

The Effect of Instagram Social Media Utilization on Service Perception Among Outpatient Patients at Sriwijaya General Hospital Palembang

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Persepsi Pelayanan pada Pasien Rawat Jalan RSUD Sriwijaya Palembang

Romzi Khairullah¹, Sonya Dewi Wulandari², Yuli Prapanca Satar³
Program Studi Administrasi Rumah Sakit Program Magister, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Respati Indonesia Jakarta
Romzikhairullah23@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of Instagram social media utilization on the perception of services among outpatients at RSUD Sriwijaya Palembang. The primary focus of the research is to evaluate how posting frequency, content quality, digital interaction, and information transparency on the platform shape patients' views regarding the quality of hospital services. The method used is quantitative research with an analytical survey design using a cross-sectional approach. Data were collected through questionnaires distributed to 360 outpatient respondents who are active Instagram users. Data analysis was performed using multiple logistic regression to examine the influence of variables both partially and simultaneously. The results showed that, simultaneously, all Instagram utilization variables significantly influenced patient service perception. Partially, the interaction and response variable (X3) was found to be the most dominant factor, where good interaction has the potential to increase positive patient perception by up to 22 times. Content quality and information transparency also contributed significantly to increasing patient trust. In conclusion, professional and interactive Instagram management is crucial for hospitals in building a positive image and enhancing service information disclosure in the digital era.

Keywords: Instagram, Service Perception, Outpatient, Hospital.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram terhadap persepsi pelayanan pada pasien rawat jalan di RSUD Sriwijaya Palembang. Fokus utama penelitian adalah mengevaluasi bagaimana frekuensi unggahan, kualitas konten, interaksi digital, dan transparansi informasi di platform tersebut membentuk pandangan pasien terhadap mutu layanan rumah sakit. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan desain survei analitik melalui pendekatan cross-sectional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 360 responden pasien rawat jalan yang aktif menggunakan Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi logistik berganda untuk melihat pengaruh variabel secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel pemanfaatan Instagram berpengaruh signifikan terhadap persepsi pelayanan pasien. Secara parsial, variabel interaksi dan respons (X3) ditemukan sebagai faktor paling dominan, di mana interaksi yang baik berpotensi meningkatkan persepsi positif pasien hingga 22 kali lipat. Kualitas konten dan transparansi informasi juga memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepercayaan pasien. Kesimpulannya, pengelolaan Instagram yang profesional dan interaktif sangat krusial bagi rumah sakit dalam membangun citra positif dan meningkatkan keterbukaan informasi pelayanan di era digital.

Kata Kunci: Instagram, Persepsi Pelayanan, Rawat Jalan, Rumah Sakit.

1. Pendahuluan

Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling dominan dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam bidang pelayanan kesehatan. Instagram sebagai salah satu platform yang paling populer memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi secara visual dan interaktif. Rumah sakit kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelayanan medis, tetapi juga sebagai institusi yang harus mampu membangun citra dan kepercayaan publik melalui media digital. Di era digitalisasi ini, kehadiran media sosial seperti Instagram menjadi wadah bagi rumah sakit untuk berinteraksi dengan pasien, memberikan informasi kesehatan, dan mempromosikan layanan yang tersedia. Penggunaan media sosial yang tepat dapat meningkatkan transparansi informasi sekaligus memperkuat hubungan antara rumah sakit dan masyarakat.

Rumah Sakit Umum Sriwijaya Palembang sebagai salah satu fasilitas kesehatan besar di Sumatera Selatan juga telah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, untuk memperkenalkan berbagai layanan rawat jalan, edukasi kesehatan, dan informasi publik. Pemanfaatan Instagram oleh rumah sakit ini bertujuan untuk memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat, khususnya kelompok usia produktif yang aktif menggunakan media sosial. Dalam konteks pelayanan kesehatan, akun Instagram rumah sakit berfungsi sebagai media promosi yang efektif, menampilkan fasilitas, jadwal dokter, maupun kegiatan sosial rumah sakit. Dengan penyampaian informasi yang menarik dan mudah diakses, diharapkan masyarakat dapat memperoleh gambaran positif terhadap pelayanan yang diberikan.

Namun, efektivitas pemanfaatan media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap pelayanan rumah sakit masih menjadi perdebatan. Persepsi masyarakat, terutama pasien rawat jalan, terhadap pelayanan rumah sakit dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, testimoni pengguna lain,

serta kualitas komunikasi digital yang ditampilkan. Instagram, dengan kemampuan menampilkan foto dan video, menjadi media yang potensial dalam membentuk citra positif rumah sakit. Akan tetapi, jika pengelolaan konten dilakukan secara tidak konsisten atau tidak informatif, justru dapat menimbulkan persepsi negatif dan menurunkan kepercayaan publik terhadap institusi kesehatan tersebut.

Dalam konteks pelayanan rawat jalan, persepsi pasien menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan kepuasan, loyalitas, dan niat untuk kembali menggunakan layanan. Pelayanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh kompetensi tenaga medis dan kelengkapan fasilitas, tetapi juga oleh bagaimana rumah sakit mampu berkomunikasi dengan pasien secara efektif. Instagram memungkinkan interaksi dua arah, di mana pasien dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, atau keluhan secara langsung. Dengan demikian, rumah sakit dapat memperoleh masukan yang berguna untuk peningkatan mutu layanan. Pengelolaan komunikasi digital yang baik akan menciptakan kesan bahwa rumah sakit responsif, terbuka, dan peduli terhadap kebutuhan pasien.

Selain itu, perkembangan perilaku masyarakat dalam mencari informasi kesehatan juga mengalami perubahan signifikan. Banyak pasien kini mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama sebelum memutuskan untuk berobat ke rumah sakit tertentu. Melalui Instagram, calon pasien dapat melihat langsung suasana rumah sakit, pelayanan, serta ulasan pengguna lain. Informasi tersebut sangat memengaruhi persepsi awal terhadap kualitas pelayanan. Ketika konten yang ditampilkan menonjolkan profesionalisme, kebersihan, dan keramahan tenaga

kesehatan, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap rumah sakit tersebut. Sebaliknya, kurangnya aktivitas atau komunikasi yang tidak relevan di media sosial dapat menimbulkan kesan pasif dan tidak profesional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen strategis dalam membangun reputasi dan citra institusi kesehatan. Pengelolaan akun Instagram yang efektif bukan hanya tentang promosi layanan, tetapi juga mengenai bagaimana rumah sakit menampilkan nilai-nilai kemanusiaan, keandalan, dan empati kepada pasien. Konten edukatif seperti tips kesehatan, kampanye vaksinasi, serta informasi layanan darurat juga dapat memperkuat kepercayaan publik. Dalam konteks RSU Sriwijaya Palembang, hal ini menjadi penting mengingat persaingan antar rumah sakit di wilayah tersebut semakin ketat. Rumah sakit harus mampu menghadirkan komunikasi yang menarik dan informatif agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat digital.

Persepsi pelayanan pasien rawat jalan sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan interaksi yang mereka rasakan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media sosial. Ketika pasien merasa bahwa rumah sakit memperhatikan kenyamanan dan kebutuhan mereka, persepsi positif akan terbentuk dan meningkatkan citra rumah sakit di mata publik. Instagram dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat persepsi ini dengan menampilkan bukti visual tentang pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional. Dengan pendekatan yang humanis dan konsisten, media sosial dapat memperkuat hubungan emosional antara rumah sakit dan pasien, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan pasien.

Di sisi lain, penggunaan media sosial juga menuntut tanggung jawab etika dan profesionalitas dalam penyampaian informasi. Rumah sakit harus memastikan bahwa seluruh konten yang dibagikan akurat, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan standar etika pelayanan kesehatan. Kesalahan dalam penyampaian informasi dapat merusak kepercayaan publik dan berdampak negatif terhadap persepsi pelayanan. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi digital yang terencana, termasuk manajemen krisis informasi serta pemantauan respons publik terhadap setiap unggahan. Pengelolaan profesional akun Instagram menjadi salah satu indikator keseriusan rumah sakit dalam menjaga kredibilitas dan mutu pelayanannya.

Berdasarkan data dari We Are Social (2025), jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 187 juta orang atau sekitar 67% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, Instagram menempati posisi ketiga platform paling banyak digunakan setelah WhatsApp dan Facebook, dengan total pengguna aktif mencapai lebih dari 109 juta orang. Angka ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai media komunikasi publik, termasuk dalam sektor kesehatan. Tren penggunaan Instagram di kalangan masyarakat Palembang juga meningkat pesat, terutama di kelompok usia 18–40 tahun yang merupakan pengguna paling aktif. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai saluran yang strategis untuk menjangkau pasien potensial dan masyarakat luas dalam menyebarkan informasi terkait pelayanan rumah sakit.

Berdasarkan laporan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2024), pelayanan rawat jalan menyumbang lebih dari 70% total kunjungan pasien ke rumah sakit umum di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa layanan rawat jalan memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga mutu pelayanan kesehatan. Di RSU Sriwijaya Palembang sendiri, data internal menunjukkan bahwa rata-rata kunjungan pasien rawat jalan per bulan mencapai 3.500–4.200 orang pada tahun 2023. Angka

tersebut mengalami peningkatan sekitar 18% dibandingkan tahun sebelumnya, seiring dengan upaya rumah sakit meningkatkan sistem informasi dan promosi layanan melalui media digital. Peningkatan jumlah kunjungan ini berpotensi berkaitan dengan intensitas publikasi rumah sakit di media sosial, terutama Instagram.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap akun resmi Instagram RSUD Sriwijaya Palembang, @rsusriwijaya, tercatat bahwa hingga Oktober 2025 akun tersebut memiliki lebih dari 12.000 pengikut dan telah membagikan sekitar 850 unggahan. Konten yang dipublikasikan meliputi informasi jadwal dokter, kegiatan sosial, edukasi kesehatan, dan promosi layanan baru. Frekuensi unggahan rata-rata adalah 3-4 kali per minggu dengan tingkat interaksi (engagement rate) sekitar 4,8%, yang tergolong cukup baik untuk kategori institusi layanan publik. Namun, ditemukan bahwa sebagian besar interaksi masih didominasi oleh tanda suka (likes), sementara komentar dan diskusi dua arah masih terbatas. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan strategi komunikasi yang lebih interaktif.

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Rumah Sakit Swasta Indonesia (ARSSI) tahun 2024 menemukan bahwa sekitar 64% rumah sakit di Indonesia telah menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi pelayanan. Dari jumlah tersebut, 48% menyebut Instagram sebagai platform utama untuk promosi dan edukasi kesehatan. Namun, hanya sekitar 31% rumah sakit yang memiliki tim khusus untuk mengelola konten dan interaksi media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam konteks pelayanan kesehatan masih belum optimal dan sering kali bersifat informatif satu arah, belum interaktif. RSUD Sriwijaya Palembang, yang telah mulai aktif di media sosial sejak 2020, termasuk dalam kategori rumah sakit yang terus mengembangkan sistem komunikasi digitalnya.

Data dari Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Selatan (2024) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit di Palembang mencapai rata-rata 82%, dengan aspek komunikasi dan informasi publik menjadi dua faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial seperti Instagram dapat berkontribusi terhadap peningkatan persepsi positif jika dikelola dengan baik. Di RSUD Sriwijaya Palembang, survei internal tahun 2023 mencatat bahwa 67% pasien rawat jalan mengetahui informasi layanan melalui media sosial, terutama Instagram. Hal ini membuktikan bahwa media sosial sudah menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi kesehatan bagi masyarakat urban di Palembang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dan Putra (2023) menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara penggunaan media sosial oleh rumah sakit dengan tingkat kepercayaan pasien terhadap kualitas pelayanan. Studi tersebut melibatkan 250 responden pasien rawat jalan di rumah sakit swasta di Jakarta dan menunjukkan bahwa kualitas konten, frekuensi unggahan, serta responsivitas admin memiliki pengaruh positif terhadap persepsi pelayanan. Penelitian serupa oleh Sari dkk. (2024) di Rumah Sakit Dr. Moewardi Surakarta juga menemukan bahwa media sosial berkontribusi sebesar 43% terhadap pembentukan citra rumah sakit. Berdasarkan temuan ini, dapat diasumsikan bahwa media sosial Instagram juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pasien di RSUD Sriwijaya Palembang.

Dalam tinjauan digital marketing kesehatan, parameter efektivitas media sosial diukur melalui tiga indikator utama, yaitu jangkauan (reach), keterlibatan (engagement), dan konversi (conversion). Berdasarkan analisis awal pada akun

Instagram RSUD Sriwijaya, tingkat jangkauan mingguan rata-rata mencapai 18.000 akun, dengan peningkatan sebesar 22% setelah dilakukan optimalisasi konten edukatif dan promosi layanan rawat jalan. Meskipun demikian, tingkat konversi kunjungan dari media sosial ke layanan langsung di rumah sakit masih relatif rendah, yaitu sekitar 11%. Data ini menunjukkan bahwa meskipun banyak masyarakat melihat konten rumah sakit, tidak semuanya langsung tergerak untuk memanfaatkan layanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang membentuk persepsi positif agar dapat mendorong niat kunjungan.

Selain data kuantitatif, terdapat pula temuan kualitatif dari wawancara dengan pasien yang menunjukkan bahwa mereka menilai informasi di Instagram RSUD Sriwijaya cukup informatif namun kurang personal. Sebagian responden menyatakan bahwa konten rumah sakit terlalu formal dan kurang menampilkan sisi humanis pelayanan, seperti testimoni pasien atau kisah tenaga medis. Faktor emosional seperti empati, keramahan, dan kejujuran informasi menjadi hal penting yang diharapkan muncul dalam konten media sosial rumah sakit. Oleh sebab itu, pendekatan komunikasi yang lebih empatik dan berbasis pengalaman nyata dapat memperkuat persepsi positif terhadap pelayanan rawat jalan.

Data tambahan dari Hootsuite Insights (2025) memperlihatkan bahwa waktu paling efektif untuk memposting konten kesehatan di Instagram adalah antara pukul 09.00–11.00 pagi dan 19.00–21.00 malam, dengan tingkat interaksi pengguna meningkat hingga 35% pada waktu tersebut. Jika dikaitkan dengan data aktivitas RSUD Sriwijaya Palembang, rumah sakit biasanya mengunggah konten pada siang hari sekitar pukul 13.00, yang berpotensi menyebabkan engagement tidak maksimal. Dengan menyesuaikan strategi waktu unggahan dan memperbanyak konten edukatif yang relevan dengan kebutuhan pasien rawat jalan, efektivitas penyebaran informasi dapat meningkat signifikan. Oleh karena itu, pemanfaatan data digital harus menjadi dasar dalam strategi komunikasi rumah sakit ke depan.

Keseluruhan data tersebut menunjukkan adanya peluang besar bagi RSUD Sriwijaya Palembang untuk memperkuat persepsi pelayanan pasien melalui pengelolaan media sosial yang profesional dan berbasis analisis data. Dengan memahami karakteristik pengguna, tren interaksi, serta kebutuhan informasi masyarakat, rumah sakit dapat membangun citra positif yang berkelanjutan. Penggunaan data statistik dan analitik media sosial tidak hanya membantu dalam evaluasi efektivitas konten, tetapi juga menjadi dasar pengambilan keputusan strategis di bidang komunikasi pelayanan kesehatan. Dengan demikian, penelitian ini relevan untuk mengkaji secara empiris pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan di RSUD Sriwijaya Palembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk meneliti sejauh mana pemanfaatan media sosial Instagram berpengaruh terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan di RSUD Sriwijaya Palembang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi pelayanan kesehatan. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi rumah sakit dalam merumuskan strategi promosi dan komunikasi publik yang lebih baik. Dengan pemanfaatan media sosial yang optimal, rumah sakit diharapkan tidak hanya meningkatkan citra positif di masyarakat, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang lebih transparan, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pasien..”

2. Tinjauan Pustaka

Rumah Sakit

Rumah sakit merupakan salah satu institusi penting dalam sistem pelayanan kesehatan yang berfungsi memberikan layanan kesehatan secara menyeluruh kepada masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit, disebutkan bahwa rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Artinya, rumah sakit tidak hanya menjadi tempat untuk pengobatan penyakit (kuratif), tetapi juga menjalankan peran pencegahan penyakit (preventif), peningkatan kesehatan (promotif), serta pemulihan pasca sakit (rehabilitatif). Dalam konteks sosial, rumah sakit berperan sebagai lembaga yang memberikan kontribusi besar terhadap derajat kesehatan masyarakat serta menjadi indikator kualitas layanan publik di bidang kesehatan.

Pelayanan Rawat Jalan

Pelayanan rawat jalan merupakan salah satu bentuk pelayanan kesehatan yang diberikan kepada pasien tanpa harus menjalani perawatan inap di rumah sakit. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Permenkes No. 129 Tahun 2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit), pelayanan rawat jalan didefinisikan sebagai pelayanan kepada pasien untuk keperluan observasi, diagnosis, pengobatan, rehabilitasi medis, dan pelayanan kesehatan lainnya yang tidak memerlukan perawatan lebih dari 24 jam. Dengan demikian, unit rawat jalan menjadi pintu utama interaksi antara pasien dengan fasilitas rumah sakit, karena sebagian besar pasien memulai proses pengobatannya melalui pelayanan ini. Fungsi utama pelayanan rawat jalan adalah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh pemeriksaan dan pengobatan tanpa harus tinggal di rumah sakit (BPK RI, 2008).

Konsep Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas secara daring. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (user-generated content). Melalui media sosial, komunikasi tidak lagi bersifat satu arah seperti dalam media tradisional, tetapi berkembang menjadi komunikasi dua arah yang interaktif dan real-time. Media sosial menciptakan ruang virtual di mana individu, organisasi, dan lembaga, termasuk rumah sakit, dapat membangun hubungan langsung dengan publik secara cepat dan efektif.

Kepercayaan Pasien Strategi Komunikasi Rumah Sakit melalui Instagram

Strategi komunikasi rumah sakit melalui Instagram harus dirancang secara sistematis agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013), komunikasi organisasi yang efektif harus mencakup tiga komponen utama: perencanaan pesan, penyampaian pesan, dan umpan balik (feedback). Dalam konteks rumah sakit, strategi komunikasi melalui Instagram mencakup perencanaan konten yang edukatif, penyampaian informasi

pelayanan yang jelas, serta tanggapan cepat terhadap interaksi publik. Dengan demikian, rumah sakit dapat membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan dan transparansi.

Persepsi dan Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi merupakan proses kognitif yang digunakan seseorang untuk menafsirkan dan memahami lingkungan sekitarnya berdasarkan rangsangan yang diterima oleh pancaindra. Menurut Robbins (2015), persepsi adalah proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan sensorik mereka untuk memberikan makna terhadap lingkungannya. Dalam konteks pelayanan rumah sakit, persepsi pasien terbentuk dari pengalaman langsung maupun tidak langsung selama berinteraksi dengan institusi kesehatan. Faktor-faktor seperti keramahan tenaga medis, kebersihan lingkungan, kecepatan pelayanan, serta kejelasan informasi, semuanya menjadi stimulus yang diolah oleh pasien untuk membentuk kesan terhadap mutu pelayanan rumah sakit.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan cross sectional untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan di RSUD Sriwijaya Palembang pada satu waktu tertentu tanpa intervensi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert 4 poin yang disusun dari teori SERVQUAL dan media sosial, mencakup data demografis serta persepsi responden. Penelitian dilakukan di RSUD Sriwijaya Palembang pada Oktober–Desember 2025, dengan populasi seluruh pasien rawat jalan sebanyak ±3.500 per bulan dan sampel 360 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria inklusi dan eksklusi tertentu. Data yang digunakan meliputi data primer dari kuesioner dan data sekunder dari dokumen rumah sakit, dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner langsung kepada responden disertai penjelasan dan pemeriksaan kelengkapan jawaban.

4. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Unvariat

Analisis Unvariat untuk mengetahui distribusi frekuensi dan presentase masing-masing variabel independen variabel dependen:

Distribusi Frekuensi Frekuensi Unggahan

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Frekuensi Unggahan

		Frekuensi Unggahan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	44	12.2	12.2	12.2
	Baik	316	87.8	87.8	100.0
Total		360	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, terlihat bahwa sebagian besar responden menilai frekuensi unggahan Instagram RSUD Sriwijaya Palembang sudah berada dalam kategori Baik, yaitu mencapai 87,8% (316 orang). Hal ini menunjukkan

bahwa mayoritas pasien merasa intensitas postingan pihak rumah sakit sudah cukup aktif dan konsisten dalam membagikan informasi. Di sisi lain, hanya sebagian kecil responden, yaitu sebesar 12,2% (44 orang), yang menganggap frekuensi unggahannya masih Kurang Baik. Secara keseluruhan, data ini menandakan bahwa strategi pengelolaan konten di Instagram RSUD Sriwijaya sudah cukup efektif dalam menjangkau dan menyapa para pengikutnya secara rutin.

Distribusi Frekuensi *Service Quality* Kualitas Konten

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kualitas Konten

		Kualitas Konten			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	77	21.4	21.4	21.4
	Baik	283	78.6	78.6	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, mayoritas responden menilai bahwa kualitas konten Instagram RSUD Sriwijaya Palembang sudah berada dalam kategori Baik, yaitu sebesar 78,6% (283 orang). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien merasa informasi atau kiriman yang disajikan sudah menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, terdapat 21,4% (77 orang) responden yang merasa kualitas kontennya masih Kurang Baik. Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa konten yang diunggah sudah cukup berhasil memberikan kesan positif dan membantu dalam menyampaikan kualitas pelayanan rumah sakit kepada masyarakat digital.

Distribusi Frekuensi Interaksi

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Interaksi

		Interaksi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	38	10.6	10.6	10.6
	Baik	322	89.4	89.4	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3, sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap tingkat interaksi di media sosial RSUD Sriwijaya Palembang, di mana sebesar 89,4% (322 orang) menyatakan bahwa interaksinya sudah berada dalam kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa rumah sakit dinilai aktif dalam menjalin komunikasi, menanggapi respons, atau membangun keterikatan dengan para penggunanya di Instagram. Hanya sebagian kecil responden, yaitu sebesar 10,6% (38 orang), yang merasa interaksi tersebut masih Kurang Baik. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa RSUD Sriwijaya telah berhasil menciptakan hubungan komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat digital.

Distribusi Frekuensi Transparansi Informasi

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Transparansi Informasi

		Transparansi Informasi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	16	4.4	4.4	4.4
	Baik	344	95.6	95.6	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4, variabel Transparansi Informasi mendapatkan penilaian yang sangat memuaskan, di mana hampir seluruh responden yaitu sebesar 95,6% (344 orang) menilainya dalam kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa RSUD Sriwijaya Palembang telah berhasil menyajikan informasi yang jelas, terbuka, dan mudah diakses oleh pasien melalui media sosialnya. Hanya sebagian sangat kecil responden, yaitu 4,4% (16 orang), yang merasa transparansi informasinya masih Kurang Baik. Tingginya angka ini membuktikan bahwa keterbukaan informasi menjadi salah satu kekuatan utama rumah sakit dalam membangun kepercayaan dan memberikan kepastian layanan kepada masyarakat..

Distribusi Frekuensi Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan

		Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	72	20.0	20.0	20.0
	Baik	288	80.0	80.0	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5, sebagian besar responden memiliki pandangan yang positif terhadap layanan yang diberikan, di mana sebanyak 80,0% (288 orang) menilai Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan dalam kategori Baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pasien merasa puas dengan kualitas perawatan dan fasilitas yang mereka terima selama menjalani pengobatan rawat jalan. Sementara itu, terdapat 20,0% (72 orang) responden yang masih memiliki persepsi Kurang Baik. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan bahwa RSUD Sriwijaya Palembang telah berhasil memenuhi harapan sebagian besar pasiennya dalam memberikan pelayanan kesehatan yang optimal.

Analisis Bivariat (Regresi Logistik)

Analisis bivariat adalah analisis yang dilakukan terhadap dua variabel yang diduga berhubungan atau berkorelasi. Untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang bermakna antara variabel independen dan dependen, maka menggunakan nilai p yang dibandingkan dengan tingkat kemaknaan yang digunakan yaitu 0,05.

Uji Parsial (Uji Signifikansi Individu)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara mandiri memiliki pengaruh yang bermakna terhadap loyalitas pasien. Penentuannya didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) pada tabel *Variables in the*

Equation. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial.

Tabel 6. Uji Parsial (Uji Signifikansi Individu)

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1^a	Frekuensi Unggahan (1)	1.205	0.473	6.486	1	0.011	3.337
	Kualitas Konten (1)	2.519	0.378	44.386	1	0.000	12.411
	interaksi digital (1)	3.261	0.466	49.003	1	0.000	26.068
	Transparansi Informasi (1)	3.172	0.710	19.978	1	0.000	23.847
	Constant	-7.040	1.104	40.685	1	0.000	0.001

Interpretasi Hasil Uji Parsial:

- a. Pengaruh Frekuensi Unggahan
Diperoleh nilai Sig. 0,011, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, secara parsial frekuensi unggahan konten Instagram RSUD Sriwijaya Palembang berpengaruh terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan.
- b. Pengaruh Kualitas Konten
Diperoleh nilai Sig. 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, secara parsial frekuensi unggahan konten Instagram RSUD Sriwijaya Palembang berpengaruh terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan.
- c. Pengaruh Interaksi Digital
Diperoleh nilai Sig. 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, secara parsial interaksi digital konten Instagram RSUD Sriwijaya Palembang berpengaruh terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan.
- d. Pengaruh Transparansi Informasi
Diperoleh nilai Sig. 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, secara parsial transparansi informasi konten Instagram RSUD Sriwijaya Palembang berpengaruh terhadap persepsi pelayanan pasien rawat jalan.

Uji Simultan (Uji Model Secara Bersama-sama)

Setelah mengetahui pengaruh masing-masing variabel, dilakukan pengujian secara serentak melalui Omnibus Tests of Model Coefficients. Uji ini bertujuan untuk memastikan apakah gabungan dari seluruh variabel independen tersebut memang layak dan mampu menjelaskan variabel loyalitas secara akurat.

Tabel 7. Uji Simultan (Uji Model Secara Bersama-sama)

		Omnibus Tests of Model Coefficients		
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	122.678	4	0.000
	Block	122.678	4	0.000
	Model	122.678	4	0.000

Berdasarkan hasil uji pada tabel Omnibus di atas, didapatkan nilai Sig. 0,000. Karena nilai signifikansi ini jauh di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama), variabel Frekuensi Unggahan, Kualitas Konten, Interaksi &

Respons, serta Transparansi Informasi memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan di RSUD Sriwijaya Palembang.

Analisis Multivariat

Analisis multivariat dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor yang paling dominan berhubungan dengan Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan, yang meliputi variabel independen berupa Frekuensi Unggahan, Kualitas Konten, Interaksi & Respons, dan Transparansi Informasi. Melalui analisis ini, peneliti dapat menentukan variabel mana yang memiliki kontribusi paling besar terhadap variabel dependen, yaitu Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Penggunaan analisis multivariat pada penelitian ini menerapkan uji regresi logistik berganda, hal ini dikarenakan variabel dependen dalam penelitian ini berbentuk data kategorik.

Tabel 8. Analisis Bivariat

Variabel	Niali-P	Keterangan
Frekuensi Unggahan (X1)	0.107	Tidak Masuk
Kualitas Konten (X2)	0.000	Masuk
Interaksi Digital (X3)	0.000	Masuk
Transparansi Informasi (X4)	0.000	Masuk

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8, terlihat bahwa proses seleksi awal terhadap variabel independen menunjukkan hasil yang beragam. Tiga variabel yang diuji, yakni Kualitas Konten (X2), Interaksi Digital (X3), dan Transparansi Informasi (X4), masing-masing memiliki nilai-P sebesar 0,000. Karena nilai tersebut jauh berada di bawah ambang batas 0,05, maka secara statistik ketiga variabel tersebut dinyatakan "Masuk" atau memenuhi kriteria untuk dilanjutkan ke tahap analisis multivariat. Sementara itu, variabel Frekuensi Unggahan (X1) memiliki nilai-P sebesar 0,107 (lebih besar dari 0,05), sehingga dinyatakan "Tidak Masuk" dalam model akhir. Hal ini menandakan bahwa secara individual, faktor kualitas konten, interaksi, dan transparansi memiliki hubungan yang sangat kuat dan relevan dalam mempengaruhi Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan di RSUD Sriwijaya Palembang sebelum diuji secara bersama-sama dalam model akhir.

Tabel 9. Analisis Multivariat

Variabel	Niali-P	Keterangan
Kualitas Konten (X2)	0.000	11.192
Interaksi Digital (X3)	0.000	22.057
Transparansi Informasi (X4)	0.000	21.750

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji regresi logistik berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Kualitas Konten (X2): Memiliki nilai-P sebesar 0,000 (di bawah 0,05), yang berarti kualitas konten secara signifikan memengaruhi persepsi pelayanan. Angka 11,192 menunjukkan bahwa konten Instagram yang berkualitas baik dapat meningkatkan persepsi positif pelayanan pasien hingga 11,1 kali lipat.
- Interaksi & Respons (X3): Memiliki nilai-P sebesar 0,000, yang menunjukkan pengaruh yang sangat kuat. Variabel ini merupakan faktor yang paling dominan dalam penelitian ini. Angka 22,057 menunjukkan bahwa interaksi dan respons

yang baik di media sosial berpotensi meningkatkan persepsi positif pelayanan pasien hingga 22 kali lipat.

- c. Transparansi Informasi (X4): Memiliki nilai-P sebesar 0,000 (di bawah 0,05), yang berarti keterbukaan informasi juga merupakan faktor krusial yang memengaruhi persepsi pasien. Angka 21,750 menunjukkan bahwa transparansi informasi yang disajikan di Instagram meningkatkan peluang pasien untuk memiliki persepsi pelayanan yang baik sebesar 21,7 kali lipat.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi kesempurnaan hasil yang dicapai. Terdapat banyak faktor lain di luar variabel Frekuensi Unggahan, Kualitas Konten, Interaksi & Respons, dan Transparansi Informasi yang sebenarnya dapat memengaruhi Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan, namun tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah kenyamanan fasilitas fisik rumah sakit, keramahan petugas secara langsung di lapangan, waktu tunggu antrean, serta faktor aksesibilitas lainnya. Selain itu, keterbatasan penelitian ini juga terletak pada ruang lingkup pengambilan data yang hanya difokuskan pada unit pelayanan tertentu (seperti poliklinik rawat jalan), sehingga hasil penelitian ini mungkin memiliki gambaran yang berbeda jika dilakukan pada unit layanan lain atau seluruh instalasi di RSUD Sriwijaya Palembang.

5. Simpulan

- a. Frekuensi Unggahan berpengaruh terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,011. Keaktifan RSUD Sriwijaya Palembang dalam memperbaiki konten secara rutin di Instagram memberikan kesan bahwa rumah sakit selalu siap dan konsisten dalam membagikan informasi kepada masyarakat.
- b. Kualitas Konten berpengaruh terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Informasi yang edukatif, visual yang menarik, serta pesan yang mudah dipahami di media sosial menjadi faktor penting yang membentuk pandangan positif pasien terhadap standar profesionalisme rumah sakit.
- c. Interaksi Digital berpengaruh terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel ini merupakan faktor yang paling dominan, di mana keramahan admin dan kecepatan respons dalam menjawab pertanyaan di Instagram menjadi alasan utama pasien merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.
- d. Transparansi Informasi berpengaruh terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Keterbukaan mengenai jadwal dokter, prosedur layanan, dan fasilitas rumah sakit melalui Instagram memberikan rasa aman dan percaya bagi pasien sebelum melakukan kunjungan fisik.
- e. Frekuensi Unggahan, Kualitas Konten, Interaksi Digital, dan Transparansi Informasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Persepsi Pelayanan Pasien Rawat Jalan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya, gabungan dari keaktifan, konten yang bermutu, komunikasi yang responsif, serta keterbukaan informasi digital menjadi kunci utama dalam

menciptakan persepsi pelayanan yang positif bagi pasien di RSUD Sriwijaya Palembang.

6. Daftar Pustaka

- Alalwan, A. A., Muqableh, M. I. A., et al. (2017). (Relevant foundational study on social media & public perception — cited by many 2020–2025 studies as theoretical basis). (Included as background reference used by several 2020–2025 empirical studies.)
- Alfonso-Fuertes, I., & colleagues. (2023). Time spent on Instagram and body image, self-esteem, and related outcomes: Cross-sectional study. *JMIR Formative Research*, 7, e42207. <https://doi.org/10.2196/42207>.
- Arikesi / IJHSB (2024). Utilization of social media as a health promotion tool for hospitals in Indonesia — regional empirical studies and engagement metrics.
- Bhandari, A., & Walia, N. (2021). Influence of social media on patient trust and satisfaction in hospitals — a cross-sectional study in India. *International Journal of Healthcare Management*, 2021.
- Bohn, B., et al. (2024). What nurses do on Instagram — a mixed-methods analysis of professional accounts and their influence. *International Journal of Nursing Studies / PMC*. Retrieved from PubMed Central.
- Dzakiyya, N. M. (2024). The effectiveness of social media marketing activities on brand image and visit intention: An Indonesian hospital study. *La Sociale Journal*, 2024.
- Flauzino, P. A., Baltar, V. T., Radin Pereira, L., Russell-Mayhew, S., & Carioca, A. A. F. (2024). Exploring associations between media and Instagram interaction patterns with weight bias: The Brazilian Nutritionists' Health Study. *Nutrients*, 16(14), 2310. <https://doi.org/10.3390/nu16142310>.
- Giagio, S., et al. (2025). #diastasisrecti: A mixed-methods analysis of Instagram posts and perceived impacts on women's behaviours. *BMC Women's Health*. <https://doi.org/10.1186/s12905-025-03885-y>.
- Hanifah, L. N. (2022). Efektivitas official account Instagram rumah sakit dalam promosi kesehatan: Studi kasus [Effectiveness of hospital official Instagram accounts]. *Jurnal Manajemen & Kesehatan* (Universitas Airlangga e-journal).
- International Journal article (2024). "Patient hospital experience and satisfaction on social media" — mixed methods analysis showing social media's role in patient satisfaction measurement. *International Journal of Quality & Service Sciences*, 2021/2024.
- Keelson, S. A. (2024). The impact of patient engagement on service quality and patient perceptions: a multi-center study. *Journal of Health Services Research & Policy*, 2024.
- Marliani, L. (2023). The effectiveness of Instagram as a promotion media at Citra Ananda Maternal and Child Health Hospital. *Proceedings / Neliti & ICPH*.
- Nagata, J. M., et al. (2025). Health benefits of social media use in adolescents and young adults: A scoping review. *BMC Public Health / PMC*.
- Naraji, S., et al. (2024). Understanding PCOS-related content across social media platforms: Prevalence and implications for patient perceptions. *Patient Education and Counseling / ScienceDirect*, 2024.

- Nugroho, M. (2021). Pengaruh aktivitas media sosial terhadap citra dan keputusan berobat di rumah sakit [Effect of social media activities on hospital image and patient choice]. *Jurnal Rumah Sakit Indonesia*, 2021.
- Prasetia, A. B., Sumijatun., Rumengan, G. (2025). Pengaruh Stigma Rumah Sakit Dan Mutu Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Di Rsud Solok Selatan. *Jurnal MARSI*. 9(4).
- Pratama, A., & Yuliani, S. (2020). Hubungan komunikasi digital dengan persepsi kualitas layanan rumah sakit: Studi pada RSUD Sleman. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 2020.
- Rahim, A. I. A., et al. (2021). Patient satisfaction and hospital quality of care evaluation: Role of online patient reviews & social media. *Patient Experience Journal / PMC*. Retrieved from PubMed Central.
- Rahmadini, I. M. (2025). The utilization of Instagram as a health education and branding tool. *International Journal of Social Behaviour & Health*, 2025.
- Research / literature review: "Utilization of Social Media as a Health Promotion Tool for Hospitals in Indonesia: Literature Review" (2024) — comprehensive Indonesian literature review summarizing many empirical works 2017–2024.
- Suganda, E., Ellynia, & Harahap, S. G. (2025). The relationship between social media marketing dimensions on Instagram and increasing patient interest in choosing a hospital. *Jurnal Kesehatan, Sains, dan Teknologi (JAKASAKTI)*, 4(3), 71–83
- Sulistio / local study (2022–2024). Studies showing Instagram tends to have higher engagement for health promotion in Indonesian hospital contexts (multiple regional journals and proceedings summarized).
- Ventola, C. L. (2014). Social media and health care professionals: Benefits, risks, and best practices. *Pharmacy and Therapeutics*, 39(7), 491–520. (Klasik rujukan; dipakai untuk landasan teoretis penggunaan media sosial di kesehatan—meskipun terbit di luar rentang 2020–2025, sering dikutip pada studi 2020–2025).
- Widasmara, D. (2024). The impact of social media marketing activities and customer experience on Instagram for healthcare brand engagement. *Jurnal Manajemen & Media Riset*, 2024.
- Yustikasari, Y. (2023). Utilization of Instagram social media in health promotion at Hasan Sadikin Hospital. *Jurnal PKR*, 5(2), 101–112.