

## RINGKASAN

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
PEMINATAN ADMINISTRASI KEBIJAKAN KESEHATAN  
SKRIPSI, JULI 2024

**SALSABILA N. WULANDARI**  
**14120200041**

**“Analisis Digital Marketing Dalam Persepsi Pengalaman Pasien  
(*Patient Experience*) Pada Pasien Umum dan Lama Rawat Jalan di  
Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar”**

(di Bimbing Oleh : Nurfardiansyah B dan Chaeruddin Hasan)  
(xvii + 89 Halaman + 10 Lampiran)

Pada saat ini perkembangan teknologi yang sangat cepat memungkinkan setiap orang di masyarakat dapat mengakses internet. Masyarakat berada di era digital karena internet mengubah aktivitas manusia menjadi lebih digital. Tren digital tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat, oleh karena itu fasilitas pelayanan kesehatan perlu menghadirkan pengalaman digital pasien atau digital *customer experience* untuk pasiennya. Digitalisasi dapat mendorong pertumbuhan perusahaan serta menciptakan efisiensi dengan kisaran 5% hingga 10%. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendalam terkait digital marketing dalam persepsi pengalaman pasien pada pasien umum rawat jalan di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Prosedur penelitian menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu, sekelompok orang, dan perilaku yang dapat diamati. Lokasi penelitian di Rumah Sakit Stella Maris yang terletak di jalan somba opu, kota Makassar, Sulawesi Selatan. Informan penelitian ini adalah Kepala Humas dan *Marketing*, Staf bagian Pengembangan media dan *Customer care*, serta Pasien umum dan lama rawat jalan di Rumah Sakit Stella Maris Kota Makassar. Pemilihan informan dilakukan dengan menerapkan metode pengumpulan data yang berdasarkan pada pertimbangan khusus, seperti keahlian informan terhadap subjek yang diteliti atau mempunyai jabatan tertinggi di instansi terkait, sehingga dapat membantu peneliti dalam mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang obyek atau situasi sosial yang sedang diselidiki.

*Digital goals and strategy* dirumah sakit dianggap membantu pasien karena memudahkan mereka untuk berkomunikasi. *Digital audiens* menunjukkan pasien merasa interaksi tersebut cukup baik meskipun ada keluhan terkait kecepatan respon. *Digital devices* yaitu informan lebih

memilih menggunakan ponsel untuk berkomunikasi dengan rumah sakit walaupun tidak tau mengakses aplikasi atau portal kesehatan. *Digital platforms whatsapp* adalah *platform* digital paling populer untuk berinteraksi dengan dokter atau tenaga medis. Banyak pasien tidak aktif mengikuti konten yang dibuat oleh *digital media* Rumah Sakit Stella Maris di *platform* media sosialnya. Pasien merasa percaya dan aman terkait *data digital* mereka. *Digital marketing technology* seperti *website* dan media sosial telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan komunikasi dan membuat informasi lebih mudah diakses di rumah sakit.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah aspek *digital goals and strategy*, *digital data*, dan *digital marketing technology* pada Rumah Sakit Stella Maris telah mengumpulkan persepsi positif dari pengalaman pasien. Sedangkan aspek dari *digital audiens*, *digital devices*, *digital platforms*, dan *digital media* kurang mendapatkan atau masih memiliki pemasaran yang terbatas terhadap pengalaman pasien. Rumah sakit dapat melakukan edukasi kepada pasien tentang penggunaan teknologi dalam meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan dan menyediakan informasi yang jelas tentang waktu tanggap yang diharapkan. Rumah sakit harus memastikan bahwa portal pasien dapat dijangkau dan mudah diakses oleh pasien maupun calon pasien serta melakukan pemantauan yang konstan dengan adanya komitmen untuk meningkatkan kualitas rumah sakit dalam menggunakan berbagai *platforms* media.

**Daftar Pustaka** : 44 (2017 – 2024)

**Kata kunci** : *Digital Marketing, Pengalaman Pasien, Persepsi, Rawat Jalan dan Rumah Sakit.*