

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF RUMAH SAKIT SILOAM BALI DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN APLIKASI *MYSILOAM* PADA PASIEN RAWAT JALAN

**Ni Luh Metia Putri¹, I Dewa Ayu Hendrawathy Putri², Bagus Ade Tegar Prabawa³,
Anggara Putu Dharma Putra⁴, I Gede Wahyu Sanjaya⁵**

¹²³⁴⁵Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Bali, Indonesia

email: Metiaputri5@gmail.com.

Abstract

Communication plays an important role in conveying information and influencing people's attitudes and behavior, including in healthcare services. Siloam Hospital Bali seeks to improve the quality of outpatient services through the use of the MySiloam application, which facilitates access to health information and appointment registration. However, not all patients immediately understand the benefits and how to use the application, so an appropriate persuasive communication strategy is required. This study aims to examine the persuasive communication strategies implemented by Siloam Hospital Bali in increasing the use of the MySiloam application. The research employs a qualitative method with an exploratory approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, documentation, and literature review, and analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that persuasive communication strategies are carried out through an interactive negotiation approach between hospital staff and patients. Messages are delivered directly using a friendly and communicative approach, supported by offline media such as brochures and digital media such as WhatsApp and Instagram. Patients' reception of the message is divided into two types: dominant-hegemonic and negotiated. Some patients directly adopt and use the application, while others understand the message but adjust its use based on personal considerations. These findings indicate that persuasive communication plays a significant role in improving patients' understanding and interest in using the MySiloam application.

Keywords: Communication Strategy, Outpatient Patients, Persuasive Communication.

Abstrak

Komunikasi memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi serta mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, termasuk dalam pelayanan kesehatan. Rumah Sakit Siloam Bali berupaya meningkatkan kualitas layanan kepada pasien rawat jalan melalui pemanfaatan aplikasi *MySiloam* yang memudahkan akses informasi dan pendaftaran. Namun, tidak semua pasien langsung memahami manfaat dan cara penggunaannya, sehingga diperlukan strategi komunikasi persuasif yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Rumah Sakit Siloam Bali dalam meningkatkan penggunaan aplikasi *MySiloam*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dilakukan melalui pendekatan negosiasi yang bersifat interaktif antara petugas dan pasien. Penyampaian pesan dilakukan secara langsung dengan pendekatan ramah dan komunikatif, serta didukung media offline seperti brosur dan media digital seperti *WhatsApp* dan *Instagram*. Penerimaan pesan oleh pasien terbagi menjadi dua, yaitu dominan-hegemonik dan negosiasi. Sebagian pasien langsung menggunakan aplikasi, sementara sebagian lainnya masih menyesuaikan dengan kebutuhan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berperan penting dalam meningkatkan pemahaman dan minat pasien terhadap penggunaan aplikasi *MySiloam*.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Pasien Rawat Jalan, Strategi Komunikasi.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu elemen fundamental dalam interaksi manusia yang memengaruhi cara individu memahami, merespons, dan bertindak terhadap pesan yang diterima. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku individu (Pramudita *et al.*, 2025) [1]. Komunikasi yang efektif dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan yang mampu menciptakan pemahaman yang tepat, membangun hubungan yang lebih baik, serta memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku penerima pesan. Efektivitas komunikasi juga ditentukan oleh adanya kesamaan kerangka berpikir dan pengalaman antara komunikator dan komunikan, sehingga interaksi yang terjadi dapat berlangsung secara produktif (Riswandi, 2009) [1]. Komunikasi persuasif menjadi salah satu pendekatan penting dalam memengaruhi dan mengarahkan individu agar melakukan perubahan yang diinginkan, baik dalam konteks sosial maupun pelayanan publik. Pemerintah Indonesia merespons hal ini melalui Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2017 yang menekankan pemanfaatan teknologi informasi dalam penyelenggaraan pelayanan kesehatan melalui Strategi E-Kesehatan Nasional (Cahyaharnita, 2019) [1]. Dalam hal ini, komunikasi persuasif menjadi kunci utama untuk memastikan bahwa pasien dapat memahami dan memanfaatkan layanan digital yang disediakan, serta merespons pesan yang disampaikan oleh rumah sakit secara tepat. Sejalan dengan kebijakan tersebut, penggunaan internet di Indonesia juga menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 yang dikutip dalam penelitian [1] (Asrida dan Nurohmah, 2025), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 229.428.417 orang atau sekitar 80,66% dari total penduduk. Data ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi sarana yang penting dan tidak terpisahkan dari aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa komunikasi digital dapat dilakukan secara luas, namun tetap memerlukan strategi yang tepat agar proses komunikasi berlangsung secara efektif dan dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Di Rumah Sakit Siloam Bali, implementasi komunikasi digital diwujudkan melalui aplikasi *MySiloam* yang menyediakan berbagai layanan kesehatan secara daring. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan pasien dalam berkomunikasi dan mengakses berbagai informasi penting, seperti jadwal dokter, prosedur reservasi janji temu, dan informasi layanan lainnya. Dengan adanya aplikasi ini, pasien dapat memperoleh informasi secara lebih efisien sehingga menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih praktis dan nyaman. Meskipun aplikasi *MySiloam* telah tersedia, masih terdapat pasien yang lebih memilih datang langsung ke rumah sakit tanpa melakukan reservasi terlebih dahulu (*walk-in patients*).

Fenomena tingginya jumlah pasien *walk-in* ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan perilaku penerimaan pesan oleh pasien dalam memanfaatkan sistem layanan digital (Panjaitan, 2023) [1]. Kondisi tersebut terlihat dari data *MySiloam Front Office Report* yang mencatat bahwa pada bulan Desember 2025 jumlah kunjungan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali mencapai 10.799 orang. Namun, dari jumlah tersebut hanya 1.443 pasien yang memanfaatkan aplikasi *MySiloam*, sementara sebanyak 9.565 pasien lainnya belum menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan digital masih relatif rendah dibandingkan dengan total kunjungan pasien. Berdasarkan perhitungan tersebut, persentase penggunaan aplikasi *MySiloam* sebesar 13,35% yang termasuk dalam kategori rendah. Rendahnya tingkat penggunaan aplikasi *MySiloam* oleh pasien dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah hambatan dalam proses komunikasi yang menyebabkan pesan tidak dapat dipahami dan diterima dengan baik sehingga menimbulkan kegagalan komunikasi (Lanani, 2013) [1]. Konsekuensi dari kegagalan komunikasi tersebut adalah munculnya kesalahpahaman yang dapat memicu konflik atau ketidakpuasan pasien terhadap layanan yang diberikan. Selain itu, kegagalan komunikasi pada layanan rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali juga berdampak pada penumpukan antrean dan ketidakefisienan waktu kunjungan pasien, yang pada akhirnya dapat menurunkan kualitas layanan (Winanda *et al.*, 2025) [1].

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang studi analisis sentimen pengguna terhadap aplikasi *MySiloam* menggunakan metode *Naïve Bayes* untuk mengklasifikasikan ulasan positif dan negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas ulasan bersifat positif, meskipun masih terdapat kritik terkait performa aplikasi. Dengan menggunakan metode *Term Frequency-Inverse Document Frequency* (TF-IDF) dan *Confusion Matrix*, penelitian tersebut berhasil mencapai tingkat akurasi yang tinggi dalam mengklasifikasikan sentimen pengguna serta menggambarkan tingkat kepuasan terhadap fitur aplikasi [7]. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aplikasi *MySiloam* memperoleh respons yang cukup baik dari para penggunanya. Namun, pada praktiknya tingkat pemanfaatan aplikasi tersebut oleh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali masih relatif rendah. Fenomena ini mengindikasikan adanya perbedaan antara persepsi positif pengguna terhadap aplikasi dan tingkat penggunaannya dalam pelayanan kesehatan

sehari-hari. Di sisi lain, penelitian yang telah dilakukan lebih banyak menyoroti aspek kepuasan pengguna dan performa aplikasi, sementara kajian mengenai bagaimana strategi komunikasi persuasif dapat mendorong pasien untuk memanfaatkan aplikasi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam upaya meningkatkan penggunaan aplikasi MySiloam oleh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan penggunaan aplikasi MySiloam pada pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum optimalnya strategi komunikasi persuasif rumah sakit dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku pasien terhadap penggunaan aplikasi tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana bentuk dan strategi komunikasi persuasif yang digunakan, (2) bagaimana pemanfaatan media komunikasi *offline* dan digital, serta (3) bagaimana proses penerimaan pesan oleh pasien melalui mekanisme *encoding* dan *decoding*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman, sikap, dan perilaku pasien terhadap penggunaan aplikasi MySiloam. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan efektivitas adopsi aplikasi, mempercepat pelayanan, serta memperkuat hubungan komunikasi antara rumah sakit dan pasien.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif. Studi eksploratif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai suatu fenomena atau topik yang belum banyak dikaji atau masih terbatas dalam penelitian sebelumnya (Mudjiyanto & Bambang, 2018) [1]. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan penelitian, sehingga informan yang dipilih dianggap paling mengetahui serta memahami permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2020) [1].

Adapun informan kunci dalam penelitian ini meliputi: (1) *Front Office* Rumah Sakit Siloam Bali sebanyak satu orang, (2) *Customer Service* Rumah Sakit Siloam Bali sebanyak satu orang, (3) bagian *IT* Rumah Sakit Siloam Bali sebanyak satu orang, dan (4) bagian Marketing Rumah Sakit Siloam Bali sebanyak satu orang. Sementara itu, informan pendukung terdiri dari: (1) pasien rawat jalan pengguna aplikasi MySiloam sebanyak satu orang, dan (2) pasien rawat jalan yang tidak menggunakan aplikasi MySiloam sebanyak satu orang. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang didukung oleh pedoman wawancara, catatan lapangan, serta alat bantu berupa alat perekam dan alat tulis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif terbatas, wawancara mendalam, studi kepustakaan, dan dokumentasi (Sugiyono, 2011) [1]. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber, *member checking*, dan *peer debriefing*. Data yang diperoleh kemudian disajikan secara deskriptif naratif berdasarkan tema-tema yang muncul dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media, bentuk komunikasi persuasif semakin beragam, salah satunya melalui proses negosiasi. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan persuasif tidak hanya dilakukan secara satu arah, tetapi juga dapat berlangsung secara interaktif dengan menyesuaikan saluran komunikasi, karakteristik *audiens*, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Rumah Sakit Siloam Bali menggunakan bentuk komunikasi secara negosiasi dalam mendorong pasien untuk memanfaatkan aplikasi MySiloam. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dalam mendorong penggunaan aplikasi MySiloam pada pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali, telah diterapkan komunikasi persuasif yang bersifat dialogis melalui negosiasi antara petugas Rumah Sakit Siloam Bali dan pasien. Petugas Rumah Sakit Siloam Bali pada bagian *Front Office* tidak hanya menjelaskan fitur dan manfaat aplikasi MySiloam, tetapi juga mendengarkan dan menanggapi keraguan.

Selain itu, pendekatan komunikasi yang digunakan juga dilakukan secara lebih personal dengan menyesuaikan kebutuhan masing-masing pasien, sehingga proses persuasi tidak terkesan memaksa. Dengan cara ini, pasien merasa lebih dihargai dan terbuka untuk menerima informasi yang disampaikan. Hal tersebut pada akhirnya membantu meningkatkan pemahaman serta minat pasien dalam menggunakan aplikasi MySiloam sebagai sarana layanan kesehatan digital. Lebih lanjut, proses negosiasi yang terjadi juga mencerminkan adanya upaya membangun kepercayaan antara petugas dan pasien. Melalui interaksi yang komunikatif dan responsif, pasien tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga pihak yang dilibatkan dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan layanan digital tersebut.



Gambar 1: Proses Negosiasi Pesan Persuasif Penggunaan Aplikasi *MySiloam* dengan Pasien

Berdasarkan hasil observasi peneliti, Rumah Sakit Siloam Bali telah menerapkan bentuk komunikasi persuasif yang bersifat dialogis dan mengedepankan proses saling memahami antara pihak rumah sakit dan pasien, atau disebut juga dengan bentuk komunikasi persuasif berbentuk negosiasi. Melalui negosiasi tersebut, petugas rumah sakit tidak sekadar menjelaskan fitur dan manfaat aplikasi *MySiloam*, tetapi juga mendengarkan pertanyaan, menanggapi keraguan, serta memberikan penjelasan tambahan apabila pasien belum sepenuhnya memahami informasi yang disampaikan. Proses ini menunjukkan adanya upaya mencapai kesepahaman bersama sebelum pasien memutuskan untuk menggunakan aplikasi. Rumah Sakit Siloam Bali tidak sepenuhnya memaksa pasien untuk menggunakan aplikasi *MySiloam* ini. Komunikasi antara petugas rumah sakit dengan pasien juga berjalan dengan kontak mata dan raut muka yang tidak menegangkan. proses komunikasi persuasif terkait penggunaan aplikasi *MySiloam* dilakukan secara interaktif dan bersifat membimbing. Petugas menjelaskan bahwa apabila pasien mengalami kesulitan atau kurang memahami cara menggunakan aplikasi, mereka tidak sepenuhnya menyerahkan proses tersebut kepada pasien. Sebaliknya, petugas memberikan pendampingan melalui *WhatsApp* menggunakan gambar atau video panduan. Selain itu, proses pembuatan janji temu tetap dibantu oleh *front office* hingga pasien berhasil menyelesaikan langkah-langkah yang diperlukan.



Gambar 2: *Front office* Rumah Sakit Siloam Bali Melakukan Komunikasi Dengan Pasien

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, strategi komunikasi persuasif dalam mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam* disusun secara sistematis agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh pasien. Perencanaan strategi yang matang memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih terarah, jelas, serta sesuai dengan karakteristik audiens. Selain itu, pemilihan media dan penyesuaian gaya komunikasi juga berperan penting dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan serta keterlibatan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Sakit Siloam Bali menerapkan tiga strategi komunikasi persuasif, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Strategi kognitif dilakukan melalui penyampaian informasi yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami agar pasien memiliki pemahaman yang rasional mengenai manfaat dan cara penggunaan aplikasi. Strategi afektif diterapkan dengan membangun komunikasi yang ramah, hangat, dan responsif sehingga pasien merasa nyaman dan percaya terhadap informasi yang diberikan. Sementara itu, strategi konatif diarahkan untuk mendorong pasien melakukan tindakan nyata, seperti mencoba dan menggunakan aplikasi dalam proses pelayanan. Temuan

dari wawancara menunjukkan bahwa petugas *front office* dan *customer service* memiliki peran yang saling melengkapi. *Front office* berperan dalam memberikan penjelasan langsung serta pendampingan kepada pasien, terutama bagi yang mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi. Sedangkan *customer service* mendukung melalui komunikasi digital, seperti *WhatsApp*, dengan memberikan informasi lanjutan dan pengingat layanan. Pendekatan ini menunjukkan adanya integrasi antara komunikasi langsung dan digital dalam penyampaian pesan persuasif.



Gambar 3: Brosur Informasi Penggunaan Aplikasi *MySiloam* di area pendaftaran

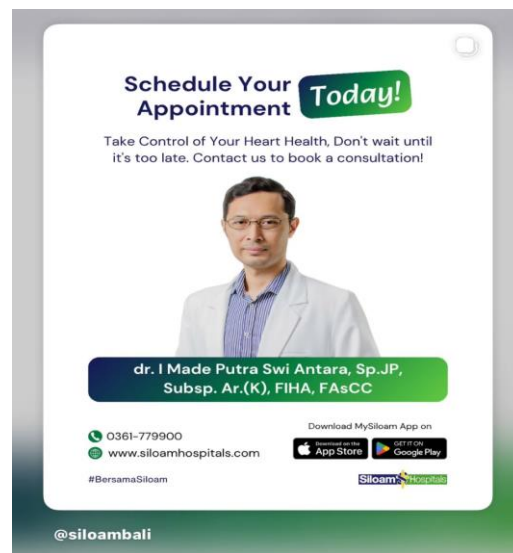
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan media *offline* merupakan sarana komunikasi yang menyampaikan informasi secara langsung melalui bentuk fisik atau interaksi tatap muka, tanpa bergantung pada jaringan internet atau platform digital. Rumah Sakit Siloam Bali memanfaatkan brosur sebagai media *offline* dalam mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam*. Brosur menjadi salah satu media komunikasi cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara ringkas dan mudah dipahami. Brosur efektif karena mampu menyampaikan pesan secara visual sekaligus verbal, sehingga informasi dapat dibaca, dipahami, dan disimpan untuk referensi di kemudian hari. Keberadaan gambar pada brosur memungkinkan pasien mendapatkan gambaran visual mengenai aplikasi *MySiloam*, sehingga mereka lebih memahami fungsi dan manfaat aplikasi tersebut. Brosur mengenai aplikasi *MySiloam* diletakkan pada area pendaftaran rawat jalan serta area tunggu pasien. Selain itu, penempatan brosur pada lokasi-lokasi strategis tersebut membantu meningkatkan keterpaparan informasi kepada pasien, sehingga peluang untuk mengenal dan menggunakan aplikasi *MySiloam* menjadi lebih besar. Hal ini juga mendukung upaya rumah sakit dalam meningkatkan pemanfaatan layanan digital melalui media komunikasi *offline* yang sederhana namun efektif.



Gambar 4: Akun *WhatsApp* Bisnis Rumah Sakit Siloam Bali

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan media digital telah berkembang menjadi salah satu saluran dalam penyampaian informasi yang efektif serta mempermudah akses layanan kesehatan, terutama dalam menghadapi tuntutan zaman yang semakin digital. Rumah Sakit Siloam Bali memanfaatkan *WhatsApp* sebagai salah satu media online untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam*. *WhatsApp* adalah aplikasi pesan instan berbasis seluler lintas platform

yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, video, dan audio secara gratis melalui koneksi data internet. Melalui *WhatsApp*, Rumah Sakit Siloam Bali dapat menyampaikan informasi secara cepat kepada pasien, sehingga komunikasi menjadi lebih efisien dan interaktif. Media ini juga memungkinkan respons dua arah yang meningkatkan pemahaman serta mendorong keterlibatan pasien dalam menggunakan aplikasi *MySiloam*. Selain itu, penggunaan *WhatsApp* juga memudahkan pihak rumah sakit dalam menjangkau pasien secara lebih luas tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. Hal ini membuat proses penyebaran informasi menjadi lebih praktis, cepat, dan tepat sasaran dalam mendukung optimalisasi layanan digital kesehatan.



Gambar 5: Instagram Rumah Sakit Siloam Bali

Instagram adalah aplikasi media sosial berbasis smartphone yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video. Akun *@siloambali* merupakan akun *Instagram* resmi Rumah Sakit Siloam Bali yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan dan mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam*. Adapun kutipan pesan yang digunakan dalam mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam* adalah sebagai berikut: “Yang merupakan sebuah inovasi dalam aplikasi adalah booking janji temu dokter, ini baru luar biasa. Digital booking melalui aplikasi *MySiloam*, dapatkan nomor antrean virtual, pantau antrean di aplikasi. Masih mau antre lama di rumah sakit?”. Kutipan tersebut menegaskan keunggulan fitur layanan digital, terutama dalam hal pemesanan jadwal dokter secara daring serta penggunaan sistem antrean virtual. Gaya penyampaian yang komunikatif, disertai pertanyaan retorik, menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian audiens sekaligus memengaruhi keputusan mereka agar beralih ke layanan yang lebih praktis dan efisien.

Instagram yang dikelola oleh marketing Rumah Sakit Siloam Bali dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi mengenai fitur dan manfaat aplikasi secara menarik. Setiap postingan dilengkapi dengan *call to action*, informasi terkait dokter, jadwal praktik, dan *QR code* yang memungkinkan pasien mengunduh aplikasi secara langsung. Selain itu, penggunaan elemen visual seperti desain grafis yang menarik dan tata letak informasi yang ringkas juga membantu meningkatkan daya tarik konten sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Hal ini membuat pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dalam mendorong perubahan perilaku pasien untuk menggunakan layanan digital yang disediakan. Media digital ini memudahkan pasien mengakses informasi secara cepat dan interaktif, serta mendorong pasien untuk mencoba aplikasi secara mandiri. Pemanfaatan media digital seperti *WhatsApp* dan *Instagram* menunjukkan peran yang efektif sebagai sarana komunikasi persuasif dalam mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam*. Penggunaan kedua media tersebut tidak hanya memperluas distribusi informasi, tetapi juga mampu memperkuat interaksi, membangun kepercayaan, serta meningkatkan keterlibatan pasien. Berdasarkan teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall, proses komunikasi tidak hanya berkaitan dengan bagaimana pesan diproduksi oleh pengirim, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diterima dan ditafsirkan oleh *audiens*. Dalam teori ini, *audiens* tidak dipandang sebagai pihak yang pasif, melainkan sebagai individu yang secara aktif menginterpretasikan pesan yang mereka terima dari media. Proses *encoding* merupakan tahap awal dalam komunikasi, di mana pengirim pesan menyusun dan

mengemas pesan dengan tujuan agar dapat dipahami oleh *audien*. Pada tahap ini, pembuat pesan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti ideologi, tujuan komunikasi, konteks sosial, dan karakteristik penerima, untuk memastikan pesan yang disampaikan memiliki makna yang jelas dan sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan.



Gambar 6: Proses *Encoding* Pesan Persuasif Aplikasi *MySiloam*

Proses *encoding* pesan persuasif penggunaan aplikasi *MySiloam* di Rumah Sakit Siloam Bali pesan persuasif tentang aplikasi *MySiloam* dirancang dan disampaikan secara langsung oleh petugas Rumah Sakit kepada pasien. Dalam proses ini, petugas menyampaikan informasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh pasien. Proses *encoding* ini terlihat dari bagaimana pihak rumah sakit, khususnya petugas *front office* dan *customer service*, secara aktif menyusun dan menyampaikan pesan persuasif mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi tersebut. Pesan yang disampaikan dirancang dengan memperhatikan karakteristik serta kebutuhan pasien agar mudah dipahami, termasuk penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas. Selain komunikasi langsung secara tatap muka saat registrasi atau menunggu antrian, pihak rumah sakit juga memanfaatkan media pendukung seperti brosur yang ditempatkan di area strategis untuk memperkuat penyampaian informasi. Selain itu, proses *encoding* juga melibatkan penyusunan pesan digital melalui platform *WhatsApp* oleh *customer service*, yang disesuaikan dengan profil pasien agar pesan yang dikirim dapat diterima secara optimal. Pada saat tersebut, petugas tidak hanya menyampaikan informasi, menyesuaikan penyampaian pesan dengan kondisi dan kemampuan masing-masing pasien. Apabila pasien masih mengalami kebingungan atau keraguan, petugas *front office* memberikan penjelasan tambahan menggunakan bahasa yang lebih sederhana agar pasien dapat memahami informasi dengan baik dan merasa nyaman. Selain itu, apabila terdapat kendala teknis selama proses *encoding*, petugas *front office* melakukan koordinasi dengan tim *IT* agar pasien tetap menerima pendampingan secara optimal.



Gambar 7: Pasien Menunjukkan Bukti *Reservasi* Janji Temu Melalui Aplikasi *MySiloam*

Proses *Decoding* merujuk pada tahap ketika khalayak menerima dan menafsirkan pesan yang telah disampaikan melalui media. Pesan yang diterima tidak selalu dimaknai secara sama oleh setiap individu, karena proses pemaknaan dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman, nilai, serta pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing *audiens*. *Audiens* tidak bersifat pasif dalam menerima pesan, tetapi secara

aktif melakukan interpretasi terhadap pesan tersebut. Oleh karena itu, makna yang dihasilkan oleh audiens dapat berbeda dengan makna yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh penyampaian pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dipahami oleh *audiens*.

Perbedaan penafsiran dapat memunculkan variasi respon yang diberikan oleh khalayak. Pasien Rumah Sakit Siloam Bali menunjukkan bukti pembuatan janji temu yang sudah dipeservasikan melalui aplikasi. Bukti tersebut menjadi salah satu indikator bahwa pasien telah memanfaatkan fitur yang tersedia dalam aplikasi untuk melakukan reservasi layanan kesehatan secara mandiri sebelum datang ke rumah sakit. Penggunaan aplikasi ini menunjukkan bahwa pasien telah memahami fungsi dan manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi MySiloam dalam mempermudah proses pelayanan kesehatan. Kondisi tersebut dapat dikategorikan sebagai posisi dominan - hegemonik yaitu kondisi yang terjadi ketika *audiens* menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan makna yang diharapkan.

Di Rumah Sakit Siloam Bali, resepsi negosiasi terlihat pada pasien yang memanfaatkan *website* Rumah Sakit Siloam Bali untuk membuat janji temu. Pasien memahami pesan mengenai kemudahan dan manfaat layanan digital, tetapi menyesuaikan penggunaannya dengan kebutuhan pribadi, seperti memilih jadwal konsultasi yang sesuai. Hal ini terlihat dari cara pasien memilih fitur atau layanan yang dianggap paling relevan. Dengan demikian, proses penerimaan pesan menjadi lebih fleksibel dan dipengaruhi oleh pengalaman serta kebutuhan individu.



Gambar 8: Website Rumah Sakit Siloam Bali Untuk Reservasi Janji Temu

Pasien yang belum menggunakan aplikasi *Mysiloam* secara aktif memiliki kendala pribadi seperti keterbatasan memori pada ponsel dan kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan memilih untuk menggunakan *website* Rumah Sakit Siloam Bali dalam proses pembuatan janji temunya. Sikap ini mencerminkan bahwa pasien memahami manfaat aplikasi namun masih memiliki pertimbangan dan keraguan yang membuatnya belum sepenuhnya mengadopsi penggunaan aplikasi. Selain keterbatasan memori dan kekhawatiran terhadap keamanan data, terdapat beberapa faktor lain yang memengaruhi pasien untuk belum menggunakan aplikasi *MySiloam*. Faktor tersebut antara lain keterbatasan pengetahuan dalam mengoperasikan aplikasi digital, terutama pada pasien usia lanjut yang kurang terbiasa menggunakan teknologi berbasis aplikasi. Selain itu, persepsi bahwa penggunaan *website* lebih sederhana dan tidak memerlukan instalasi aplikasi juga menjadi alasan pasien lebih memilih kanal tersebut. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa proses penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, serta cara individu dalam memahami informasi yang diperoleh. Dengan demikian, keberhasilan komunikasi persuasif tidak semata-mata bergantung pada bagaimana pesan disampaikan, melainkan juga dipengaruhi oleh karakteristik individu, seperti latar belakang, pengalaman, serta cara masing-masing dalam menafsirkan informasi yang diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Siloam Bali telah menerapkan strategi komunikasi persuasif dalam mendorong penggunaan aplikasi *MySiloam* pada pasien rawat jalan melalui pendekatan komunikasi interaktif berbasis negosiasi. Strategi yang digunakan mencakup pendekatan kognitif untuk memberikan pemahaman yang jelas, afektif untuk membangun komunikasi yang hangat dan responsif, serta konatif untuk mendorong tindakan nyata pasien dalam penggunaan aplikasi seperti pengunduhan aplikasi dan pembuatan janji temu. Selain itu, rumah sakit juga mengintegrasikan pemanfaatan media komunikasi offline dan digital. Media offline berupa brosur berfungsi sebagai sarana informasi awal yang mudah diakses, sedangkan media digital seperti aplikasi *MySiloam* dan WhatsApp memberikan layanan informasi tambahan, pengingat, serta panduan secara lebih cepat dan interaktif. Integrasi kedua media tersebut menjadikan penyampaian pesan lebih efektif, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan pasien. Pada proses komunikasi, tahap *encoding* dilakukan secara sistematis dengan menyesuaikan pesan terhadap karakteristik pasien melalui penggunaan bahasa yang sederhana, jelas, serta didukung oleh pendampingan langsung. Sementara itu, pada tahap *decoding*, ditemukan adanya dua bentuk pemaknaan, yaitu posisi *dominant-hegemonic*, ketika pasien menerima dan menggunakan aplikasi sesuai dengan tujuan rumah sakit, serta posisi *negotiated*, ketika pasien memahami pesan namun belum sepenuhnya mengadopsi penggunaan aplikasi secara optimal. Secara keseluruhan, strategi komunikasi persuasif yang diterapkan telah berhasil meningkatkan pemahaman dan membentuk sikap positif pasien terhadap aplikasi *MySiloam*. Namun, perubahan perilaku menuju penggunaan aplikasi secara menyeluruh masih berlangsung secara bertahap, yang dipengaruhi oleh faktor individu seperti literasi teknologi, keterbatasan perangkat, serta kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi persuasif dalam layanan kesehatan digital, dengan menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan aplikasi tidak hanya bergantung pada teknologi yang tersedia, tetapi juga pada cara pesan disampaikan kepada pengguna. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Rumah Sakit Siloam Bali untuk memperkuat edukasi dan pendampingan kepada pasien, terutama bagi mereka yang masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi *MySiloam*, sehingga pemanfaatan layanan digital dapat lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asrida dan Nurohmah, M. (2025) "Akuntabilitas Publik Era Digital di Indonesia : Analisis Peluang dan Tantangan Public Accountability in Indonesia ' s Digital Era : An Analysis of Opportunities and Challenges," *Akuntabilitas Publik Era Digital di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan*, 1(2), hal. 87. Tersedia pada: <https://doi.org/10.69616/pb.v1i2.559>.
- [2] Bambang Mudjiyanto (2018) "Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi," *Journal of Media Communication Studies*, 22(1), hal. 65–74. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>.
- [3] Lanani, K. (2013) "Belajar Berkomunikasi Dan Komunikasi Untuk Belajar Dalam Pembelajaran Matematika," *Infinity Journal*, 2(1), hal. 13. Tersedia pada: <https://doi.org/10.22460/infinity.v2i1.21>.
- [4] Panjaitan, M.R.P. (2023) "Implementasi Surat Direktur Jenderal Imigrasi Nomor IMI.3-UM.01.01-1192 Tahun 2020 Tentang Aplikasi Izin Tinggal Online (IT Online) Di Masa Pandemi COVID-19 Pada Kantor Imigrasi Kelas I Khusus Medan," *Hukum*, 1, hal. 3–7. Tersedia pada: <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20270>.
- [5] Pramudita, N. et al. (2025) "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI MEDIA," *Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Media Whatsapp Dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan*, 1(2), hal. 31. Tersedia pada: <https://doi.org/https://e-journal.samsarainstitute.com/vicara/article/view/173>.
- [6] Riswandi (2009) Ilmu Komunikasi.
- [7] Siloam Hospitals. (2026) *Create an appointment*. [online] Tersedia pada: <https://frontoffice.siloamhospitals.com/create-appointment?doctorId=0b275760-9a66-483a-af13-c9403bfb4502&date=2026-01-31>
- [8] Soegiyono (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- [9] Sugiyono (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- [10] Winanda, R.P. et al. (2025) "Desain dan Implementasi Web Pemesanan Makanan untuk Mempercepat Proses Antrean Pelanggan Pemesanan Makanan Berbasis Website menunjukkan bahwa penerapan sistem berbasis web dapat meningkatkan manajemen operasional kantin secara keseluruhan dan memperbaiki," 3(November), hal. 1–15. Tersedia pada: <https://doi.org/https://journal.arimsi.or.id/index.php/Polygon/article/view/781>.