bPredictors: (Constant), pesan konsultasi psikologi (X1), artikel kesehatan mental (X2)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 17. Uji Coeffcents Pengaruh Pesan Konsultasi Psikologi dan Artikel Kesehatan Mental Terhadap Kepuasan Pengguna Telemedis
Coeffcents^a

Model	Unstandardized Coeffcents		Standardized Coeffcents		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,263	1,408		3,737 ,000
	Pesan konsultasi psikologi (X1)	,352	,078	,403	4,494 ,000
	Artikel kesehatan mental (X2)	,341	,073	,418	4,667 ,000

^aDependent variable: kepuasan pengguna telemedicine (Y)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Sedangkan dari tabel 18 terlihat bahwa nilai R square adalah sebesar 0,560. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedis sebesar 56%, sedangkan 44% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 18. Pengaruh Pesan Konsultasi Psikologi Dan Artikel Kesehatan Mental Terhadap Kepuasan Pengguna Telemedis
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 ^a	,560	,551	1,63666

^aPredictors: (Constant), Pesan Konsultasi Psikologi (X1), Artikel Kesehatan Mental (X2)

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

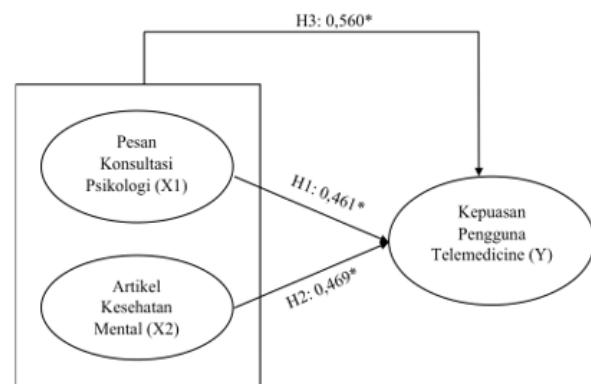
Rangkuman hasil peneltian ini dapat

dilihat pada Gambar 1. Dari gambar ini terlihat bahwa pengaruh artikel kesehatan mental lebih besar (0,469) dibanding pesan konsultasi psikologi (0,460) dalam menciptakan kepuasan pengguna telemedicine.

Selain itu, pengaruh pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental secara bersama-sama berpengaruh lebih kuat (0,560) dibanding pengaruh pesan konsultasi psikologi maupun artikel kesehatan mental secara terpisah. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya tidak dapat dipisahkan. Pesan dalam konsultasi psikologi saja tidak cukup. Begitu pula dengan artikel kesehatan mental saja tidak cukup. Jika kedua hal ini dinilai baik, pengaruhnya akan lebih besar dalam menciptakan kepuasan penggunanya.

Dalam komunikasi melalui media digital seperti telemedicine, khususnya dalam bidang kesehatan mental, komunikasi terbatas hanya pada unsur verbal melalui pesan konsultasi dari psikolog maupun artikel kesehatan mental. non verbal tidak mungkin dilakukan. Namun, komunikasi interpersonal yang terjadi antara psikolog dengan pengguna yang berkonsultasi ini masih tetap memungkinkan kedua pihak menangkap reaksi lawan bicara secara langsung. Melengkapi konsep komunikasi kesehatan dan psikologi komunikasi, komunikasi melalui telemedicine ini perlu didukung dengan unsur REACH dalam pesan konsultasi dan unsur 7C dalam artikel kesehatan mental, yang dalam penelitian ini terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedicine.

Komunikasi dalam telemedicine, terutama dalam bidang kesehatan mental, memang terbatas pada pesan verbal melalui konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental. Walaupun demikian, komunikasi non verbal tetap memungkinkan untuk menangkap reaksi secara langsung antara psikolog dan pengguna telemedicine. Oleh karena itu, konsep REACH dalam pesan konsultasi dan konsep 7C dalam artikel kesehatan mental perlu ditekankan sebagai faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pengguna telemedicine.



*Signifikan pada alpha < 0,001

Gambar 1. Rangkuman Hasil Penelitian

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa pesan konsultasi psikologi secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedicine Halodoc. Hubungan kedua variabel tersebut memiliki nilai yang cukup kuat. Begitu pula dengan artikel kesehatan mental, terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telemedicine Halodoc, dengan kekuatan hubungan yang sedikit lebih besar. Dengan kata lain, artikel kesehatan mental lebih besar pengaruhnya dibanding pesan konsultasi psikologi terhadap kepuasan pengguna Halodoc.

Lebih lanjut, kualitas pesan pada konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental, secara bersama-sama terbukti secara signifikan berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan pengguna telemedicine ini. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna telemedicine akan lebih besar jika pesan konsultasi psikologi dan artikel kesehatan mental sama-sama baik kualitasnya.

Untuk penelitian selanjutnya dapat disarankan untuk mengukur pengaruh variabel lain seperti kualitas pelayanan, penggunaan chatbot atau artificial intelligence, maupun penanganan keluhan terhadap kepuasan pengguna telemedicine. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan desain penelitian lainnya seperti survei longitudinal, eksperimen, metode kualitatif atau mix method agar mendapatkan data secara lebih mendalam. Penelitian ini hanya meneliti layanan telemedis Halodoc di bidang kesehatan mental. Maka

penelitian selanjutnya bisa menguji layanan lain yang dianggap penting, serta pada telemedisin selain Halodoc.

Bagi Halodoc maupun pengelola telemedisin lain, dapat disarankan untuk terus meningkatkan layanan kesehatan mental agar dapat memberikan layanan yang terbaik guna meningkatkan kepuasan penggunanya melalui dua hal, yakni kualitas pesan psikolog dan artikel kesehatan mental. Pesan yang disampaikan psikolog disarankan untuk dapat mencerminkan sikap menghormati, berempati, rendah hati serta menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dimengerti. Begitu pula dengan artikel kesehatan mental, disarankan untuk terus ditingkatkan dalam hal kredibilitas nara sumber, kejelasan, konteks dan konten serta memperhatikan daya tangkap penggunanya dalam menyampaikan informasi. Disarankan untuk menuliskan artikel kesehatan mental yang lebih menarik dan informatif lagi dengan bahasan yang sesuai dengan keadaan sosial saat ini agar bermanfaat bagi para penggunanya. Melalui pilihan channel pada telemedisin ini, diharapkan pengelola dapat terus menyajikan artikel kesehatan yang sesuai dengan keadaan sosial yang terjadi, secara konsisten dan berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, D. A., & Baskoro, Di. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4(1), 25–54.
- Bajri, R. A. D., & Irwansyah, I. (2019). Tujuh ‘C’ Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.349>
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center’s Effective Public Relations Eleventh Edition*. Essex, England: Pearson Education, Inc.
- Eka, R. (2019). *Pemahaman Pasar Wellness di Jakarta*. Retrieved June 16, 2022, from <https://dailysocial.id/research/wellness-awareness-in-jakarta-2019>
- Evert, D. P. (2020). Komunikasi Interpersonal Dalam Konsultasi Dokter Estetika Dengan Pasien Melalui Media Sosial Whatsapp. *Buana Komunikasi*, 1(2), 127–136.
- Felix, R. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Journal of Business & Financial Affairs*, 06(01), 1–11. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000246>
- Fransiska, C., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 132–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v11.i2.132-142>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). New York, NY: McGraw Hill.
- Ibrahim, B., & Aljarah, A. (2023). The era of Instagram expansion: matching social media marketing activities and brand loyalty through customer relationship quality. *Journal of Marketing Communications*, 29(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/13527266.2021.1984279>
- Kourkouta, L., & Papathanasiou, I. (2014). Communication in Nursing Practice. *Materia Socio Medica*, 26(1), 65–67.
- Kussusanti, K., Arindita, R., Atmadi, G., & Arifah, N. (2021). Online Communications in Medical Mobile Application: Customer Complaint’s Assertiveness During Covid-19 Pandemic. *3rd Jogjakarta Communication*, 596 (JCC), 46–51. Retrieved from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/jcc-21/125964683%0Ahttps://www.atlantis-press.com/article/125964683.pdf>
- Kussusanti, K., Gunawan, I., & Turpyn, J. (2022). Listening Behaviour and Assertive Communications in Preventing Switching Intentions of Hospital Customers. *International Journal of Social Science And Human Research*, 05(11), 5043–5050. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i11-30>
- Kussusanti, K., Tjiptoherijanto, P., Halim, R. E., & Furinto, A. (2021). The Role of Communication

- Justice and Assertive Communication in B2C Marketplace Post Recovery Satisfaction. *International Journal of Social Science and Human Research*, 04(06), 1342–1353. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i6-18>
- Malakalamere, M. (2014). Pengaruh Kualitas Komunikator dan Kualitas Pesan Terhadap Tingkat Pengetahuan (Studi Eksplanatif Tentang Program Sosialisasi Industri Hulu Minyak dan Gas Bumi INPEX Masela Ltd. di Komunitas Klasis Gereja Protestan Maluku Tanimbar Selatan). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–12. Retrieved from <https://e-journal.uajy.ac.id/6435/>
- Munawir, A., & Tomohardjo, I. (2021). Penerapan 7C Dalam Mensosialisasikan Paham Anti Radikalisme di Universitas Mercu Buana. *Jurnal Media Kom*, XI(1), 41–51.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal yang Berlangsung antara Pembimbing Kemasyarakatan dan Keluarga Anak Pelaku Pidana di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2), 203–213. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/rural-and-development/article/view/852>
- Peltola, M., Isotalus, P., & Åstedt-Kurki, P. (2018). Patients' Interpersonal Communication Experiences in the Context of Type 2 Diabetes Care. *Qualitative Health Research*, 28(8), 1267–1282. <https://doi.org/10.1177/1049732318759934>
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Jakarta: CV Alfabeta.
- Putri, N. W. E. (2019). Peran Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya Dharma Bali. *Calathu, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 52–67. <https://doi.org/10.37715/calathu.v1i1.776>
- Rondonuwu, S. (2016). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT Trakindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).
- Shore, J. H., Schneck, C. D., & Mishkind, M. C. (2020). Telepsychiatry and the Coronavirus Disease 2019 Pandemic-Current and Future Outcomes of the Rapid Virtualization of Psychiatric Care. *JAMA Psychiatry*, 77(12), 1211–1212. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2020.1643>.
- Sulaiman, M. R., & Varwati, L. (2023). Pengidap Gangguan Mental di Indonesia Terus Meningkat, Terbanyak Alami Depresi dan Ingin Bunuh Diri. *Zaenudin, H. N., Sartika, R., & Haryanegara, M. E. A. (2021). The effectiveness of policy communication in promoting #KangPisMan program among university students. Informasi*, 51(2), 345–364. <https://doi.org/10.21831/informasi.v51i2.39435>