Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit (MARSI)
Vol. 10 No 4, Oktober 2026
https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/MARSI
E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN PASIEN POLI PENYAKIT DALAM DI RUMAH SAKIT DR. BRATANATA JAMBI

THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA UTILIZATION AND THE LEVEL OF PATIENT TRUST IN THE INTERNAL MEDICINE CLINIC AT DR. BRATANATA HOSPITAL, JAMBI

Elsha Saputri[1], Reny Pordaningsih[2], Anvika Adha Taufik[3], dan Rosdawati[4]
[1,2,3,4] Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih Jambi, Indonesia
Alamat email: elsptri04@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial rumah sakit menjadi salah satu sarana komunikasi digital yang penting dalam menyampaikan informasi pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Media sosial yang informatif, responsif, dan mudah diakses dapat memengaruhi persepsi serta tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien Poli Penyakit Dalam di Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif analitik dan sifat penelitian *korelasional.* Pengambilan data dilakukan pada 1 Mei 2026 sampai dengan 30 Mei 2026. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan pasien Poli Penyakit Dalam, ditentukan menggunakan rumus *Slovin* 10% dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala *Likert* dan dianalisis menggunakan uji *korelasi Pearson Product Moment* dengan bantuan program SPSS. Hasil uji menunjuan nilai koefisiensi korelasi sebesar r = 0,726 dengan nilai signifikansi p = 0,000 (p < 0,05). Penelitian menunjukan terdapat hubugan yang positif, kuat, dan signifikan dan nilai tersebut menunjuan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial rumah sakit, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

Kata kunci: Media Sosial, Kepercayaan Pasien, Rumah Sakit.

ABSTRACT

Hospital social media has become an important digital communication tool for delivering healthcare service information to the public. Informative, responsive, and easily accessible social media can influence patients' perceptions and levels of trust in hospital services. This study aimed to determine the relationship between social media use and the level of patient trust among Internal Medicine Outpatient Clinic patients at Dr. Bratanata Hospital Jambi. This study employed a quantitative approach with a descriptive-analytic design and a correlational research type. Data collection was conducted from May 1, 2026, to May 30, 2026. The sample consisted of 100 respondents who were patients of the Internal Medicine Outpatient Clinic, determined using the Slovin formula with a 10% margin of error and selected through purposive sampling. Data was collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using the Pearson Product Moment correlation test with the assistance of SPSS software. The results showed a correlation coefficient value of r = 0.726 with a significance value of p = 0.000 (p < 0.05). The findings indicate a positive, strong, and significant relationship between social media use and patient trust. This result suggests that the higher the use of hospital social media, the higher the level of patient trust in the hospital.

Keywords : Social Media, Patient Trust, Hospital.

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan strategi komunikasi dan pemasaran pada berbagai sektor, termasuk rumah sakit. Selain memberikan pelayanan kesehatan, rumah sakit kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi layanan, edukasi kesehatan, promosi, serta membangun komunikasi interaktif dengan masyarakat. Penggunaan media sosial terbukti mampu memperluas jangkauan informasi kesehatan dan memperkuat komunikasi eksternal rumah sakit [1].

Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube memungkinkan rumah sakit menjalin komunikasi dua arah dengan pasien melalui penyampaian informasi, edukasi kesehatan, serta respons terhadap pertanyaan masyarakat. Konten yang informatif dan menarik juga berkontribusi dalam meningkatkan citra rumah sakit di mata pasien [2].

Kepercayaan pasien merupakan faktor penting dalam pelayanan kesehatan karena mencerminkan keyakinan pasien terhadap kompetensi, kejujuran, dan kualitas layanan rumah sakit. Dalam era digital, kepercayaan tersebut tidak hanya dibentuk melalui pengalaman pelayanan langsung, tetapi juga melalui informasi dan komunikasi yang diterima pasien melalui media sosial. Social media marketing rumah sakit diketahui berpengaruh terhadap perilaku pasien, termasuk keputusan memilih layanan kesehatan dan niat berkunjung kembali [3].

Publikasi informasi kesehatan yang dilakukan secara rutin, jelas, dan mudah dipahami melalui media sosial mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap rumah sakit sehingga memperkuat kepercayaan pasien [4]. Kualitas informasi digital, kredibilitas sumber, dan kejelasan pesan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan pasien dalam layanan kesehatan berbasis digital [5]. Selain itu, interaksi dua arah melalui kolom komentar maupun pesan langsung dapat membangun kedekatan emosional yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan dan loyalitas pasien [1].

Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi telah memanfaatkan berbagai media digital sebagai sarana komunikasi publik. Akun Instagram resmi digunakan untuk menyampaikan informasi layanan, jadwal praktik, pendaftaran daring, dan edukasi kesehatan dengan jumlah pengikut sekitar 10 ribu akun [6]. Rumah sakit juga menyediakan situs web resmi yang memuat informasi profil, layanan, serta jadwal praktik dan memperoleh penilaian positif dari masyarakat pada berbagai platform ulasan daring [7]. Selain itu, akun TikTok resmi dimanfaatkan untuk membagikan edukasi kesehatan, kegiatan pelayanan, dan aktivitas institusi guna memperkuat komunikasi publik [8]. Kanal YouTube resmi juga digunakan sebagai media edukasi kesehatan, publikasi layanan, dan transparansi informasi kepada masyarakat [9].

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

Pemanfaatan media digital di Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi juga didukung oleh layanan pendaftaran online, Linktree, serta survei kepuasan pasien sehingga media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dan pengumpulan umpan balik masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya mengevaluasi peran komunikasi digital dalam membentuk persepsi dan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

Berdasarkan data kunjungan rawat jalan tahun 2025, Poli Penyakit Dalam merupakan unit dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu sebanyak 23.018 pasien. Tingginya kunjungan menunjukkan besarnya kebutuhan terhadap pelayanan yang berkualitas, komunikasi yang efektif, dan penyampaian informasi yang cepat. Pemanfaatan media sosial dinilai dapat mendukung komunikasi tersebut sehingga berpotensi meningkatkan kepercayaan pasien terhadap pelayanan rumah sakit [10].

Penelitian mengenai hubungan pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien di Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi masih relatif terbatas. Padahal, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi kesehatan dan membentuk persepsi terhadap rumah sakit. Rumah sakit yang aktif menyampaikan informasi melalui media sosial cenderung lebih mudah dikenal dan dipercaya oleh masyarakat [4]. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi menjadi penting untuk memberikan bukti empiris mengenai efektivitas komunikasi digital dalam meningkatkan kepercayaan pasien [4].

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analitik dan desain korelasional untuk menganalisis hubungan antara pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien tanpa memberikan perlakuan terhadap variabel penelitian. Penelitian dilaksanakan di Poli Penyakit Dalam Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi pada tanggal 26–28 Februari 2026.

Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat jalan Poli Penyakit Dalam yang pernah memanfaatkan atau mengakses media sosial resmi Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi, dengan jumlah populasi sebanyak 23.018 pasien per tahun. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 100 responden [11]. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria inklusi, yaitu pasien yang pernah mengakses atau mengetahui media sosial resmi rumah sakit (Instagram, Facebook, TikTok, atau website), berusia minimal 17 tahun atau orang tua/wali pasien anak yang bersedia menjadi responden, mampu membaca dan mengisi kuesioner, bersedia mengikuti penelitian, memiliki telepon genggam serta mampu mengakses media sosial, dan merupakan pasien pada kunjungan kedua.

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh pasien mengenai pemanfaatan media sosial rumah sakit dan tingkat kepercayaan pasien. Data sekunder diperoleh dari dokumen Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi, meliputi profil rumah sakit, data kunjungan pasien, arsip penggunaan media sosial, serta berbagai literatur, jurnal ilmiah, dan peraturan yang mendukung penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur variabel pemanfaatan media sosial (X) dan tingkat kepercayaan pasien (Y), yang terdiri atas pernyataan positif dan negatif. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data kunjungan pasien pada Poli Penyakit Dalam sebagai data pendukung penelitian [12].

Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat. Analisis univariat menggambarkan karakteristik responden serta distribusi setiap variabel penelitian menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi, persentase, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi [13]. Adapun analisis bivariat dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) karena data berskala interval dan memenuhi asumsi normalitas [14].

Sebelum analisis, dilakukan uji instrumen yang meliputi uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan kriteria r hitung ≥ 0,30, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai ≥ 0,70, serta uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov karena jumlah sampel lebih dari 50 responden [15].

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment melalui aplikasi SPSS untuk mengetahui hubungan antara pemanfaatan media sosial rumah sakit dengan tingkat kepercayaan pasien. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa H_o tidak terdapat hubungan antara kedua variabel, sedangkan H_1 menyatakan terdapat hubungan. H_o ditolak apabila nilai $p < 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Coba Instrumen

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig. (p)	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial (X)	X1	0,8469	0,361	0,000	Valid
	X2	0,8033	0,361	0,000	Valid
	X3	0,7359	0,361	0,000	Valid
	X4	0,8926	0,361	0,000	Valid
	X5	0,8783	0,361	0,000	Valid
	X6	0,7223	0,361	0,000	Valid
	X7	0,6211	0,361	0,000	Valid
	X8	0,8638	0,361	0,000	Valid
	X9	0,3563	0,361	0,053	Tidak Valid
	X10	0,8470	0,361	0,000	Valid
Tingkat Kepercayaan Pasien (Y)	Y1	0,646	0,361	0,000	Valid
	Y2	0,654	0,361	0,000	Valid
	Y3	0,718	0,361	0,000	Valid

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

	Y4	0,658	0,361	0,000	Valid
	Y5	0,742	0,361	0,000	Valid
	Y6	0,690	0,361	0,000	Valid
	Y7	0,707	0,361	0,000	Valid
	Y8	0,689	0,361	0,000	Valid
	Y9	0,308	0,361	0,096	Tidak Valid
	Y10	0,602	0,361	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, dari 10 item pada variabel pemanfaatan media sosial (X) terdapat 9 item yang valid dan 1 item (X9) tidak valid. Demikian pula pada variabel tingkat kepercayaan pasien (Y), terdapat 9 item yang valid dan 1 item (Y9) tidak valid. Dengan demikian, item X9 dan Y9 tidak digunakan pada analisis selanjutnya, sedangkan 18 item lainnya telah memenuhi kriteria validitas karena memiliki nilai r hitung > r tabel (0,361) dengan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	(n)	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial (X)	0,940	9	Reliabel
Tingkat Kepercayaan Pasien (Y)	0,882	9	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel pemanfaatan media sosial (X) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,940, sedangkan variabel tingkat kepercayaan pasien (Y) memperoleh nilai 0,882. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Karakteristik Responden

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden

Karakteristik Responden	Kategori	(n)	(%)
Usia	18–25 tahun	16	16,0
	26–35 tahun	35	35,0
	36–45 tahun	28	28,0
	46–60 tahun	21	21,0
Jenis Kelamin	Laki-laki	44	44,0
	Perempuan	56	56,0
Media Sosial	Instagram	72	72,0
	TikTok	63	63,0
	YouTube	58	58,0
	Website Rumah Sakit	34	34,0

Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar berusia 26–35 tahun sebanyak 35 responden (35,0%), diikuti usia 36–45 tahun sebanyak 28 responden (28,0%). Responden didominasi oleh perempuan sebanyak 56 orang (56,0%). Adapun platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

(72,0%), diikuti TikTok (63,0%), YouTube (58,0%), dan website Rumah Sakit (34,0%) karena responden dapat memilih lebih dari satu platform media sosial.

Jawaban Responden Per Variabel

Tabel 4. Deskripsi Jawaban Responden per Variabel

Variabel	Pernyataan	Mean	Interpretasi
Pemanfaatan Media Sosial (X)	Saya sering mengakses media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi untuk memperoleh informasi pelayanan Poli Penyakit Dalam.	3,72	Tinggi
	Media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi menyediakan informasi yang saya butuhkan terkait jadwal dan layanan Poli Penyakit Dalam.	3,77	Tinggi
	Informasi yang disampaikan melalui media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi jelas, mudah dipahami, dan terpercaya.	3,73	Tinggi
	Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi merespons pertanyaan atau komentar pasien dengan cepat melalui media sosial.	3,78	Tinggi
	Saya percaya terhadap informasi kesehatan dan pelayanan yang disampaikan melalui media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi.	3,72	Tinggi
	Saya jarang menggunakan media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi untuk mencari informasi tentang Poli Penyakit Dalam.	3,60	Tinggi
	Informasi yang disampaikan melalui media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi tidak sesuai dengan kebutuhan pasien Poli Penyakit Dalam.	3,72	Tinggi
	Informasi yang ditampilkan di media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi sering kali kurang jelas dan membingungkan.	3,73	Tinggi
	Saya meragukan kebenaran informasi yang disampaikan melalui media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi.	3,72	Tinggi
Total Rata-rata Variabel X		**3,72**	**Tinggi**
Tingkat Kepercayaan Pasien (Y)	Saya percaya bahwa dokter dan tenaga medis di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi memiliki kompetensi yang baik dalam menangani penyakit saya.	3,77	Tinggi
	Tenaga kesehatan di Poli Penyakit Dalam memberikan informasi yang jujur dan jelas mengenai kondisi kesehatan dan pengobatan saya.	3,70	Tinggi
	Pelayanan di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi diberikan secara konsisten dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.	3,67	Tinggi
	Saya merasa aman selama menjalani pemeriksaan dan pengobatan di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi.	3,78	Tinggi
	Lingkungan dan suasana pelayanan di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi membuat saya merasa nyaman saat berobat.	3,76	Tinggi
	Saya meragukan kemampuan tenaga medis di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi dalam menangani penyakit saya.	3,72	Tinggi
	Informasi yang diberikan oleh tenaga kesehatan di Poli Penyakit Dalam sering kali kurang jelas dan sulit dipahami.	3,75	Tinggi
	Pelayanan di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi sering tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan.	3,66	Tinggi
	Saya merasa kurang nyaman dengan suasana dan fasilitas pelayanan di Poli Penyakit Dalam RS dr. Bratanata Jambi.	3,77	Tinggi
Total Rata-rata Variabel Y		**3,73**	**Tinggi**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel pemanfaatan media sosial memperoleh nilai rata-rata 3,72 dengan kategori tinggi, di mana pernyataan mengenai kecepatan respons rumah sakit melalui media sosial memperoleh nilai tertinggi (mean = 3,78), sedangkan penggunaan media sosial untuk mencari informasi memperoleh nilai terendah (mean = 3,60). Sementara itu, variabel tingkat kepercayaan pasien

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

memiliki nilai rata-rata 3,73 dengan kategori tinggi. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai rasa aman selama menjalani pemeriksaan dan pengobatan (mean = 3,78), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai konsistensi pelayanan sesuai jadwal (mean = 3,67). Secara keseluruhan, kedua variabel menunjukkan penilaian yang tinggi dari responden.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pemanfaat Media Sosial	Tingkat Kepercayaan Pasien
N		100	100
Normal Parameters[a,b]	Mean	33.4900	33.5800
	Std. Deviation	4.37969	4.27863
Most Extreme Differences	Absolute	.065	.064
	Positive	.065	.049
	Negative	-.065	-.064
Test Statistic		.065	.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]	.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov, variabel pemanfaatan media sosial dan tingkat kepercayaan pasien masing-masing memperoleh nilai signifikansi 0,200 (>0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel berdistribusi normal.

Hasil Uji Korelasi

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations

		Pemanfaat Media Sosial	Tingkat Kepercayaan Pasien
Pemanfaat Media Sosial	Pearson Correlation	1	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Tingkat Kepercayaan Pasien	Pearson Correlation	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson Product Moment, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,726 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat dan signifikan antara pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien.

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga semakin baik pemanfaatan media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pasien.

PEMBAHASAN

Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas berusia 26–35 tahun (35%), yang termasuk kelompok dewasa awal. Kelompok usia ini memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi serta aktif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh berbagai informasi, termasuk informasi kesehatan [16]. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Fatahya dan Abidin yang menyatakan bahwa usia dewasa awal merupakan pengguna media sosial paling aktif sehingga menjadi sasaran potensial komunikasi digital rumah sakit [17].

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan (56%). Perempuan umumnya memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam menjaga kesehatan dan lebih aktif mencari informasi kesehatan dibandingkan laki-laki [18]. Kondisi tersebut didukung oleh penelitian Bungawati et al. yang menunjukkan bahwa perempuan lebih sering memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sumber informasi kesehatan [19].

Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan responden. Karakteristik Instagram yang interaktif dan berbasis visual menjadikannya media yang efektif untuk menyampaikan informasi kesehatan kepada masyarakat [20]. Tingginya jumlah pengguna Instagram di Indonesia juga memperkuat potensinya sebagai media komunikasi rumah sakit [21].

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,726 yang termasuk kategori kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin optimal pemanfaatan media sosial oleh rumah sakit, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Media sosial berperan sebagai sarana komunikasi yang mampu meningkatkan transparansi, mempercepat penyampaian informasi, serta memperkuat hubungan antara rumah sakit dan pasien [22].

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung konsep komunikasi pemasaran digital yang menempatkan media sosial sebagai media pembentuk kepercayaan melalui penyampaian informasi yang konsisten, edukatif, dan responsif. Konten yang informatif serta interaksi yang baik mampu membentuk persepsi positif terhadap rumah sakit [4].

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian Dzakiyya et al. yang menyatakan bahwa aktivitas pemasaran media sosial berpengaruh terhadap pembentukan kepercayaan pasien melalui pengalaman digital yang positif [23]. Penelitian Tosyalı et al. juga menunjukkan bahwa komunikasi dua arah melalui media sosial mampu meningkatkan kepercayaan sekaligus memperkuat hubungan antara rumah

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

sakit dan pasien [24]. Selain itu, penelitian Wahyuni et al. menjelaskan bahwa kepercayaan pasien menjadi faktor penting yang menghubungkan pemasaran media sosial dengan loyalitas pasien [25].

Pada Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi, hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial telah berperan cukup efektif dalam mendukung penyampaian informasi layanan, jadwal dokter, dan edukasi kesehatan sehingga meningkatkan kemudahan akses informasi serta kepercayaan pasien. Meskipun demikian, nilai korelasi sebesar 0,726 mengindikasikan bahwa kepercayaan pasien tidak hanya dipengaruhi oleh media sosial, tetapi juga oleh faktor lain, seperti kualitas pelayanan dan pengalaman pasien selama memperoleh layanan. Oleh karena itu, pengembangan media sosial perlu diintegrasikan dengan peningkatan mutu pelayanan agar mampu membangun kepercayaan pasien secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia 26–35 tahun, berjenis kelamin perempuan, dan paling banyak menggunakan Instagram, sehingga menunjukkan bahwa media sosial rumah sakit lebih banyak dimanfaatkan oleh masyarakat usia produktif yang aktif mencari informasi kesehatan. Pemanfaatan media sosial Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,72, sedangkan tingkat kepercayaan pasien juga berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,73. Hasil uji korelasi Pearson Product Moment menunjukkan adanya hubungan yang positif, kuat, dan signifikan antara pemanfaatan media sosial dengan tingkat kepercayaan pasien, dengan nilai r = 0,726 dan p = 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan media sosial rumah sakit, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Aisyiah IK, Wulandani YP, Sari YF, Setia S, Gusyulianti E, Safitri D, et al. Sosialisasi pemanfaatan website dan media sosial rumah sakit sebagai sarana informasi dan komunikasi kesehatan bagi masyarakat. 2022.

[2] Wahyuni V, Ruswanti E, Dewi S. Pengaruh fasilitas pelayanan dan pemasaran sosial media terhadap loyalitas pasien, kepercayaan sebagai intervening pada pasien rawat jalan RS X Jakarta Barat. 2023.

[3] Nuriza H, Mustikawati IS, Liana D. Pengaruh daya tanggap dan pemasaran media sosial terhadap keputusan pasien berkunjung kembali dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada pasien rawat jalan. 2025;6(2).

[4] Rahmadini IM, Ayuningtyas D, Sulistiadi W. Pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek rumah sakit: literature review. 2022;6.

[5] Sediawan ML. Kepercayaan pasien terhadap layanan kesehatan: suatu studi tinjauan sistematis. J Ilm Kesehat Media Husada. 2022;11(1):71-83. doi:10.33475/JIKMH.V11I1.283.

[6] Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi. Instagram resmi Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi [Internet]. Jambi: Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi; 2025 [cited 2026 Jul 9]. Available from: https://www.instagram.com

[7] Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi. Website resmi Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi [Internet]. Jambi: Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi; 2025 [cited 2026 Jul 9]. Available from: https://rsbratanata.jambi.go.id

[8] Bratanatahospital. TikTok resmi Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi [Internet]. 2025 [cited 2026 Jul 9]. Available from: https://www.tiktok.com

[9] Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi. YouTube resmi Rumah Sakit dr. Bratanata Jambi [Internet]. [cited 2026 Jul 9]. Available from: https://www.youtube.com

[10] Dharma HP, Wardani R, Anam AK, Abiddin AH. Service quality and completion time with patient trust. Jurnal Ilmiah Kesehatan (JIKA). 2022;4(3). doi:10.36590/JIKA.V4I3.369.

[11] Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2019.

[12] Putri. Metode penelitian kesehatan. Jakarta: Salemba Medika; 2022.

[13] Sugiyono. Statistika untuk penelitian. Bandung: Alfabeta; 2021.

[14] Notoatmodjo S. Metodologi penelitian kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2020.

[15] Pramono, Suryani, Handayani. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kesehatan. Yogyakarta: Deepublish; 2021.

[16] Hurlock EB. Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga; 2017.

[17] Fatahya F, Abidin Z. Literasi kesehatan mental dan status kesehatan mental dewasa awal pengguna media sosial. Jurnal Psikologi. 2022.

[18] Notoatmodjo S. Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2018.

[19] Bungawati, et al. Pemanfaatan internet dan media sosial sebagai sumber informasi kesehatan pada perempuan. 2022.

[20] Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Bus Horiz. 2010;53(1):59-68.

[21] DataReportal. Digital 2025: Indonesia [Internet]. 2025 [cited 2026 Jul 9]. Available from: https://datareportal.com

[22] Safitri A. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai platform komunikasi publik pada Rumah Sakit Khusus Ginjal Rasyida Medan. Medan; 2021.

E-ISSN: 2865-6583
P-ISSN: 2868-6298
10.52643/marsi.v10i4.9098

[23] Dzakiyya NM, Hijrah Hati SR. The effectiveness of social media marketing activities in building brand equity and patient trust and its influence on visit intention in private hospitals. Journal La Sociale. 2024;5(2):505-517. doi:10.37899/JOURNAL-LA-SOCIALE.V5I2.1065.

[24] Tosyalı H, Sütcü CS, Tosyalı F. Patient loyalty in the hospital-patient relationship: the mediating role of social media. Erciyes İletişim Dergisi. 2019;6(1).

[25] Wahyuni V, Ruswanti E, Dewi S. Pengaruh fasilitas pelayanan dan pemasaran sosial media terhadap loyalitas pasien, kepercayaan sebagai intervening pada pasien rawat jalan RS X Jakarta Barat. 2023.