

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

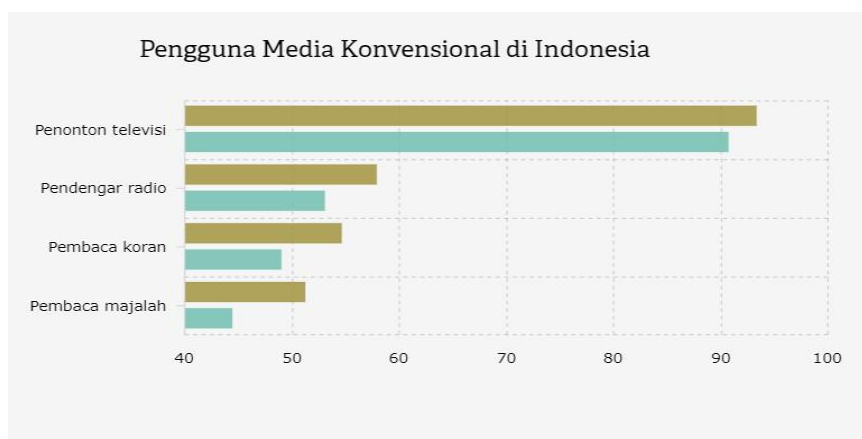
Televisi sebagai salah satu media elektronik yang sangat berperan penting dalam memberikan informasi, edukasi, hiburan dan sebagai cara untuk mempromosikan suatu produk atau jasa untuk jual/beli. Televisi sering di gunakan oleh para perusahaan untuk dapat beriklan agar khalayak dapat mengetahui produk dan jasa yang sedang di promosikan oleh suatu perusahaan. Salah satunya dengan beriklan di Televisi. Hampir semua masyarakat Indonesia sudah memiliki Televisi. Iklan Televisi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesadaran merek. Iklan yang menarik bagi konsumen akan menumbuhkan ingatan masyarakat dalam benak mereka sebagai konsumen dalam menimbulkan familiaritas atau kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.

Iklan dapat dilakukan melalui media elektronik maupun cetak, salah satunya adalah Televisi yang bersifat audiovisual, gambar dan suara biasanya berisikan ajakan dan persuasive. Menurut Griffiths (2012:56) bahwa Televisi adalah media iklan yang paling menstimulasi secara visual dan iklan televisi mampu membentuk iklan yang mudah diakses dan paling berpengaruh.

Periklanan dapat dilakukan dengan melalui beberapa media, seperti media elektronik televisi. Dengan media ini pesan iklan dapat tersampaikan dalam bentuk visual, audio, dan gerak (Widyatama, 2006). Melalui media televisi, iklan akan mudah tersampaikan kepada konsumen.

**Gambar 1.1**

**Penggunaan Media Konvensional di Indonesia 2021**



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Menurut gambar 1.1 pengguna media konvensional di tahun 2021 menggambarkan bahwa pengguna Televisi lebih banyak di minati dari pada pendengar radio, pembaca koran, dan pembaca majalah itu membuktikan bahwa beriklan di televisi lebih efektif dibandingkan media konvensional lainnya.

Selain media elektronik adapun media sosial yang sangat berperan penting dalam masyarakat Indonesia sebab aplikasi berbasis online sudah banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti aplikasi Grab, Gojek yang berbasis online dan memiliki nilai fungsi sebagai transportasi online. Ada beberapa aplikasi e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada sebagai aplikasi untuk menjual beli barang dan berbagai macam aplikasi yang muncul era sekarang ini seperti Halodoc, Alodokter dan Klik Dokter merupakan platform layanan kesehatan digital melalui aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi langsung kepada Dokter terkait masalah kesehatan.

Halodoc, platform telemedicine seluler pertama di Indonesia menerapkan teknologi *artificial intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan untuk layanan kesehatan yang ditawarkannya. AI di Halodoc didukung dengan Late Stage

*Accelerator* dari Google. AI diterapkan untuk menyempurnakan cara dokter menerima masukan. Indonesia saat ini memiliki populasi yang sangat besar sehingga terkadang akses cepat dan tepat terhadap perawatan kesehatan menjadi tantangan. Adanya tantangan tersebut membuat Halodoc hadir sebagai *telemedicine* seluler pertama yang dapat membantu menghubungkan masyarakat dengan dokter dengan mengatur janji konsultasi, pengiriman obat, serta tes kesehatan. Dipandu Google, para *engineer* di Halodoc menerapkan *Natural Language Processing* (NLP) dalam bahasa Indonesia untuk mengukur, memberi peringkat, dan memberikan *insight* yang dapat memberikan informasi pada dokter saat membuat keputusan untuk pasien di seluruh Indonesia, dengan menggunakan data dari ribuan konsultasi guna melatih model *machine learning*. Pada saat dokter membuka aplikasi Halodoc, mereka bisa melihat informasi kinerja mereka yang didasarkan pada waktu respon serta metrik indeks kualitas. Dokter juga akan melihat saran tindakan untuk semakin meningkatkan kualitas konsultasi. Selain itu, dokter juga bisa memilih untuk menerima dan mendapat pelatihan lebih lanjut dari dokter senior jika diperlukan. Berkat penerapan AI untuk meningkatkan layanan, *rating* Halodoc pun meningkat. Saat ini, Halodoc memiliki pengguna sebanyak lebih dari lima persen penduduk Indonesia.

Kurang dari enam bulan, *rating* Halodoc yang kini menerapkan AI meningkat dari 4,5 ke 4,8 bintang. Para dokter pun memiliki peningkatan skor dokter sebanyak 64 persen (<https://www.cloudcomputing.id/berita/halodoc-terapkan-ai-untuk-tingkatkan-layanan>). Aplikasi halodoc pernah di isukan bahwa aplikasi tersebut menggunakan dokter computer bukan dokter asli. Terkait isu yang muncul banyak khalayak dan pengguna aplikasi menjadi ragu dalam menggunakan aplikasi tersebut, karna ditakutkan jika dokternya adalah computer maka pasien yang sedang konsultasi masalah kesehatannya akan tidak akurat dalam menangani konsultasi kesehatan yang ada serta dapat menimbulkan keraguan kepada pasien atau pengguna aplikasi terkait bahwa dokter yang di gunakan di aplikasi Halodoc adalah dokter computer atau bukan dokter asli

Maka aplikasi Halodoc pun mengklarifikasinya dengan membuat iklan di Televisi dengan tagline “Dokternya asli kok”. Dengan iklan tersebut dapat memunculkan kembali kepercayaan konsumen yang telah menggunakan aplikasi menjadi lebih percaya lagi dan dapat menepis terpaan isu tersebut. Dengan lebih dari 20.000 dokter yang ikut bergabung melayani pasien lewat aplikasi digital, Halodoc mencuat sebagai *startup* di bidang kesehatan dengan valuasi triliunan rupiah. Salah satu kekuatan Halodoc adalah dukungan pendanaan. Pada Juli 2019, salah satu orang terkaya dunia, Bill Gates —lewat Bill and Melinda Foundation— menyuntikkan US\$ 100 juta atau sekitar Rp 1,4 triliun ke Halodoc. Pada April 2021, Halodoc mendapatkan lagi dana segar US\$ 80 juta atau Rp 1,2 triliun dari konsorsium yang dipimpin PT Astra International Tbk. Masuk dalam konsorsium ini adalah Temasek, Telkomsel Mitra Inovasi, Novo Holdings, Acrew Diversify Capital Fund, dan Bangkok Bank. <https://investor.id/business/273406/founder-halodoc-blakblakan-soal-bill-gates-dan-ipo>.

Suntikan dana yang sangat besar itu dapat membuat aplikasi halodoc menjadi lebih baik lagi dan dapat membangun kepercayaan konsumen menjadi lebih yakin dalam menggunakan aplikasi tersebut. Iklan di televisi dapat berfungsi sebagai cara menepis isu yang mengatakan aplikasi Halodoc adalah menggunakan dokter robot atau tidak asli. Dengan membuat aplikasi yang dapat membuat konsumen menentukan jadwal konsultasinya sendiri kepada dokter ahli. Halodoc yang didukung Late Stage Accelerator dari Google membentuk sebuah tim yang terdiri dari dokter, *data scientist*, *engineer*, manajer produk, dan peneliti untuk menentukan cara teknologi dapat mendukung dokter di Indonesia. Late Stage Accelerator sendiri adalah program Google untuk membantu *startup-startup* yang memiliki potensi, seperti Halodoc. Tim yang dibentuk bersama Google tersebut berhasil mengidentifikasi pendekatan khusus berupa AI untuk mereplikasi proses *mentoring* serta mereplikasi masukan yang diterima dokter junior dari dokter yang lebih berpengalaman di rumah sakit.

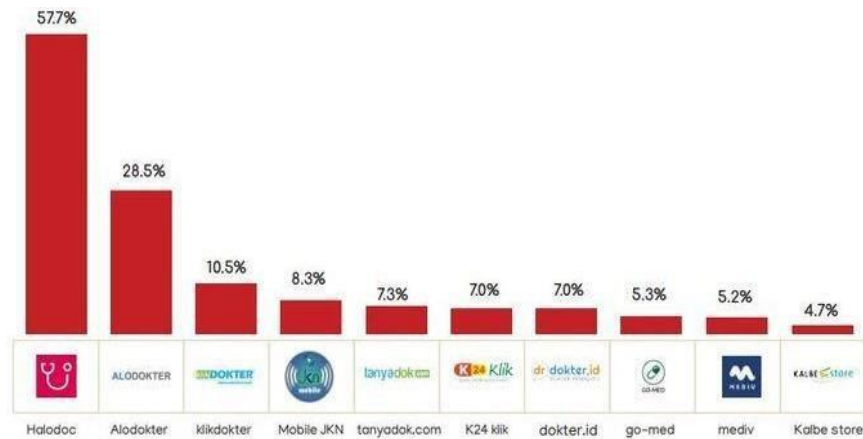
Begitu juga yang terjadi di masyarakat kompleks cakra kelurahan limo kecamatan Grogol mengalami dampak dari adanya isu yang beredar di media elektronik atau isu yang beredar di kalangan masyarakat yang menggunakan aplikasi Halodoc karna hamper 70% masyarakat yang tinggal di kompleks perumahan cakra ini kebanyakan adalah lansia yang jika harus berpergian ke rumah sakit akan sangat merepotkan bagi masyarakat lanjut usia di perumahan kompleks cakra tersebut. masyarakat menjadi ragu dalam menggunakan aplikasi halodoc dikarnakan isu yang beredar di kalangan masyarakat. Aplikasi layanan kesehatan sangat di butuhkan untuk mempermudah masyarakat dalam menjaga kesehatannya terutama warga lanjut usia..Secara langsung aplikasi tersebut dapat membantu mempermudah masyarakat khususnya warga kompleks cakra kelurahan Grogol kecamatan Limo kota Depok ini mendapatkan informasi kesehatan serta dapat konsultasi masalah kesehatan dengan mudah dan praktis.

Karna kebanyakan masyarakat yang umumnya di huni oleh orang tua dan tidak memungkinkan untuk bolak-balik ke rumah sakit maka dari itu aplikasi halooc ini mempermudah masyarakat tanpa harus keluar rumah dengan memanfaatkan aplikasi yang ada di halodoc dengan cara memesan obat dan berkonsultasi masalah kesehatan dengan cara online. Tetapi aplikasi ini tidak di gunakan oleh orang tua tetapi digunakan oleh anaknya yang mengerti cara mengoprasikasikan apliksi halodoc sehingga dia menggunakan aplikasi tersebut untuk mempermudah dirinya dan orang tuanya agar tidakusah berpergian ke rumah sakit.

Terlihat dari grafik yang ada di bawah ini menggambarkan perkembangan teknologi saat ini. Hadirnya beragam aplikasi bahkan membantu aktivitas manusia sehari-hari dan banyaknya masyarakat yang menggunakan beragam aplikasi tak ketinggalan pula penggunaan aplikasi di bidang kesehatan.

**Gambar 1.1**

**Grafik Penggunaan Aplikasi Kesehatan 2021**



Sumber: <https://Nextren.grid.id>

Pada gambar 1.1 di atas grafik penggunaan aplikasi kesehatan di tahun 2021 menjadikan aplikasi Halodoc sebagai platform yang paling banyak digunakan dan mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi tersebut dengan hitungan grafik 57,7% di urutan ke dua ada Alodokter 28,5%, ke tiga ada aplikasi klikdokter 10,5%, ke empat MobileJKN 8,3%, ke lima Tanyadok.com 7,3%, ke enam K24 klik 7,0%, ke tujuh Dokter.id 7,0%, ke delapan go-med 5,3%, ke Sembilan Mediv 5,2%, ke sepuluh ada Kalbe store 4,7%.

Pada tahun 2020 iklan aplikasi Halodoc versi “Dokternya asli loh” Masih ditayangkan di Televisi untuk menarik keputusan Penggunaan aplikasi tersebut, Halodoc juga memakai jasa selebriti contohnya adalah Rafi Ahmad dan Nagita Slavina yang mempromosikan aplikasi Halodoc versi “Dokternya asli kok” pada tahun 2021. Keberadaan televisi sudah menjadi sangat populer di masyarakat dan sudah tidak dapat dipisahkan dari teknologi dan informasi. Televisi menjadi sarana hiburan dan informasi dari berbagai macam informasi yang ada di dunia.

**Gambar 1.2****Iklan aplikasi Halodoc Di Televisi**

Sumber: <https://Nextren.grid.id>

Gambar 1.2 adalah Salah satu iklan Aplikasi Halodoc yang di tayangkan melalui Televisi di tahun 2021 yang didalam iklannya menjelaskan bahwa aplikasi halodoc dapat dipercaya kualitasnya dikarenakan benar-benar menggunakan dokter asli. Iklan tersebut dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan penggunaan suatu produk, dan menanamkan kesadaran akan suatu merek. Keberadaan iklan menjadi salah satu cara untuk menginterpretasikan kualitas dari suatu produk atau jasa berdasarkan ide dan kebutuhan konsumen, sehingga tujuan dari pemasaran produk dan jasa dapat mencapai target yang diinginkan.

**Gambar 1.3****Iklan Halodoc Di Televisi**

Sumber : <https://Nextren.grid.id>

Salah satu iklan aplikasi Halodoc yang di tayangkan di televisi, karena iklan di televisi menjadi sebuah media yang paling populer untuk menyampaikan pesan bisnis kepada konsumen dengan jangkauan yang luas. Televisi adalah salah satu media elektronik yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dari lapisan atas hingga bawah.

Dampak pesan dalam iklan tidak hanya bergantung pada informasi yang diberikan dari iklan tersebut, tetapi juga tergantung pada cara atau bagaimana iklan tersebut dapat menarik minat konsumen dalam menggunakan aplikasi Halodoc. Iklan yang baik biasanya lebih menempatkan pada produk secara rasional dan lebih menekankan pada emosionalnya hal itu dapat membuat konsumen semakin tertarik pada iklan tersebut dikarenakan Konsumen merupakan suatu asset bagi perusahaan apapun itu baik di bidang produk atau jasa karena konsumen yang menentukan untung rugi dan kelangsungan bisnis perusahaan dalam jangka Panjang.

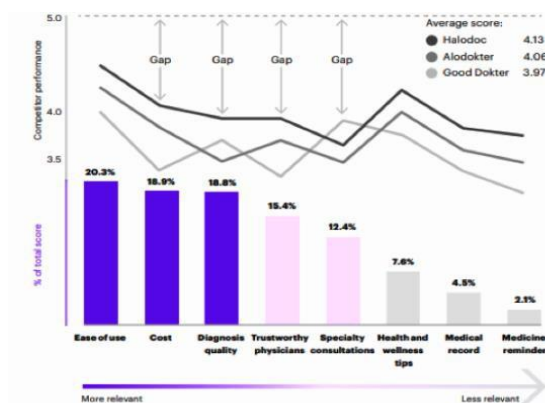
Salah satu iklan aplikasi kesehatan yang rajin mempromosikan dirinya kepada masyarakat melalui iklan di televisi yaitu aplikasi Halodoc dengan tagline Tenang Ada Halodoc. Aplikasi Halodoc adalah merupakan sebuah aplikasi kesehatan dan situs web yang memberikan solusi kesehatan lengkap dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan kesehatan kamu dan keluarga, serta bisa beli obat rutin jadi lebih praktis. Aplikasi ini didirikan oleh PT Media Dokter Investama, perusahaan aplikasi ini didirikan pada tahun 2016 di Jakarta oleh Johnathan Sudharta. Beberapa investornya adalah Gojek, Blibli, Clermont, dan NSI Ventures. Halodoc mengumumkan kerja sama dengan Gojek pada bulan Mei 2018 dan akan menghubungkan fitur GO-MED di dalam aplikasi Gojek dengan aplikasi Halodoc sehingga penggunaan gojek akan langsung di arahkan ke aplikasi Halodoc untuk pemesanan kebutuhan medis seperti obat atau vitamin, selain itu aplikasi Halodoc juga bekerja sama dengan perusahaan asuransi. Dari sini merupakan kelebihan tersendiri untuk aplikasi Halodoc



yang lebih unggul dari para kompetitornya. (<https://www.halodoc.com/syarat-dan-ketentuan>).

**Tabel 1.4**

**Perbandingan pemuasan konsumen pada aplikasi kesehatan 2021**



Sumber: <https://marketing.co.id/>

Sebuah studi dalam laporan tersebut menganalisis lebih dari 1.000 konsumen Indonesia untuk mendapatkan wawasan langsung tentang penyakit dan kebutuhan perawatan kesehatan mereka. Studi ini berfokus pada faktor utama dalam penggunaan aplikasi kesehatan digital, di mana semua konsumen setuju bahwa kemudahan penggunaan (20,3%), biaya layanan (18,9%), dan kualitas diagnosis kesehatan (18,8%) adalah hal yang paling relevan. Sekitar 15,4% konsumen menggunakan aplikasi kesehatan untuk terhubung dengan dokter yang terpercaya, 12,4% untuk konsultasi spesialisasi, dan kurang dari 8% menganggap fitur seperti tips kesehatan dan kebugaran, penyimpanan catatan medis, dan pengingat obat-obatan sebagai aspek yang penting.

Kesibukan masyarakat dan banyaknya lansia yang ada di perumahan kompleks cakra kecamatan Limo kelurahan Grogol Kota Depok menjadi salah satu faktor yang menjadikan aplikasi kesehatan berbasis online ini sangat penting dalam meningkatkan kesehatan masyarakat karena masyarakat tidak perlu lagi datang ke rumah sakit atau apotik untuk membeli obat dan vitamin dikarenakan

aplikasi Halodoc sudah mempermudah cara konsultasi dengan dokter yang asli dan dapat membelanjakan obat dan vitamin dengan cara delivery di aplikasi yang berkerja sama dengan perusahaan GO-JEK yang dinamakan GOMED.

Memilih topik tersebut untuk menepis terpaan isu yang ada bahwa dokter di aplikasi halodoc adalah dokter asli bukan dokter palsu atau robot. karena iklan di televisi adalah salah satu media promosi oleh aplikasi Halodoc. suatu topik yang menarik untuk diteliti lebih dalam lagi. Iklan di televisi mampu mengedukasi masyarakat serta dapat mengajak masyarakat agar menggunakan dan memakai suatu produk barang atau jasa yang melatar belakangi banyaknya permasalahan kesehatan yang harus terus diperhatikan oleh setiap masyarakat Indonesia. Cara ini menjadi efektif karena hampir seluruh masyarakat Indonesia sudah memiliki Televisi.

Permasalahan ini melihat apakah Iklan televisi akan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Halodoc dalam menepis isu bahwa dokter di aplikasi halodoc adalah dokter asli bukan computer. pada iklan di televisi mencakup Pesan iklan, gaya penyampaian, cara menggunakan aplikasi, kemudahan penggunaan, dan kualitas informasi yang disajikan. Iklan Halodoc dapat menarik minat konsumen dalam menggunakan aplikasi halodoc. maka dari itu saya meneliti tentang judul **“Pengaruh Iklan Televisi Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Halodoc versi Dokternya asli kok”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, permasalahan yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah masyarakat mengetahui iklan aplikasi Halodoc di Televisi?
2. Adakah pengaruh Iklan televisi menyangkut adanya isu bahwa dokter pada Aplikasi Halodoc itu palsu terhadap keputusan penggunaan aplikasi tersebut di wilayah kompleks Cakra Limo Depok?

3. Adakah faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Halodoc terhadap penggunaan aplikasi tersebut?
4. Adakah pengaruh penggunaan aplikasi Halodoc terhadap kesehatan masyarakat kompleks Cakra Limo Depok?
5. Adakah factor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap penggunaan aplikasi tersebut?

### **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan dengan tujuan agar pokok permasalahan yang di teliti tidak terlalu melebar dari yang sudah di tentukan atau dengan kata lain agar penelitian ini terfokus pada tujuan yang akan di teliti,maka penulisan ini membatasi masalah atau memfokuskan pembahasan pada masalah terkait pengaruh iklan televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi Halodoc pada masyarakat Limo Depok.

### **D. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang di uraikan sebelumnya, “Adakah Pengaruh Iklan Televisi Terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Halodoc versi”Dokternya asli kok” Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Batasan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur:

1. Iklan Aplikasi Halodoc di Televisi
2. keputusan penggunaan Aplikasi pada masyarakat di wilayah kompleks Cakra Limo Depok
3. Seberapa besar Pengaruh iklan Halodoc di Televisi terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Halodoc kepada masyarakat di wilayah kompleks Cakra Limo Depok

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian ilmu komunikasi dalam bidang periklanan (*Advertising*). Dan bagi pihak lain diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Komunikasi, untuk dijadikan acuan penelitian lanjutan dibidang *Advertising*.

### **2. Manfaat Praktis**

Untuk memberikan masukan dan saran kepada Aplikasi Halodoc terkait Iklan Halodoc versi “Dokternya asli kok” sehingga dapat menjadikan bahan pertimbangan dalam menentukan dan mengembangkan iklan yang dapat mempengaruhi khalayak sehingga dapat mendorong Keputusan penggunaan Aplikasi Halodoc pada konsumen.

