



**PENGALAMAN KOMUNIKASI PASIEN DALAM PROSES
KONSULTASI MELALUI APLIKASI HALODOC
(Studi Fenomenologi Pada Pasien Yang Mengalami Adiktif Konsultasi
Permasalahan Perawatan Wajah di Halodoc)**

***PATIENTS' COMMUNICATION EXPERIENCES DURING
CONSULTATIONS VIA THE HALODOC APP
(A Phenomenological Study of Patients Addicted to Consultations for Facial
Care Issues on Halodoc)***

**Arisa Shaumi Novianti^{1*}, Hamidah², Affan Neskisyah Ramadhan³, Fitri Annisa
Rachmah⁴**

^{1*}International Women University, Email : arisashm11@gmail.com

²International Women University, Email : hamidah@iwu.ac.id

³International Women University, Email : affannr@iwu.ac.id

⁴International Women University, Email : fitriannisa@iwu.ac.id

*email koresponden: arisashm11@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i3.3235>

Abstrack

This study examines the issue of dependency among the public—specifically university students—regarding repeated facial care consultations via the Halodoc app. This phenomenon has emerged as medical apps, originally intended for use during illness, have shifted in function to become a refuge during moments of panic and an integral part of daily lifestyle. The study aims to uncover the reasons behind this habit of repeated consultation and to understand how users interpret their interactions with online doctors on the Halodoc app. To address this issue, the study employs a qualitative method grounded in Alfred Schutz's phenomenological theory. This approach is used to examine the lived experiences of three university students who use Halodoc, utilizing in-depth interviews, observation, and the collection of supporting documents. The findings reveal that this habit of repeated consultation is driven by the users' past experiences: anxiety stemming from social media beauty standards, trauma from previous skin damage caused by the misuse of beauty products, and an aversion to queuing at physical beauty clinics. These experiences give rise to new objectives: the desire for immediate reassurance during panic, a sense of security against further skin damage, and the convenience of managing time amidst busy academic schedules. Comfortable interactions with doctors on the app have transformed the meaning of Halodoc from a mere medical service into a source of reassurance and a lifestyle support tool. Consequently, the three users have developed a dependency, becoming afraid or hesitant to manage their facial care without guidance from an online doctor. The study suggests that users should approach social media beauty trends more wisely and restore the medical app to its appropriate function based on actual health needs.

Keywords: Halodoc, Digital Dependency, Facial Care, Phenomenology, Alfred Schutz.



Abstrak

Penelitian ini membahas masalah ketergantungan masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam melakukan konsultasi perawatan wajah secara berulang di aplikasi Halodoc. Fenomena ini muncul karena aplikasi medis yang seharusnya hanya digunakan saat sakit, kini bergeser fungsinya menjadi tempat pelarian saat panik dan bagian dari gaya hidup harian. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar alasan di balik kebiasaan konsultasi berulang tersebut serta bagaimana para pengguna memaknai pengalaman interaksi mereka dengan dokter *online* di aplikasi Halodoc. Untuk menjawab masalah tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Pendekatan ini digunakan untuk melihat pengalaman nyata dari tiga orang mahasiswa pengguna Halodoc melalui wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan konsultasi berulang ini didorong oleh pengalaman masa lalu para pengguna, yaitu rasa cemas akibat melihat standar kecantikan di media sosial, trauma karena pernah rusak kulit akibat salah pakai produk kecantikan sendiri, serta malas mengantre di klinik kecantikan fisik. Pengalaman tersebut memicu tujuan baru, yaitu keinginan untuk mendapat ketenangan secara cepat saat panik, rasa aman agar kulit tidak rusak lagi, dan kemudahan mengatur waktu di tengah kesibukan kuliah. Obrolan yang nyaman dengan dokter di aplikasi akhirnya menggeser makna Halodoc dari sekadar tempat berobat biasa menjadi tempat mencari rasa aman dan penunjang gaya hidup harian. Akibatnya, ketiga pengguna mengalami ketergantungan dan jadi takut atau tidak berani merawat wajah sendiri tanpa arahan dari dokter *online*. Penelitian ini menyarankan agar pengguna lebih bijak menanggapi tren kecantikan di media sosial dan mengembalikan fungsi aplikasi medis secara wajar sesuai kebutuhan kesehatan yang sebenarnya.

Kata Kunci: Halodoc, Ketergantungan Digital, Perawatan Wajah, Fenomenologi, Alfred Schutz.

1. PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan layanan konsultasi kesehatan kulit secara daring melalui aplikasi Halodoc menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan observasi awal, banyak pasien tidak hanya memanfaatkan layanan ini satu kali, melainkan melakukan konsultasi secara rutin dan berulang terkait perkembangan kondisi kulit wajah, penggunaan produk perawatan, efek pengobatan, hingga rekomendasi tindakan lanjutan dari dokter spesialis. Tingginya frekuensi ini mengindikasikan bahwa Halodoc telah menjadi sarana utama bagi masyarakat dalam menangani permasalahan perawatan wajah mereka secara praktis.

Hasil wawancara awal dengan sejumlah pengguna aktif mengungkapkan bahwa keterlibatan pasien dalam layanan kesehatan digital ini dipicu oleh motif pemicu (*because-of motive*) yang sangat beragam. Dorongan awal tersebut meliputi terpaan konten visual di media sosial seperti TikTok yang membentuk persepsi positif mengenai efektivitas konsultasi online, rasa penasaran yang berpadu dengan kebutuhan praktis saat mengalami krisis penampilan fisik (*breakout*), hingga pertimbangan rasionalitas ekonomi dan kemudahan akses dibandingkan pemeriksaan tatap muka di klinik konvensional.

Meskipun berangkat dari titik awal yang berbeda, ketiga informan menunjukkan konvergensi pola perilaku yang seragam setelah mencoba aplikasi Halodoc. Mereka secara konsisten melakukan konsultasi lanjutan secara berkala, mendiskusikan kondisi kulit wajah, mengonfirmasi penggunaan bahan aktif *skincare*, serta mematuhi rekomendasi medis yang diberikan melalui fitur *chatting*. Interaksi yang berlangsung secara repetitif ini mengindikasikan bahwa konsultasi kesehatan digital tidak lagi dimaknai sebatas penggunaan alat teknologi utilitas murni, melainkan telah bertransformasi menjadi proses komunikasi interaktif diadik antara pasien dan dokter. Kehadiran respons dokter yang cepat, ramah, dan instan pada akhirnya mengonstruksi pola ketergantungan emosional dan psikologis (*adiktif*), di mana pasien merasa perlu untuk terus-menerus membuka aplikasi demi memvalidasi kondisi estetika wajah mereka.

Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, proses ini merupakan bentuk komunikasi kesehatan yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, penyampaian keluhan, pemberian saran medis, serta



pembentukan pemahaman bersama. Komunikasi kesehatan tidak hanya dipahami sebagai penyampaian informasi medis, tetapi juga sebagai proses interaksi yang menghasilkan pengalaman subjektif tertentu bagi individu yang terlibat di dalamnya. Melalui proses tersebut, pasien membangun pemahaman, penilaian, serta makna terhadap layanan yang mereka gunakan, di mana sebagian merasa terbantu dan lebih percaya diri, sementara sebagian lainnya memiliki pengalaman yang berbeda.

Di antara berbagai platform kesehatan digital di Indonesia, Halodoc merupakan salah satu aplikasi dengan tingkat penggunaan tertinggi yang menyediakan layanan terintegrasi mulai dari konsultasi daring, pembelian obat, hingga layanan laboratorium. Peningkatan penggunaan internet turut mendorong berkembangnya layanan *telemedicine* sebagai alternatif modern dalam memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat tanpa harus mendatangi fasilitas kesehatan secara langsung.

Kendati jumlah pengguna Halodoc terus meningkat, data kuantitatif yang ada belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana pasien memahami, merasakan, dan memaknai pengalaman komunikasi yang mereka alami. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada kepuasan pengguna, kualitas layanan elektronik, kepercayaan, serta niat penggunaan ulang menggunakan pendekatan kuantitatif. Di sisi lain, penelitian yang secara khusus mengkaji pengalaman komunikasi pasien terutama di kalangan mereka yang sering berkonsultasi mengenai masalah perawatan wajah masih tergolong sangat terbatas.

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena ini, penelitian ini mengadopsi pendekatan fenomenologi sosial Alfred Schutz. Dalam perspektif ini, tindakan individu didasarkan pada pengalaman dan motif yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman komunikasi pasien selama proses konsultasi di Halodoc dipahami sebagai realitas subjektif yang dibentuk melalui interaksi dengan dokter serta dimaknai berdasarkan kebutuhan hidup masing-masing. Kehadiran aplikasi ini memfasilitasi kebutuhan pasien akan validasi instan atas penampilan fisik mereka melalui negosiasi makna, dorongan motif, dan pembentukan perilaku adiktif berbasis teks. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diangkat dengan judul "Pengalaman Komunikasi Pasien dalam Proses Konsultasi Melalui Aplikasi Halodoc (Studi Fenomenologi pada Pasien yang Mengalami Adiktif Konsultasi Permasalahan Perawatan Wajah di Halodoc)".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sosial Alfred Schutz untuk mendalami pengalaman komunikasi dan makna subjektif pasien yang berkonsultasi perawatan wajah secara berulang melalui aplikasi Halodoc. Fenomenologi sosial ini difokuskan melalui dua motif tindakan: *because motive* (latar belakang masalah kulit, kemudahan akses, atau rekomendasi) dan *in-order-to motive* (tujuan mencapai solusi dan rasa tenang).

Subjek penelitian ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu pasien aktif yang memiliki pengalaman komunikasi berkonsultasi secara berulang dengan dokter spesialis kulit di Halodoc dan bersedia memberikan informasi secara terbuka. Objek penelitian berfokus pada pengalaman komunikasi pasien dalam proses konsultasi tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi proses interaksi, wawancara mendalam sebagai teknik utama, serta dokumentasi berupa riwayat dan tangkapan layar konsultasi.

Tahapan analisis data merujuk pada reduksi data, pengelompokan tema, penyajian data, serta penarikan esensi pengalaman berdasarkan konsep Schutz. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi yang mencakup triangulasi sumber, metode, dan waktu untuk memastikan konsistensi informasi. Penelitian ini tidak dibatasi oleh wilayah geografis tertentu dan dilaksanakan dari Januari hingga Juni 2026.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memaparkan temuan-temuan terkait pengalaman komunikasi dalam proses konsultasi melalui aplikasi Halodoc, khususnya studi fenomenologi pada pasien yang mengalami adiksi atau ketergantungan konsultasi permasalahan perawatan wajah. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai:



- Cara informan memaknai pengalaman komunikasi dua arah secara digital bersama dokter spesialis.
- Proses terbentuknya perilaku konsultasi kecantikan berulang (adiktif) melalui platform Halodoc.

Fokus penelitian ini menggali secara komprehensif esensi kesadaran informan mulai dari tahap terpaan informasi awal, dinamika interaksi yang termediasi teks, hingga munculnya ketergantungan psikologis terhadap layanan kesehatan online.

Tahapan Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam mengumpulkan dan menganalisis data agar validitasnya terjamin, peneliti melakukan beberapa langkah sistematis:

1. Menyusun draf pedoman wawancara mendalam berdasarkan elemen kredibilitas yang relevan.
2. Melaksanakan wawancara mendalam secara santai dan terbuka dengan tiga informan utama yang memiliki intensitas penggunaan tinggi.
3. Melakukan dokumentasi selama proses wawancara untuk melengkapi data.
4. Mentranskrip seluruh rekaman audio wawancara secara kata per kata (*verbatim*).
5. Melakukan reduksi data, kategorisasi, dan analisis temuan guna mengungkap kluster-kluster tema makna yang relevan.

Selain itu, akses terhadap data yang relevan ditempuh melalui identifikasi partisipan (pengguna konsisten fitur konsultasi dokter kulit), pendekatan awal untuk membangun kenyamanan emosional, permintaan izin/persetujuan (lisan dan tertulis dengan jaminan kerahasiaan identitas serta data medis), serta penyusunan jadwal pertemuan yang fleksibel.

Gambaran Umum Fenomena

Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran cara berkomunikasi dalam dunia kesehatan—dari yang mulanya harus dilakukan secara tatap muka di klinik, kini beralih menjadi cepat melalui pesan teks di ponsel.

- Pengguna merupakan individu yang akrab dengan teknologi digital namun rentan terpengaruh oleh tekanan sosial di media sosial.
- Permasalahan kulit tidak lagi sekadar urusan kesehatan fisik semata, melainkan berkaitan erat dengan kepercayaan diri dan cara seseorang menampilkan diri di ruang digital.
- Kemudahan, kepraktisan, serta sifat pribadi dari Halodoc memungkinkan pengguna mendapatkan kepastian medis secara instan tanpa antrian, yang pada akhirnya mengubah konsultasi dan pembelian obat menjadi sebuah bentuk komunikasi digital yang berulang hingga berpotensi menimbulkan ketergantungan.

Profil dan Latar Belakang Informan

Penelitian ini melibatkan tiga orang informan utama dengan karakteristik dan latar belakang yang bervariasi:

- Dea Delia Juwita (23 Tahun, Mahasiswi DIII-Farmasi, Politeknik Piki Ganesha)
 - *Frekuensi*: 4 kali/bulan.
 - *Latar Belakang & Motivasi*: Dea aktif menggunakan TikTok dan Instagram serta kerap merasa takut ketinggalan tren (*Fear of Missing Out / FOMO*) terkait perawatan wajah yang viral. Ia menggunakan Halodoc untuk memastikan keamanan produk *skincare* tren tanpa harus mengantre di klinik. Kecocokan obat dan kemudahan aplikasi membuat Dea terbiasa mengecek kulitnya secara terus-menerus hingga merasa bergantung pada platform ini.
- Nabila Apriliani (21 Tahun, Mahasiswi Double Degree S-1 Administrasi Keuangan & Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piki Ganesha)
 - *Frekuensi*: 2 kali/bulan.
 - *Latar Belakang & Motivasi*: Nabila mengalami masalah jerawat parah (*breakout*) di area pipi dan dagu akibat aktivitas luar ruangan, yang menurunkan rasa percaya dirinya. Setelah produk rekomendasi media sosial gagal memberikan hasil, ia beralih ke Halodoc karena praktis dari segi waktu dan biaya di tengah jadwal kuliah yang padat. Fleksibilitas konsultasi kapan saja (bahkan tengah malam) membuatnya terus mengandalkan Halodoc setiap kali muncul masalah kulit baru.
- Nurul Azmila Syahidah (22 Tahun, Mahasiswi S1-Ilmu Komunikasi, International Women University)



- *Frekuensi*: 3 kali/bulan.
- *Latar Belakang & Motivasi*: Nurul mulanya merupakan pelanggan setia klinik kecantikan fisik, namun beralih ke Halodoc atas saran teman akibat klinik langganannya tutup dan antreannya terlalu panjang. Ia menghadapi masalah kulit kering yang membuat riasannya mudah pecah (*nge-crack*). Meskipun menemui variasi gaya komunikasi dokter (ada yang ramah, ada pula yang kaku bermuatan medis), transparansi profil dokter dan kecocokan obat membuat Nurul merasa nyaman dan akhirnya bergantung pada Halodoc.

Alasan Pemilihan Informan

Ketiga informan dipilih berdasarkan variasi kebutuhan dan latar belakang penggunaan agar mampu merepresentasikan fenomena secara utuh:

- Dea mewakili kelompok mahasiswa yang didorong oleh tren media sosial dan FOMO dengan frekuensi tertinggi.
- Nabila merepresentasikan pengguna yang membutuhkan solusi atas masalah kulit spesifik (*breakout*) di tengah padatnya aktivitas akademik dengan memanfaatkan efisiensi waktu.
- Nurul memberikan sudut pandang pengguna yang beralih dari klinik fisik akibat kendala operasional serta menunjukkan dinamika interaksi serta ragam gaya komunikasi dokter di aplikasi.

Motif Pasien dalam Melakukan Konsultasi Berulang (*Because Motive*)

Pembahasan motif berulang dikaji menggunakan kerangka *because motive*, yakni merujuk pada alasan, pengalaman, atau kondisi masa lalu yang melatarbelakangi tindakan informan dalam memilih dan menggunakan Halodoc secara berkelanjutan. Berdasarkan teks yang dipaparkan, tindakan awal informan seperti Dea dilatarbelakangi oleh kuatnya terpaan informasi di media sosial mengenai pentingnya edukasi bahan aktif *skincare*.



Gambar 1. Tangkapan Layar Konten Edukasi Skincare di Media Sosial Tiktok yang menjadi pemicu FOMO Informan Dea

Sumber: Arsip Peneliti, 2026



"Oke, jadi awal mulanya itu aku kayak melihat influencer di TikTok sama Instagram kayak ngebahas pentingnya konsul ke dokter kulit sebelum pakai kandungan aktif gitu. Terus juga karena lagi ngetren juga kan..."

Selanjutnya, adanya dorongan emosional berupa kecemasan akan ketinggalan tren *skincare* kekinian menjadi pemicu internal yang kuat bagi Dea. Dea secara jujur mengakui kepribadiannya tersebut.



Gambar 2. Produk Skincare Yang Dipakai Informan Dea Sebelum Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026

"...jadi kayak aku enggak mau ketinggalan, jadi langsung mencoba ke aplikasi Halodoc." "Udah sih, cukup ya. Soalnya aku anaknya FOMO-an."

Di samping dorongan informasi dan emosional, secara fisik pemicu utama yang dialami Dea sebelum melakukan tindakan konsultasi adalah masalah pada tekstur kulitnya. Hal ini ia sampaikan secara singkat.



Gambar 3. Dokumentasi Kondisi Kulit Wajah yang Kusan Informan Dea Sebelum Melakukan Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026



“Lebih ke kayak kusam aja sih sebelumnya.”

Selain pemicu fisik tersebut, kepercayaan Dea terhadap konsultasi medis *online* juga dibangun melalui pengamatan terhadap interaksi rekan sebayanya di media sosial.

“Iya, aku jadi sering lihat ulasan produk di media sosial, kayak teman-teman aku juga udah banyak pakai layanan dokter online sih.”

Sementara itu pada informan kedua, *because motive* merujuk pada latar belakang, kondisi fisik, serta pengalaman masa lalu yang mendorong Nabila untuk melakukan tindakan konsultasi masalah kulit melalui aplikasi Halodoc. Pemicu fisik utama Nabila adalah kondisi kulit wajah yang mendadak mengalami *breakout* parah akibat tingginya mobilitas aktivitas di luar ruangan.



Gambar 4. Dokumentasi Kondisi Tekstur Kulit Wajah (Breakout) Informan Nabila Sebelum Melakukan Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026

“Awalnya gara-gara jerawat parah sih. Waktu itu lagi banyak aktivitas di luar, terus muka jadi gampang breakout kan. Karena bingung harus gimana, akhirnya aku coba konsultasi ke Halodoc.”

Dampak dari kondisi jerawat dan bekas luka pada area wajah tersebut kemudian menimbulkan rasa tidak percaya diri dalam berinteraksi sosial:

“Awalnya sih lagi banyak jerawat di pipi sama di dagu. Bekas jerawat juga banyak, jadi bikin kurang PD aja kalau ketemu sama orang tuh.”

Sebelum akhirnya beralih ke dokter *online*, Nabila sebenarnya telah berupaya mencari informasi lewat media sosial serta mencoba berbagai produk *skincare* atas rekomendasi teman, namun tidak memberikan hasil yang efektif.



Gambar 5. Produk Skincare Yang Dipakai Informan Nabila Sebelum Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026

“Iya, sempat lihat-lihat di TikTok, Instagram, terus juga pernah tanya teman, dan coba beberapa skincare yang katanya bagus, tapi hasilnya enggak terlalu ngaruh juga di aku.”

Oleh karena itu, proses yang praktis dan efisien menjadi alasan utama Nabila enggan datang ke klinik *offline*.

“Karena lebih praktis aja sih, terus enggak perlu keluar rumah juga kan atau antri-antrian kayak gitu. Tinggal chat aja langsung bisa konsultasi.”

Berbeda dengan dua informan sebelumnya, *because motive* pada informan ketiga, Nurul, merujuk pada latar belakang, kondisi fisik, serta peristiwa masa lalu yang mendorong Nurul untuk mengalihkan layanan perawatan kulit wajahnya ke aplikasi Halodoc. Pemicu utama tindakan Nurul berawal dari kendala aksesibilitas pada klinik langganan konvensional yang sedang tutup atau memiliki jadwal yang sangat padat.



Gambar 6. Klinik Langganan Informan Nurul Sebelum Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026



"Karena aku tuh kan emang biasanya ke klinik langganan aku. Tapi eh waktu itu emang jadwalnya si klinik itu tuh tutup... Terus aku mau ke klinik tapi kliniknya eh enggak bisa waktu itu karena emang padet banget. Jadi aku mutusin buat ke Halodoc..."

Lebih lanjut secara fisik, kondisi kulit wajah yang sangat kering mengganggu hasil riasan wajah (*makeup*) harian Nurul, sehingga memerlukan penanganan medis segera.



Gambar 7. Dokumentasi Kondisi Kulit Wajah yang Kering Informan Nurul Sebelum Melakukan Konsultasi di Halodoc

Sumber: Arsip Peneliti, 2026

"Nah iya, kalau misalkan eh pertama kali kondisi kulit aku tuh lagi kering, jadi emang bener-bener kering sampai emang mutusin buat ke klinik awalnya."

Kemudian di tengah situasi kendala jadwal klinik *offline* tersebut, dorongan untuk beralih ke Halodoc diperkuat oleh saran dan rekomendasi dari teman sebayanya.

"Nah kebetulan aku tuh dapet rekomendasi nih... Jadi aku mutusin buat ke Halodoc itu rekomendasi dari temen."

Berdasarkan paparan dari ketiga informan di atas, dapat disimpulkan bahwa *because motive* para pasien dalam melakukan konsultasi kecantikan di Halodoc dibentuk oleh kombinasi pemicu internal seperti kondisi fisik serta pemicu eksternal seperti terpaan media sosial, rekomendasi teman, dan keterbatasan akses klinik konvensional. Pengalaman masa lalu inilah yang pada akhirnya mengarahkan para informan untuk memilih dan memercayakan perawatan kulit mereka melalui layanan kesehatan digital Halodoc.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis menggunakan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, yang menekankan pada aspek motif, tindakan, dan makna dalam pengalaman subjektif individu, dapat disimpulkan bahwa pengalaman komunikasi ketiga informan dalam melakukan konsultasi melalui aplikasi Halodoc menunjukkan adanya konstruksi kesadaran yang membentuk perilaku ketergantungan digital. Temuan ini menggambarkan bahwa perilaku tersebut tidak muncul secara instan, melainkan terbentuk melalui proses pengalaman masa lalu, orientasi tujuan, serta pemaknaan terhadap interaksi yang berlangsung dalam ruang komunikasi digital. Adapun kesimpulan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Motif pasien dalam melakukan konsultasi berulang di Halodoc terbentuk dari perpaduan pengalaman masa lalu dan orientasi tujuan masa depan. Motif karena (*because-of motive*) meliputi tekanan standar kecantikan media sosial, pengalaman negatif kondisi kulit, serta keterbatasan layanan klinik offline. Sementara motif tujuan (*in-order-to motive*) berorientasi pada keinginan memperoleh perbaikan kondisi kulit, efisiensi waktu, serta regulasi emosional secara instan.
2. Tindakan komunikasi pasien dalam konsultasi digital menunjukkan pola komunikasi yang cepat, praktis, dan berorientasi solusi melalui fitur chat dan pengiriman foto. Pasien juga menunjukkan



- agensi dengan menyesuaikan gaya komunikasi dokter agar lebih mudah dipahami, sehingga interaksi bersifat patient-centered meskipun terjadi dalam ruang komunikasi termediasi.
3. Makna pengalaman konsultasi di Halodoc tidak lagi sekadar sebagai layanan kesehatan, tetapi sebagai ruang aman untuk memperoleh validasi medis dan ketenangan psikologis. Hal ini memunculkan kecenderungan ketergantungan, di mana konsultasi menjadi bagian dari kebiasaan self-care yang bersifat berulang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, B. (2021). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). Sage.
- Schutz, A. (1899-1958). *The phenomenology of the social world*. Northwestern University Press.
- Apsari, N. K. P. T., & Putra, I. N. T. A. (2025). ANALISIS USABILITY APLIKASI KESEHATAN DIGITAL HALODOC MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS). *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(3), 2303–0577.
- Ärlebrant, L., Schimmer, R., & Edin-Liljegren, A. (2026). Patients' experiences of video consultations: A qualitative systematic review. *Digital Health*, 12. <https://doi.org/10.1177/20552076251404513>
- Cahyono, S. A., Pratama, F. A., Permana, A. A., Ramadhan, M. N. N., & Hermawan, R. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Surabaya Dan Sekitarnya Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology the Analysis of Factor That Affects the Utilization of Halodoc. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi (SITASI) 2022*, (September), 10–11.
- Grünfelde, M. (2022). Face-to-Face with the Doctor Online: Phenomenological Analysis of Patient Experience of Teleconsultation. *Human Studies*, 45(4), 673–696. <https://doi.org/10.1007/s10746-022-09652-4>
- halodoc. (2024). Syarat Dan Ketentuan Pengguna Halodoc. *Halodoc.Com*, 56.
- Hans, A., Singh, N. T., Kumar, R., Kumar, A., Choubey, A., & Suresh. (2024). The Psychology Behind Addictive Applications in Technology. *Proceedings - International Conference on Computing, Power, and Communication Technologies, IC2PCT 2024*, 5, 669–672. <https://doi.org/10.1109/IC2PCT60090.2024.10486603>
- Koppel, P. D., De Gagne, J. C., Docherty, S., Smith, S., Prose, N. S., & Jabaley, T. (2022). Exploring Nurse and Patient Experiences of Developing Rapport During Oncology Ambulatory Care Videoconferencing Visits: Qualitative Descriptive Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(9). <https://doi.org/10.2196/39920>
- Letare, Y. N., Wardhani, A., Galuh, F., & Febrina, N. (2025). Konstruksi Pengalaman dan Persepsi Pengguna Telemedisin di Indonesia Paska Pandemi Covid-19. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 4(12), 11266–11278. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i12.5246>
- Lovely, K. (2025). *Annette Webster*.
- Luis, H. (2025). *Exploring User Experiences in Accessing Digital Health Platforms in Indonesia : A Phenomenological Study on Patients*. 1(4), 134–143.
- Lukito, M., & Gani, A. (2024). PELAYANAN KESEHATAN YANG EFISIEN DAN TERJANGKAU MELALUI TRANSFORMASI KESEHATAN DIGITAL VIA TELEMEDICINE DI INDONESIA. *XIV*(2), 107–117.
- Mahesa, P. B. N., & Irwansyah. (2022). Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Perilaku di Ruang Digital. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 843–856. <https://comserva.publikasiindonesia.id/index.php/comserva/article/download/508/707/5263>
- Mehrotra, D. K., & Sansthan, S. S. (2026). AN OVERVIEW OF TELE PHARMACY : BRIDGING THE HEALTHCARE GAP. 5(MI), 599–610.
- Safriela Natasya. (2025). Komunikasi Trapeutik Dokter dan Pasien (Studi Fenomenologi Pengalaman Komunikasi Trapeutik pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Halodoc pada Fitur Chat With



- Doctor di Kota Medan). *Universitas Medan Area*.
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Wenripin Chandra, Mirza Ilhami, Ariwibowo, S., Riche, R., & Napitupulu, S. (2024). Studi Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Telemedicine Halodoc: Temuan dan Rekomendasi. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 193–199. <https://doi.org/10.54259/satesi.v4i2.3312>
- Halodoc. (2024). *Syarat dan Ketentuan Pengguna Halodoc*.