

**POLA KOMUNIKASI PEGAWAI APOTEK KIMIA FARMA  
ROSARUM CINDO PALEMBANG DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN PELANGGAN**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi**

**OLEH:**

**Ari Kusnanda**

**1657010133**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
1441 H / 2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Raden Fatah

Di Palembang

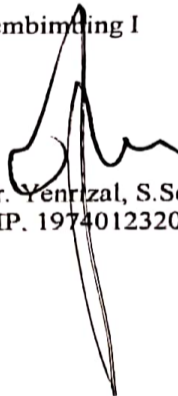
*Assalamualaikum Wr, Wb.*

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat skripsi sdr. Ari Kusnanda, NIM 1657010133 yang berjudul **Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan**, sudah dapat diajukan dalam ujian munaqosah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Demikian, Terima Kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, 18 Juni 2021

Pembimbing I



Dr. Yentzhal, S.Sos, M. Si  
NIP. 197401232005011004

Pembimbing II



Badarudin Azarkasyi, SE.MM.  
NIDN. 2026068402

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ari Kusnanda

NIM 1657010133

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Telah dimunaqsyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang, pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 6 Juli 2021

Tempat : Ruang Sidang I Munaqsyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Palembang, 6 Juli 2021



Dr. H. Izomiddi, MA

NIP. 196206201988031991

### TIM PENGUJI

#### KETUA

Drs. H. Hambali, M.Si  
NIP. 195609041981031001

#### SEKRETARIS

Eras Ginting, M. I. Kom  
NIP. 19860519201903201

#### PENGUJI I

Dr. Kun Budianto, M.Si  
NIP. 197612072007011010

#### PENGUJI II

Putri Citra Hati, M, Sos  
NIDN. 2009079301

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Kusnanda  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 26 Juni 1996  
NIM : 1657010133  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul skripsi : Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma  
Rosarum Cindo Palembang Dalam Meningkatkan  
Kepuasan Pelanggan.

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 3 Juni 2021

Ya **TERAI** (M) tataan,

**TFMPEL**

:6AAHF946607958

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Ari Kusnanda

NIM. 1657010133

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ubah Pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi, mama saya **Nurlela** dan Bapak saya **Riswanda** serta ayuk dan adik saya, yang selalu mendukung saya, memberi nasihat kepada saya menjadikan manusia berbudi pekerti yang baik dan bertawakal, beriman serta selalu bersyukur kepada Allah Swt, selalu sabar dengan cobaan hidup, terima kasih atas doa yang tulus dari mama dan bapak, kemudian terima kasih telah mendukung saya sejauh ini dari finansial. Meskipun yang lainnya. Keluarga besar saya terima kasih banyak, saya sangat menyayangi kalian.
- Terimakasih kepada Apoteker penanggung jawab ibu Appel Wangi and.s farm yang telah membantu saya dan mengizinkan saya untuk meneliti di apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang, Terimakasih kepada seluruh pegawai apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang yang sudah terlibat serta membantu saya dalam penelitian ini,
- Terimakasih kepada narasumber untuk penelitian saya, Dila, septi, wawan dan ahmad yang telah mau memberikan izin untuk saya wawancara.
- Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
- Seluruh staff Pegawai Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
- Almamater Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”. Shalwat dan salam kepada sang junjungan alam Baginda Rasulullah SAW, beserta para keluarga, sahabat, dan orang-orang yang telah memperjuangkan Islam. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Tugas akhir ini selesai berkat usaha dan kerja keras penulis serta do’a dan semangat dari berbagai pihak. Penulis dengan hati yang tulus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S,Ag, M.Si., selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang
2. Prof. Izomiddin, MA., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang
3. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Wakil Dekan I FISIP UIN Raden Fatah Palembang sekaligus Dosen pembimbing I yang telah membantu dalam merevisi dan member arahan serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ainur Ropik, S, Sos., M. Si selaku Wakil Dekan II Fisip UIN Raden Fatah

Palembang.

5. Dr. Kun Budianto, M, Si. Sebagai Wakil Dekan III FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
6. Reza Apriani, MA sebagai Ketua Program studi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
7. Eraskaita Ginting, M.I.Kom sebagai Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
8. Badarudin Azarkasyi SE,MM selaku pembimbing II yang telah membimbing dan merevisi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh Dosen serta Pegawai Staff Administrasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
10. Kedua Orang Tua dan keluarga saya dan sahabat saya, yang selalu memberikan kasih sayang dan selalu mendoakan dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Ibu Appel Wangi S.Farm AptSelaku Apoteker penanggung jawab Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan terdapat hal-hal yang harus dipebaiki dari skripsi ini. Maka dari itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca serta menjadi referensi dan manfaat bagi pembaca.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	11
1. Teori Interaksionisme Simbolik .....	11
2. Pola Komunikasi.....	12
G. Metodologi Penelitian.....	19
1. Pendekatan/ Metode Penelitian.....	19
2. Data dan Sumber Data .....	19
3. Teknik Pengumpulan Data .....	20
4. Teknik Analisis Data .....	21
H. Sistematika Penulisan .....	22
BAB II    POLA KOMUUNIKASI DAN KEPUASAN PELANGGAN	
A. Pola Komunikasi.....	24
B. Kepuasan Pelanggan .....	26
BAB III    GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	30
A. Profil Singkat Kimia Farma.....	30
B. Visi Dan Misi Apotek Kimia Farma.....	31
C. Lokasi Apotek Kimia Farma Rosarum .....	32
D. Struktur Organisasi Apotek Kimia Farma Rosarum.....	33
BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....	36



A. Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	
1. Pikiran ( <i>Mind</i> ) .....	43
2. Diri ( <i>Self</i> ) .....	49
3. Masyarakat ( <i>society</i> ) .....	54
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.Jadwal Dokter Praktek .....	35
-------------------------------------	----

## **DAFTAR BAGAN**

BAGAN 1. Struktur Organisasi Kimia Farma Rosarum.....	33
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Kerangka Teori.....	15
Gambar 2.Peta Apotek Kimia Farma Rosarum.....	32
Gambar 3.Penerimaan Resep .....	38
Gambar 4.Tanda Baca Kasir .....	39
Gambar 5.Tanda Baca Penerimaan Obat .....	39
Gambar 6.Tanda Baca Menggunakan Masker .....	40
Gambar 7.Himbauan Dilarang Merokok.....	41
Gambar 8.Himbauan Untuk Mencuci Tangan .....	42
Gambar 9.Website Kimia Farma Rosarum .....	50
Gambar 10.Akun Media Social Instagram Kimia Farma Rosarum .....	51

### **Abstrak**

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi pegawai apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan .penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif adalah pencarian fakta dengan intpretasi yang tepat.Teknik pengumpulan data yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi.teori yang digunakan adalah teori interaksionisme simbolik. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan teori interaksionisme simbolik memiliki tiga langkah yaitu, *self, mind, society* dan menggunakan 3 pola komunikasi, pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, pola komunikasi multi arah, kelebihan dari pola komunikasi yang digunakan yaitu, dapat mempermudah pelanggan saat akan membeli obat atau berobat ke apotek, kekurangan dari pola komunikasi yang digunakan yaitu, kurangnya pegawai di apotek kimia farma rosarum cindo Palembang membuat promosi di media sosial kurang aktif dijalankan.  
kata kunci : Pola komunikasi, kepuasan pelanggan.

### ***Abstract***

*The results of this study indicate that the study aims to determine the communication patterns of Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang pharmacy employees in increasing customer satisfaction. This research is a qualitative research, this method is fact finding with the right interpretation. Data collection techniques, namely, observation, interviews, and documentation. The theory used is the theory of symbolic interactionism. Based on the results of the study it can be concluded that in increasing customer satisfaction with the theory of symbolic interactionism has three steps, namely, self, mind, society and using 3 communication patterns, one-way communication patterns, two-way communication patterns, two-way communication patterns, multi-way communication patterns, The advantages of the communication pattern used are that it can make it easier for customers to buy drugs or go to a pharmacy, the disadvantages of the communication patterns used, namely, the lack of employees at the Rosarum Cindo Palembang chemical pharmacy makes promotions on social media less active.*

*Keywords: Communication Patterns, Customer Satisfaction.*

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan komunikasi untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari individu satu ke individu lain dengan media komunikasi, dan mendapatkan umpan balik atau *feedback*. Pada era modern manusia dapat juga dapat berkomunikasi dengan media online atau media daring, umpan balik atau *feedback* bisa terjadi langsung maupun tidak langsung, dari pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia itu. Komunikasi berawal dari gagasan yang ada pada seseorang, gagasan itu diolahnya menjadi pesan dan dikirimkan melalui media tertentu kepada orang lain sebagai penerima (Mulyana, 2019).

Komunikasi yang ada di dunia pelayanan medis sangatlah penting, tetapi sering ditemukan bahwa sebagian apoteker kurang menyadari kalau pesan yang disampaikan apoteker kepada pasien saat memberikan penjelasan tentang obat atau sedang melayani pasien kurang dimengerti dan kurang dapat diterima oleh pasien dengan baik, karena pada saat berkomunikasi, komunikasi yang digunakan apoteker kurang efektif. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran pasien tentang resiko dan solusi untuk pasien dalam menghadapi masalah kesehatan yang dialami pasien (Liliweri, 2013) .

Jembatan atau instrumen sangat diperlukan untuk dapat mengkomunikasikan hal-hal terkait. Instrumen itu ialah komunikasi, pola komunikasi, dan strategi pelaksanaan komunikasi. Komunikasi sangatlah penting sebagai jalan dan alur transformasi pendidikan, pelayanan dan informasi agar tidak rumit. Oleh karena itu, sistem alur jalannya komunikasi sangat penting dan sangat diperlukan guna memperlancar sistem mekanisme kerja pelayanan kesehatan. Pola komunikasi sangat membantu untuk memudahkan pencapaian tujuan dari sistem pelayanan kesehatan yang akan mencapai kesamaan dan keserasian untuk pembangunan. Komunikasi bisa dijadikan pedoman pada proses interaksi individu dan kelompoknya didalam masyarakat. Pada kehidupan sehari-hari, komunikasi adalah rumusan baru walaupun pelaksanaannya secara implisit sudah dilakukan oleh masyarakat di kehidupan sehari-hari.

Supaya mendapatkan sistem atau (pola) komunikasi yang bekerja selaras dengan organisasi kesehatan yang mampu memberikan dampak positif (penyembuhan, kesadaran, ketenangan) terhadap perkembangan kesehatan masyarakat, perlu adanya peran lembaga kesehatan yang bisa menggunakan komunikasi untuk perangkat (alat atau media) pelayanan yang paling efektif dan efisien untuk mengetahui kebutuhan dan mendapatkan keluhan pasien..

Sarana dan prasarana merupakan perangkat kesehatan yang berperan penting untuk manusia yaitu dapat menemukan kembali kebugaran (kesehatan) jiwa raganya dalam kehidupan sehari-hari. Apotek adalah salah satu faktor pendukung yang bisa membantu memenuhi kebutuhan pasien



akankesehatan. Sarana dan prasarana di atas merupakan wadah sosial yang secara langsung berhadapan dengan kebutuhan pasien yang akan berobat. Apotek menjadi salah satu organisasi sosial masyarakat yang mengendalikan adanya hubungan (komunikasi) sosial yang seimbang serta searah, karena antara masyarakat dan wadah sosial (kesehatan) itu akan selalu memiliki hubungan timbal-balik (*feedback*) yaitu saling membutuhkan satu sama lain.

Komunikasi adalah kebutuhan dasar (kodrati) manusia sebagai prasyarat mutlak untuk perkembangan manusia, baik itu secara individu, kelompok, ataupun bermasyarakat. komunikasi merupakan proses pertukaran pesan antara individu satu dengan individu lain yang menghasilkan umpan balik atau *feedback*. Pada awalnya, istilah dari komunikasi atau di dalam bahasa Inggris *communication* merupakan kata yang berasal dari bahasa Latin *communication* dan *communis* dimana kata itu memiliki arti dan makna. Dengan arti dan makna, sebuah komunikasi diantara dua orang terjadi minimal adanya kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan (Effendyy, 2011:9).

Adanya sebuah Komunikasi, manusia dapat menyampaikan pikiran, perasaan, sikap, pendapat serta informasi untuk sesamanya dengan cara timbal balik. Contohnya, seorang pegawai apotek dituntut mempunyai sebuah pola komunikasi yang lancar, baik, dan bisa dipahami oleh pasien. Dapat dimengerti jika komunikasi yang baik disampaikan oleh apoteker kepada pasien, pegawai apotek harus menguasai keahlian tersebut. Keahlian dalam bidang komunikasi sangatlah menentukan keberhasilan seorang apoteker untuk mengarahkan dan

menyelesaikan permasalahan sosial (kesehatan) keluhan yang diberikan oleh pasien kepada pegawai apotek.

Tidaklah mudah untuk pegawai apotek dalam menjelaskan kepada pasien yang datang ke apotek tentang penggunaan obat dan lainnya. Jika pegawai apotek tidak mempunyai kecerdasan (kelebihan) dalam mengkomunikasikan gejala-gejala yang dirasakan oleh pasien yang datang ke apotek, atau menjelaskan secara logika (masyarakat awam), sebab-akibat dari suatu penyakit (berat) yang dialami oleh pasien. Di sebuah sistem yang sudah dibuat, ada beberapa unsur komunikasi yang dibangun atas dasar saling percaya, kejujuran, keterbukaan, dan pengertian akan kebutuhan yang dimaksud oleh pasien, serta harapan, dan juga kepentingan dari masing-masing pasien dan apoteker. Komunikasi yang berlangsung harus dalam kedudukan yang setara. Memiliki cukup pengertian yang dapat dipahami secara bersama-sama.

Adanya kepercayaan dari pasien dan kesepakatan dari pasien bahwa komunikasi adalah pertukaran informasi yang dapat saling menguntungkan satu sama lain antara individu satu dan individu lain. Karena adanya sebuah hubungan yang dilandasi saling percaya dan saling mengerti kemudian akan terciptanya saling membutuhkan satu sama lain, oleh karena itu pasien akan sangat mudah memberikan keterangan dari gejala yang dirasakan oleh pasien kepada pegawai apotek, sehingga pegawai apotek sebagai tenaga medis yang akan melayani kebutuhan serta keluhan pasien akan dapat mengarahkan

kebutuhan dan keluhan pasien pada solusi yang bisa meringankan gejala, atau keluhan kesehatan yang dirasakan oleh pasien.

Oleh karena itu dibutuhkan pelayanan kesehatan seperti Apotek Kimia Farma Rosarum Untuk memenuhi kesehatan masyarakat tersebut yang akan memberikan alternatif pelayanan kesehatan bagi masyarakat kota Palembang. Dari tahun 2011, KFA menyediakan layanan kesehatan yang terintegrasi meliputi layanan klinik kesehatan, farmasi (apotek), optik dan laboratorium klinik, dengan mengusung konsep *One Stop Health Care Solution* (OSHcS) sehingga dapat semakin memudahkan masyarakat pasien untuk bisa mendapatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas([www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)). Apotek Kimia Farma Rosarum berada di pusat kota dan mudah dijangkau karena letak apotek tersebut berada di pinggir jalan yang membuat mudah diakses, peneliti sendiri pernah berkunjung ke apotek tersebut dan melihat suasana di dalam apotek yang cukup ramai. Melihat itu peneliti tertarik untuk meneliti pola komunikasi yang digunakan oleh pegawai apotek dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan alasan di atas peneliti memilih judul Pola Komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **B. RumusanMasalah**

Bagaimana pola komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan, ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi peneliti serta masyarakat tentang pola komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman bagi peneliti tentang pola komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan penelitian ini juga diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pembelajaran di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang khususnya pada Prodi Ilmu Komunikasi

### **E. Tinjauan Pustaka**

Pada sebuah penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian sebelumnya, oleh karena itu dalam pembahasan kali ini peneliti akan membahas penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Skripsi yang peneliti teliti dengan judul Pola Komunikasi Apoteker Apotek Rosarum Palembang dalam menambah wawasan tentang obat, dalam penelitian ini penulis

mengambil tiga penelitian terdahulu sebagai bentuk perbandingan untuk memperkuat penelitian yang ada.

Nurul Hayati , Nur Anisah (2018) Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume III nomor II, Hal 329-341 Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Unsyiah, dengan penelitian yang berjudul “Pola komunikasi dokter bedah umum dan pasien dalam proses penyembuhan”. Hasil penelitian yang penulis lakukan di Rumah Sakit Umum Meuraxa menunjukkan bahwa untuk memperoleh kesembuhan yang diinginkan pasien dan dokter semua dimulai dari keseluruhan proses manajemen Rumah Sakit, mulai dari pelayanan pendaftaran, wawancara dan diagnosa dokter terhadap pasien, operasi, rawat inap dan rawat jalan.

Dalam proses manajemen ini dokter sebagai pelaksana komunikasi kesehatan diharapkan mampu menjalin komunikasi antarpribadi dengan pasien dan memberikan pelayanan yang maksimal. Dalam menjalin komunikasi antarpribadi ada beberapa fase yang harus dilaksanakan oleh dokter, pertama Fase Preinteraksi dalam fase ini, Sebelum menemui pasien dokter akan mempersiapkan strategi dan mencari informasi tentang pasien sebagai lawan bicaranya berdasarkan data-data dan rekam medik yang sudah disiapkan oleh perawat diruang poliklinik bedah Rumah Sakit Umum Meuraxa. Setelah pasien memasuki ruangan, dokter mempersilahkan pasien duduk dan dokter menanyakan keluhan pasien, kehidupan pasien dan keseharian pasien dokter berusaha membuat pasien nyaman dan terbuka kepada dokter dalam menjalin komunikasi. Perbedaan adalah Nurul Hayati memilih dokter bedah umum

sebagai narasumber yang akan diteliti sedangkan peneliti memilih apoteker dalam proses penelitian yang akan dilakukan.

Ifad fadli Roudhi, Kiki Zakiah (2020) Jurnal Prodi Ilmu Jurnalistik Volume IX. Nomor 1 , Hal 80-83 Universitas Islam Bandung dengan penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Dokter dan Pasien dalam Proses Penyembuhan Melalui Aplikasi “HaloDoc”.

1. “HaloDoc”.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ifad fadli Roudhi, Kiki Zakiah dan peneliti adalah Ifad fadli Roudhi, Kiki Zakiah meneliti pola komunikasi melalui sebuah aplikasi sedangkan peneliti terjun langsung ke lapangan dengan melakukan observasi dan wawancara.

Adityawati, Latifah, & Hapsari (2016) Jurnal Farmasi Sains dan Praktis, Vol. I, No. 2, dengan penelitian yang berjudul “Evaluasi Pelayanan Informasi Obat pada Pasien Rawat Jalan di Instalasi Farmasi Puskesmas Grabag I”. Hasil penelitian evaluasi pelayanan informasi obat pada pasien rawat jalan terlaksana dengan realisasi terjadi kesenjangan negatif dengan realisasi belum mencapai target yang diinginkan. Komponen informasi obat yang disampaikan meliputi bentuk sediaan, dosis obat, indikasi dan lain-lain, sedangkan komponen informasi obat yang tidak disampaikan di instalasi farmasi Puskesmas Grabag I yaitu penyimpanan obat dan stabilitas obat. Perbedaannya adalah Adityawati, Latifah, & Hapsari meneliti tentang pelayanan informasi di instalasi farmasi puskesmas sedangkan peneliti meneliti tentang pola komunikasi yang digunakan apoteker di sebuah apotek di Palembang.

Sarmadi (2017) Vol 12 No 1 Jurnal Kesehatan Poltekkes Palembang Volume XII, Nomor I, Hal 1-7 dengan penelitian yang berjudul “Identifikasi Komunikasi Efektif Antara Tenaga Teknis Kefarmasian dengan Pasien di Beberapa Apotek Wilayah Kecamatan Kemuning Kota Palembang”. Dalam penelitian ini mengidentifikasi kemampuan tenaga teknis kefarmasian dalam berkomunikasi kepada pasien saat melakukan pelayanan di apotek. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Identifikasi Komunikasi Efektif antara Tenaga Teknis Kefarmasian dengan Pasien di beberapa Apotek di Kota Palembang”. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengukur atau mengklasifikasi komunikasi yang terjadi antara Tenaga Teknis Kefarmasian dengan pasien di Apotek. Perbedaannya adalah sarmadi meneliti tentang identifikasi komunikasi antara tenaga teknis kefarmasian dengan pasien apotek sedangkan peneliti meneliti tentang pola komunikasi yang digunakan antara apoteker dengan pasien.

Handaka, Dessy, & Mulyaningsih (2016) universitas padjajaran Jurnal Kajian Komunikasi · Vol 4, No 1 dengan penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi Kesehatan Masyarakat Pedesaan di Jawa Timur”. Dalam penelitian ini membahas tentang Pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang kesehatan di pedesaan Jawa Timur masih rendah, khususnya kesehatan jamban/kakus. Pemerintah Daerah melalui Dinas Kesehatan dan Puskesmas sudah melakukan berbagai strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan kesehatan. Penelitian tentang pola komunikasi ini dapat dijadikan dasar bagi institusi kesehatan (Dinkes/Puskesmas) untuk

menyampaikan pesan kesehatan agar lebih efektif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi kesehatan masyarakat pedesaan di Jawa Timur. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi kesehatan. Perbedaannya adalah Handaka, Dessy, & Mulyaningsih meneliti tentang Pola Komunikasi Kesehatan Masyarakat Pedesaan di Jawa Timur sedangkan peneliti meneliti tentang pola komunikasi seorang apoteker di Palembang.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Pola Komunikasi**

Pola Komunikasi Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, 2001 : 27). Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah – langkah pada suatu aktifitas dengan komponen – komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan antar organisasi ataupun juga manusia (Hendri Gunawan, 2013).

Istilah pola komunikasi biasa disebut sebagai model yang merupakan representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Model jelas bukan fenomena itu sendiri, akan tetapi, peminat komunikasi, termasuk



mahasiswa, sering mencampuradukkan model komunikasi dengan fenomena komunikasi. Sebagai alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi, model mempermudah penjelasan tersebut, hanya saja model tersebut sekaligus mereduksi fenomena komunikasi: artinya, ada nuansa komunikasi lainnya yang mungkin terabaikan dan tidak dijelaskan oleh model tersebut (Mulyana,2019).

Menurut Nurudin (2016) tipe komunikasi dibagi menjadi empat yaitu

- a. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*)
- b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
- c. Komunikasi Publik (*public communication*)
- d. Komunikasi massa (*mass communication*)

Pada penelitian ini pola komunikasi pegawai apotek kimia farma rosarum Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dibagi menjadi 3, pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, pola komunikasi multi arah :

- a) Komunikasi satu arah berupa penyampaian informasi yang dilakukan oleh pegawai apotek kimia farma rosarum melalui media. Media yang dimaksud adalah melalui simbol, telepon, dan kalimat peringatan yang di tempel dan lainnya yang dapat dibaca secara langsung oleh para pelanggan yang datang.
- b) Komunikasi dua arah berupa komunikasi yang saling bergantian memberikan informasi. Misalnya antara pegawai apotek kimia farma rosarum dengan pelanggan yang datang ke kimia farma rosarum

Palembang. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi dua arah ini sama halnya dengan komunikasi antar pribadi.

- c) Komunikasi multi arah berupa komunikasi yang berlangsung antara pegawai apotek kimia farma rosarum dengan beberapa pegawai kimia farma rosarum lainnya yang saling berinteraksi melalui diskusi atau rapat sehingga semua pegawai memahami makna atau komunikasi yang digunakan secara selaras.

Pola komunikasi memiliki peran penting dalam pencapaian sistem pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di kimia farma rosarum Palembang. Adapun pola komunikasi yang dilakukan oleh pegawai kimia farma rosarum Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara garis besar dibagi atas tiga yang telah di jelaskan di atas, yaitu pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah, pola komunikasi multiarah. (La ode Iffa et.al, 24 November 2020)

## **2. Apotek**

Apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktek kefarmasian oleh apoteker. Dalam menjalankan pekerjaan kefarmasian apoteker harus menerapkan standar pelayanan kefarmasian yang bertujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan kefarmasian menjamin kepastian hukum bagi tenaga kefarmasian dan melindungi pasien dan masyarakat dari penggunaan obat yang tidak rasional dalam rangka keselamatan pasien (yuyun Yuniar Rini Sasanti Handayani, 2015).

### **3. Pegawai**

Menurut Hasibuan (2007) pegawai adalah setiap orang yang bekerja dengan menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada perusahaan dan memperoleh balas jasa yang sesuai dengan perjanjian. Sedangkan Menurut Widjaja, A (2006) mengatakan bahwa pegawai adalah merupakan tenaga kerja manusia jasmani maupun rohani (mental dan pikiran) yang senantiasa dibutuhkan oleh karena itu menjadi salah satu modal pokok dalam usaha kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu (organisasi). selanjutnya pegawai adalah orang-orang yang dikerjakan dalam suatu badan tertentu, baik dilembaga-lembaga pemerintahan maupun dalam badan-badan usaha. Sedangkan menurut kamus bahasa Indonesia pegawai merupakan orang yang bekerja pada satu lembaga (kantor, perusahaan) dengan mendapatkan gaji (upah) (repository.uma.ac.id).

### **4. Kimia Farma**

Kimia Farma Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan

Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero) ([www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)).

## 5. Teori Interaksionisme Simbolik

Penelitian ini menggunakan Teori interaksionisme simbolik oleh George Harbert Mead (1863- 1931) karna dinilai dapat memecahkan permasalahan pada penelitian ini. Asumsi dari teori ini yaitu Awal mula muncul teori interaksionisme simbolik karena Mead tertarik pada interaksi, dimana isyarat nonverbal dan makna dari suatu pesan verbal, akan mempengaruhi pikiran orang yang sedang berinteraksi. Dalam terminologi yang dipikirkan Mead, setiap isyarat nonverbal (seperti body language, gerak fisik, baju, status, dll) dan pesan verbal (seperti kata-kata, suara, dll) yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting (Nina Siti, 2011).

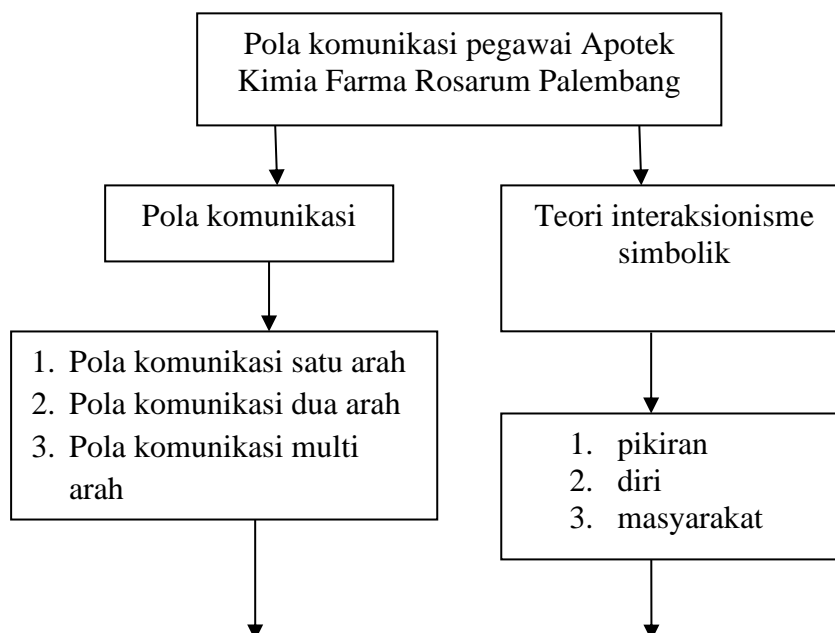
Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksionisme simbolik, antara lain:

- a. Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain,
- b. Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*The-Self*) dan dunia luarnya

c. Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya (Nina Siti, 2011).

”*Mind, Self and Society*” merupakan karya George Harbert Mead yang paling terkenal (Mead. 1934 dalam West-Turner. 2008: 96), dimana dalam buku tersebut memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik. Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain (Nina Siti, Oktober 2011) :

- Pentingnya makna bagi perilaku manusia.
- Pentingnya konsep mengenai diri.
- Hubungan antara individu dengan masyarakat.



kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma  
Rosarum Palembang

**Gambar 1** Kerang Teori  
**sumber:** dibuat oleh peneliti

## 6. Konsep Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan adalah subbidang terapan interdisipliner yang relatif muda dari studi komunikasi yang mempelajari peran yang dilakukan oleh manusia melalui media menyampaikan perawatan kesehatan dan mempromosikan kesehatan individu dan publik. Komunikasi kesehatan adalah bidang studi yang luas dan kompleks. Tak mengejutkan, sarjana komunikasi kesehatan mengaplikasikan banyak teori, model, dan metode riset dari bidang-bidang komunikasi tersebut untuk meneliti fenomena komunikasi kesehatan. Mereka juga mengadopsi teori dan metode yang berasal dari banyak disiplin terkait seperti psikologi, sosiologi, antropologi, kesehatan publik, pengobatan, perawatan, pendidikan kesehatan, epidemiologi, dan kerja sosial. Ada banyak teori komunikasi kesehatan yang memandu riset komunikasi kesehatan dan aplikasinya saat ini, yang akan diulas di sini.

Riset komunikasi kesehatan meneliti cara layanan kesehatan, kosumen, dan banyak pihak lain yang relevan (seperti administrator perawatan kesehatan, *supplier* perawatan kesehatan, regulator sistem

kesehatan, representasi perusahaan asuransi, anggota keluarga, legislator, dan periset) menggunakan komunikasi, baik secara personal maupun melalui saluran media, untuk mengkoordinasikan banyak orang berbeda dalam mempromosikan kesehatan dan pelayanan kesehatan. Sarjana komunikasi kesehatan juga meneliti banyak strategi komunikasi yang banyak digunakan untuk mengirimkan informasi kesehatan yang relevan kepada audiensi. Ini tampak dalam pengembangan, implementasi, dan evaluasi kampanye komunikasi persuasif untuk pendidikan dan peningkatan kesehatan. Sarjana komunikasi kesehatan mempelajari cara-cara penggunaan komunikasi untuk memberi peringatan kepada publik tentang resiko kesehatan dan mengkoordinasikan tindak pencegahan dan respon terhadap keadaan darurat kesehatan. Sarjana komunikasi kesehatan juga meneliti bagaimana berita, hiburan, dan saluran media sosial, termasuk teknologi informasi (*e-health*), dapat mempengaruhi layanan kesehatan dan promosi kesehatan (Littlejohn & Karen, 2016)

Komunikasi kesehatan mencakup pemanfaatan jasa komunikasi untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan upaya peningkatan dan pengelolaan kesehatan oleh individu maupun komunitas masyarakat. Selain itu, komunikasi kesehatan juga meliputi kegiatan menyebarluaskan informasi tentang kesehatan kepada masyarakat agar tercapai perilaku hidup sehat, menciptakan kesadaran, mengubah sikap dan memberikan motivasi pada

individu untuk mengadopsi perilaku sehat yang direkomendasikan menjadi tujuan utama komunikasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan memberi kontribusi dan menjadi bagian dari upaya pencegahan penyakit serta promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan juga dianggap relevan dengan beberapa konteks dalam bidang kesehatan, termasuk didalamnya

- a. Hubungan antara ahli medis dengan pasien.
- b. Daya jangkau individu dalam mengakses serta memanfaatkan informasi kesehatan.
- c. Kepatuhan individu pada proses pengobatan yang harus dijalani serta kepatuhan dalam melakukan saran medis yang diterima.
- d. Bentuk penyampaian pesan kesehatan dan kampanye kesehatan  
Penyebaran informasi mengenai resiko kesehatan pada individu dan populasi.
- e. Gambaran secara garis besar profil kesehatan di media massa dan budaya.
- f. Pendidikan bagi pengguna jasa kesehatan bagaimana mengakses fasilitas kesehatan umum serta sistem kesehatan.
- g. Perkembangan aplikasi program seperti tele-kesehatan.

## **7. Kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang (senang atau kecewa) setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan merupakan hasil dari membandingkan antara kinerja



yang diterima dengan harapan yang dimiliki terhadap hasil tersebut.(Kotler, 2002:52), Sedangkan Barnes ( 2003: 64) mengemukakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan. Sukar untuk mengukur tingkat kepuasan pasien, karena menyangkut perilaku yang sifatnya sangat subyektif.Kepuasan seseorang terhadap suatu obyek bervariasi mulai dari tingkat sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, sangat tidak puas..Penilaian terhadap kondisi puskesmas (kualitas baik atau buruk) merupakan gambaran kualitas puskesmas seutuhnya berdasarkan pengalaman subjektif individu pasien.Indikator-indikator kepuasan pelanggan Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang yaitu:

1. Tangible (bukti langsung), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Responsiveness (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Assurance (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keraguguan.
5. Emphaty (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan (Nunuk herawati, 2015).

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi atau kelompok tertentu. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif yang hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan tentang hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi dan pada tahap akhir metode deskriptif harus sampai pada kesimpulan yang didasarkan atas data penelitian.

### **2. Data dan Sumber Data**

Data dan sumber data yang digunakan dalam penyusunan proposal skripsi ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data Primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti yang didapat dari sumber utamanya. Adapun yang menjadi sumber utama dari data primer ini adalah berupa wawancara dengan apoteker apotek Kimia Farma Rosarum Palembang dan beberapa informasi lainnya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari suatu organisasi atau perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi. Dalam

penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yaitu berupa buku, laporan, majalah serta informasi dari objek penelitian.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian ini adalah:

a. *Observasi* (Pengamatan)

*Observasi* (pengamatan) yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dari objek yang diteliti yaitu apotek Rosarum Palembang.

b. *Interview* (Wawancara)

*Interview* (Wawancara) yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada pegawai yang bekerja apotek Rosarum Palembang.

c. *Dokumentasi*

*Dokumentasi* yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, ataupun karya-karya dari seseorang. Dokumentasi sering digunakan pada penelitian kualitatif sebagai pelengkap dari penggunaan metode pengamatan dan wawancara yang menjadi objek penelitian yaitu apotek Kimia Farma Rosarum Palembang.

#### **4. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di apotek Kimia Farma Rosarumyang berlokasi di Jalan. Letkol Iskandar, 24 ilir, KecamatanBukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera selatan.

#### **5. Teknik Analisis Data**

Kegiatan selanjutnya setelah rangkaian data terkumpul maka dilanjutkan dengan teknik analisis data, dimana semua data akan dikelola sesuai dengan metodologi penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Melakukan pemilahan dan penyusunan klasifikasi data.
- b. Melakukan penyuntingan data dan pemberian kode data untuk membangun kinerja analisis data.
- c. Melakukan konfirmasi data yang memerlukan verifikasi data dan pendalaman data.
- d. Melakukan analisis data sesuai dengan kontruksi pembahasan hasil penelitian.

Pengelohan data dilakukan dalam beberapa tahapan.Tahap pertama pengolahan data dimulai dari penelitian pendahuluan hingga tersusunnya usulan penelitian. Tahap kedua, pengolahan data yang lebih mendalam dilakukan dengan cara mengolah hasil kegiatan wawancara dan pengumpulan berbagai informasi lapangan di lokasi penelitian. Tahap ketiga, setelah itu dilakukan pemeriksaan keaslian data hasil wawancara dengan sejumlah narasumber yang dijadikan informan penelitian serta

membandingkan data tersebut dengan berbagai informasi yang terkait. Tahap akhir adalah analisis data dalam rangka menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

## **H. Sistematika Penulisan Laporan**

Rencana selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini maka peneliti akan menggunakan Sistematika Penulisan Laporan yang akan dilakukan nantinya dalam penelitian ini yang terdiri dari beberapa bab. Dimana masing-masing bab terdapat uraian-uraian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II POLA KOMUNIKASI DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Bagian ini khusus membicarakan tentang Pola Komunikasi dan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Bab ini harus dibedakan dengan kerangka teori di Bab I. Bab II lebih fokus pada kajian dari berbagai pihak secara teoritis tentang fokus masalah yang diangkat.

### **BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan secara rinci mengenai lokasi dari objek yang diteliti. Semisalnya gambaran umum mengenai apotek Kimia Farma Rosarum Palembang.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini ditulis berdasarkan data yang sudah didapatkan dan kemudian dianalisis. Apa hasil yang didapatkan, proses analisis dan proses pemaknaan terhadap data tersebut, itulah yang harus dijelaskan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang inti dan saran yang merupakan hasil dari semua yang dibahas dari bab-bab terdahulu.

## **BAB II**

### **POLA KOMUNIKASI DAN KEPUASAN PELANGGAN**

#### **A. Pola komunikasi**

##### **1. Pengertian Pola Komunikasi**

Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk yang tetap. Komunikasi menurut Everret M. Rogers adalah “Proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Pola komunikasi menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa, “Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksudkan dapat dipahami”. Istilah pola komunikasi bisa disebut sebagai model tetapi artinya adalah sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan suatu tujuan. Pola komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya untuk memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis (etheses.iainkediri.ac.id).

##### **2. Jenis – Jenis Pola Komunikasi**

###### **a. Pola Komunikasi Primer**

Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang, yaitu lambang verbal dan lambang nirverbal.

Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal yang paling banyak dan paling sering digunakan, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Lambang nirverbal yaitu lambang yang digunakan dalam berkomunikasi selain bahasa, merupakan isyarat dengan anggota tubuh antara lain mata, kepala, bibir, dan tangan. Selain itu, gambar juga sebagai lambang komunikasi nirverbal, sehingga dengan memadukan keduanya maka proses komunikasi dengan pola ini akan lebih efektif. Pola komunikasi ini dinilai sebagai model klasik, karena model ini merupakan model pemula yang dikembangkan oleh Aristoteles.

Aristoteles hidup pada saat retorika sangat berkembang sebagai bentuk komunikasi di Yunani, terutama keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan yang dihadiri oleh rakyat menjadikan pesan atau pendapat yang dia lontarkan menjadi dihargai orang banyak. Berdasarkan pengalaman itu Aristoteles mengembangkan idenya untuk merumuskan suatu model komunikasi yang didasarkan atas tiga unsur yaitu: komunikator, pesan, komunikan.

#### b. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan



efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga mempengaruhi Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984.

c. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (face to face), tetapi adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses komunikasi ini, pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

d. Pola Komunikasi Sirkuler

Pola komunikasi sirkuler merupakan Salah satu pola yang digunakan untuk menggambarkan proses komunikasi adalah pola sirkuler yang dibuat oleh Osgood bersama Schramm. Kedua tokoh ini mencurahkan perhatian mereka pada peranan sumber dan penerima sebagai pelaku utama komunikasi. 23 Pola ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, di mana pesan ditranmisit melalui proses encoding dan decoding. Encoding adalah transilasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan decoding adalah transilasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber.

Hubungan antara encoding dan decoding adalah hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain, Sebagai proses yang dinamis, maka interpretasi pada pola sirkular ini bisa berfungsi ganda sebagai pengirim dan penerima pesan. Pada tahap awal, sumber berfungsi sebagai encoder dan penerima sebagai decoder. Tetapi pada tahap berikutnya penerima berfungsi sebagai pengirim (encoder) dan sumber sebagai penerima (decoder), dengan kata lain sumber pertama akan menjadi penerima kedua dan penerima pertama berfungsi sebagai sumber kedua, dan seterusnya (etheses.iainkediri.ac.id).

## B. Kepuasan Pelanggan

### 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Salah satu cara agar kepuasan konsumen dapat tercapai adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut para sarjana dalam natalisa (2007) kualitas didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas jasa yang mereka terima. Apabila perusahaan mampu memberikan jasa yang berkualitas maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas yang diberikan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan (Bhuwana, 2013). Menurut Tse dan Wilton dalam lupiyoadi (2004: 349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie dalam Tjiptono (2004 : 349) mendefinisikannya sebagai

suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa dan angel menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan. pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. Apabila dijabarkan sebagai berikut :

- a) jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen menjadi tidak puas
- b) Jika kinerja sama dengan harapan maka konsumen akan puas
- c) Jika kinerja melampaui harapan maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang (Kotler, 2007).

Menurut Oliver dalam Ferinadewi (2015), kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun diatas harappan. Kepuasan konsumen merupakan hal yang krusial dalam menentukan suksesnya suatu bisnis. Intensitas persaingan dewasa ini membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha memenuhi harapan konsumen (Atmawati dan Wahyudin, 2007).

## 2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

### a) Sistem Keluhan dan Saran

Metode ini untuk memantau kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan seluas luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon bebas pulsa.

### b) Survei Kepuasan Nasabah

Umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan banyak dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan (kuisioer) kepada para pelanggan. Melalui survei perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah.

### c) Ghost Shopping

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan seseorang untuk berpura-pura menjadi pelanggan, kemudian pelanggan bayaran tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga ia dapat mengamati atau menili cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

### d) Last Custumor Analisis

Merupakan metode memantau kepuasan dengan cara menghubungi pelanggan yang telah berhenti atau beralih keperusahaan

pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi pelanggan.

### 3. Faktor-faktor yang Mendorong Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan (2004), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah :

- a. Kualitas produk atau jasa, biasanya pelanggan puas setelah menggunakan produk atau jasa tersebut, yang kualitas produknya baik.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
- c. Service quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi.
- d. Emotional faktor, pelanggan akan merasa puas karena adanya emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- e. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien, dalam mendapatkan produk atau pelayanan (repository.uin-suska.ac.id).

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

##### **A. Profil Singkat Kimia Farma**

Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).



**Gambar 2. Gedung apotek kimia farma rosarum cindo Palembang**

**sumber: Difoto oleh peneliti**

Pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dalam penulisan berikutnya disebut Perseroan. Bersamaan dengan perubahan tersebut, Perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang kedua bursa telah merger dan kini bernama Bursa Efek Indonesia). Berbekal pengalaman selama puluhan tahun, Perseroan telah berkembang menjadi perusahaan dengan pelayanan kesehatan terintegrasi di Indonesia. Perseroan kian diperhitungkan kiprahnya dalam pengembangan dan pembangunan bangsa, khususnya pembangunan kesehatan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya Nomor AHU-0017895.AH.01.02 Tahun 2020 tanggal 28 Februari 2020 dan Surat Nomor AHU-AH.01.03-0115053 tanggal 28 Februari serta tertuang dalam Akta isalah RUPSLB Nomor 18 tanggal 18 September 2019, terjadi perubahan nama perusahaan yang semula PT Kimia Farma (Persero) Tbk menjadi PT Kimia Farma Tbk, efektif per tanggal 28 Februari 2020 ([www.kimiafarma.co.id](http://www.kimiafarma.co.id)).

Apotek kimia farma memiliki banyak kantor cabang diseluruh indonesia, salah satu nya Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang yang juga menjadi tempat penelitian oleh peneliti. Apotek Kimia Farma Rosarum berdiri pada tahun 2012, jam operasional Apotek Kimia Farma

Rosarum Cindo Palembang adalah hari senin-sabtu dari jam 08.00 sd 21.00 WIB, tanggal merah dan hari minggu beroperasi dari jam 08.00.21.00 WIB.

## B. Visi Misi

### 1. Visi

Menjadi perusahaan *Healthcare* pilihan utama yang terintegrasi dan menghasilkan nilai yang berkesinambungan.

### 2. Misi

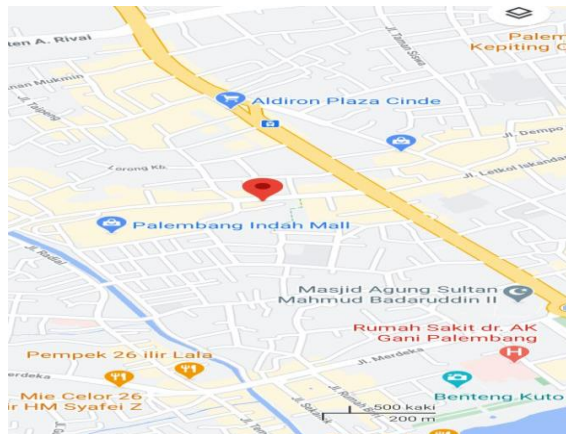
- a. Melakukan aktivitas usaha di bidang-bidang industri kimia dan farmasi, perdagangan dan jaringan distribusi, ritel farmasi dan layanan kesehatan serta optimalisasi aset.
- b. Mengelola perusahaan secara *Good Corporate Governance* dan *operational excellence* didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) professional.
- c. Memberikan nilai tambah dan manfaat bagi seluruh *stakeholder*.

## C. Lokasi Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang.

Lokasi penelitian yaitu Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang yang terletak di Jl. Letkol Iskandar, 24 Ilir, kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Gedung Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang berada di dekat International Plaza (IP) berada



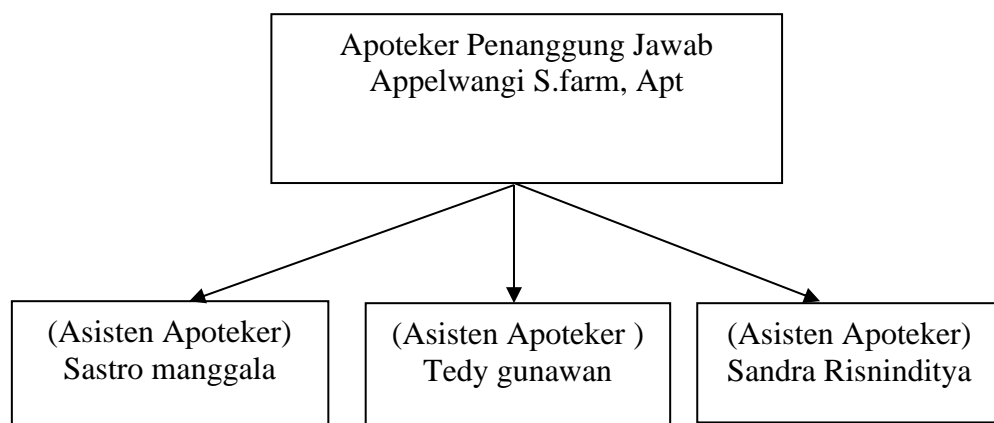
di sebelah kiri International Plaza, dan didekat café letskiss, yang mana didepan Apotek Kimia Farma Roosarum Cindo Palembang adalah pasar cinde palembang.



**Gambar 2.peta lokasi apotek kimia farrma rosarum cindo**

**sumber: [www.google.co.id](http://www.google.co.id)**

#### D. Struktur Organisasi Apotek Kimia Farma Palembang



**Gambar 3. Struktur Organisasi Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo  
Sumber : Diolah Oleh Peneliti**

Sistem organisasi di Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang, Ibu Appelwangi selaku Apoteker Penanggung jawab, dan Sastro manggala, Tedy gunawan dan Sandra Risninditya sebagai Asisten Apoteker. Tugas Apoteker

penanggung jawab yaitu :

1. Menyusun, memastikan dan mempertahankan penerapan system manajemen mutu
2. Fokus pada pengelolaan kegiatan yang menjadi kewenangannya serta menjaga akurasi dan mutu dokumentasi.
3. Menyusun dan atau menyetujui program pelatihan dasar dan pelatihan lanjutan mengenai CDOB dan untuk semua personil yang terkait dalam kegiatan distribusi.
4. Mengkoordinasikan dan melakukan dengan segera setiap kegiatan penarikan obat dan atau bahan obat
5. memastikan bahwa keluhan pelanggan ditangani dengan efektif.
6. melakukan kualifikasi dan persetujuan terhadap pemasok dan pelanggan
7. meluluskan obat dan atau bahan obat kembalian untuk dikembalikan ke dalam stok obat dan atau bahan obat yang memenuhi syarat jual
8. turut serta dalam pembuatan perjanjian antara pemberi kontrak dan penerima kontrak yang menjelaskan mengenai tanggung jawab masing-masing pihak yang berkaitan dengan distribusi dan atau transportasi obat dan atau bahan obat
9. memastikan inspeksi diri dilakukan secara berkala sesuai program dan tersedia tindakan perbaikan yang diperlukan.
10. mendelegasikan tugasnya kepada Apoteker/tenaga teknis kefarmasian yang telah mendapatkan persetujuan dari instansi berwenang ketika sedang tidak berada di tempat dalam jangka waktu tertentu dan menyimpan dokumen yang terkait dengan setiap pendelegasian yang dilakukan.

11. turut serta dalam setiap pengambilan keputusan untuk mengkarantina atau memusnahkan obat dan bahan obat kembalian, rusak, hasil penarikan kembali atau diduga palsu.
12. memastikan pemenuhan persyaratan lain yang diwajibkan untuk obat dan bahan obat tertentu sesuai peraturan perundang-undangan

Tugas Asisten Apoteker :

1. Mengecek kesiapan apotek sebelum operasional
2. Menyusun produk racikan yang di distribusi dari gudang farmasi ke apotek
3. Melakukan peracikan obat
4. Melayani pembelian pasien
5. Membuat copy resep
6. Melakukan penyerahan produk kepada pasien

Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang terdapat 6 dokter spesialis :

**Tabel 1. Jadwal Praktek Dokter Apotek Kimia Farma Rosarum**

Spesialis Dokter	Nama Dokter	Jadwal Dokter
Dokter Internist	Dr. Taufik indrajaya, Sppd	Senin sd Jumat 19:00 sd selesai
Dokter Kandungan	Dr. Emir Fakrudin, Spog	Senin sd sabtu 19:00 sd selesai
Dokter Kulit	Dr. Yulia F Yahya, Spkk	Senin sd Sabtu 18:00 sd selesai
Dokter THT	Dr. K.A Deddi, SP, Tht	Senin sd sabtu 20:00 sd selesai
Dokter Anak	Dr. Rimarini, Sp A	Senin, Rabu, Jumat 19:00 sd selesai
Dokter Gigi	Drg. Erwan Naupal	Senin, Rabu, Jumat, Sabtu (janjian) 10:00 sd selesai

**Sumber: Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka penelitian ini melakukan penelitian secara terstruktur yaitu menggunakan wawancara kepada Apoteker penanggung jawab dan Asisten Apoteker, dan juga kepada pelanggan apotek kimia farma rosarum Palembang yang membeli obat ke Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang, dan ditambah dengan dokumentasi yang akan peneliti lampirkan.

Dari beberapa hasil penelitian tersebut dapat memperjelas dan mempertegas bagaimana pola komunikasi pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan saat bertransaksi membeli obat. Berikut akan peneliti uraikan beberapa temuan data serta analisis hal-hal penting berkaitan dengan penelitian tersebut.

#### **A. Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan**

##### **1. Simbol**

Hal pertama yang peneliti temukan saat melakukan penelitian di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang yaitu terdapat simbol sebagai bentuk komunikasi satu arah untuk memberikan informasi kepada pelanggan yang datang. Simbol adalah sesuatu yang biasanya merupakan tanda yang terlihat yang menggantikan gagasan atau objek. Simbol sering diartikan secara terbatas sebagai tanda konvensional, sesuatu yang dibangun oleh masyarakat atau

individu dengan arti tertentu yang kurang lebih standar dan disepakati atau dipakai anggota masyarakat itu sendiri. Arti simbol dalam konteks ini sering dilawankan dengan tanda ilmiah.

Secara etimologis istilah “simbol” diserap dari kata *symbol* dalam bahasa Inggris yang berakar pada kata *symbolicum* dalam bahasa Latin. Sementara dalam bahasa Yunani kata *symbolon* dan *symbollo*, yang juga menjadi akar kata *symbol*, memiliki beberapa makna generik, yakni “memberi kesan”, “berarti”, dan “menarik”. Dalam Sejarah pemikiran, simbol memiliki dua pengertian yang sangat berbeda. Dalam pemikiran dan praktik keagamaan, simbol lazim dianggap sebagai pancaran Realitas Transenden. Dalam sistem pemikiran logika dan ilmiah, lazimnya istilah simbol dipakai dalam arti tanda abstrak. Dalam beberapa pengertian “simbol” diartikan sebagai berikut:

- a) Simbol adalah sesuatu yang biasanya merupakan tanda yang terlihat yang menggantikan gagasan atau objek,
- b) Simbol adalah kata, tanda, atau isyarat, yang digunakan untuk mewakili sesuatu yang lain seperti arti, kualitas, abstraksi, gagasan, dan objek,
- c) Simbol adalah apapun yang diberikan arti dengan persetujuan umum dan atau dengan kesepakatan atau kebiasaan,
- d) Simbol sering diartikan secara terbatas sebagai tanda konvensional, sesuatu yang dibangun oleh masyarakat atau individu dengan arti tertentu yang kurang lebih standar dan disepakati atau dipakai anggota masyarakat itu sendiri.



**Gambar.4. Tanda baca (Simbol)**  
**Sumber : Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Simbol diatas adalah kata yang menunjukkan tempat penerimaan resep, pelanggan Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dapat memberikan resep dokter ke meja tempat penerimaan resep obat.

“ pada saat pertama kali saya datang ke apotek saya langsung diarahkan untuk ke meja penerimaan resep, adanya papan nama “penerimaan resep” sangat membantu pelanggan seperti saya pada saat membeli obat, saya langsung paham dan mengerti lalu saya segera menyerahkan resep dokter ke meja penerimaan resep”

Tanda baca ini sangat penting karna memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian obat di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang.

“kalau pelanggan ramai, papan informasi seperti “kasir”, “penerimaan resep”, pengambilan obat”, sangat membantu kami para apoteker dalam mengarahkan pelanggan agar terkoordinir dengan baik”.



**Gambar 5. Tanda baca (Simbol)**

**sumber : Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Simbol (tanda baca) diatas “kasir” yang ada di Apotek Kimia Farma

Rosarum Cindo Palembang, dimana pelanggan bisa membaca tanda baca tersebut untuk melakukan pembayaran setelah memberikan resep obat dari dokter kepada Apoteker.

“setelah saya memberikan resep, saya di beri nota untuk di lunasi di meja kasir, karna meja kasir sudah tepajang papan nama “kasir” jadi saya ga bingung lagi, dak perlu tanyo lagi saya mbak apoteker”.

Meja kasir atau meja tempat pelanggan untuk membayarkan total pembelian mereka. Meja kasir terletak di sebelah kanan meja penerimaan resep.dan di depan meja kasih disediakan tempat duduk yang agak banyak , Karena proses pembayaran terkadang memerlukan waktu yang agak lama.

“Di depan meja kasir kami berikan lebih banyak kursi untuk pelanggan jika sedang antri, karena terkadang proses pembayaran agak lama, jika pelanggan banyak yg datang, jadi pelanggan tetap nyaman saat mengantri untuk membayar”.

Kenyamanan pelanggan adalah bagian penting dari pelayanan, jika pelanggan merasa nyaman, pelanggan akan puas dengan fasilitas yang disediakan.



**Gambar 6. Tanda baca (Simbol)**  
**Sumber : Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Tanda baca diatas “penerimaan obat”, setelah pelanggan melakukan pembayaran selanjutnya pelanggan mengambil obat yang diresepkan dan yang telah di bayar di meja penerimaan obat. Tanda baca atau simbol yang ada di Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang sangat jelas dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta dicetak dengan menggunakan ukuran huruf yang besar sehingga memudahkan pelanggan yang datang untuk bertransaksi atau membeli obat.

“pada saat akan mengambil obat, saya menunggu, walaupun harus menunggu sebentar saya tidak keberatan, karena ruangnya kan dingin, nyaman, jadi saya santai saja” .

Pada saat pelanggan menunggu obat, kami persilahkan untuk duduk di kursi tunggu, kemudian saat obat sudah siap untuk di berikan kepada pelanggan, kami akan memanggil pelanggan untuk mengambil obat, atau kami yang mendatangi pelanggan untuk memberikan obat yang dipesan oleh pelanggan, Hal ini merupakan strategi untuk menghindari pelanggan berdesakan atau berkrumun di depan meja penerimaan obat, kami persilahkan pelanggan untuk duduk di kursi tunggu. area penerimaan obat, kasir, dan penerimaan resep adalah disebut juga sebagai area ethical. Area ini terdiri dari counter penerimaan resep, pelayanan transaksi (kasir), penyerahan resep, meja konsultasi, tempat penyimpanan obat serta tempat percaikan obat.



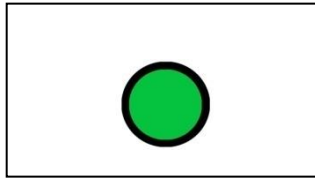


**Gambar 7. Simbol dilarang merokok**  
**Sumber : Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Simbol dilarang merokok adalah simbol yang sangat familiar di masyarakat luas, di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang terdapat simbol dilarang merokok di Apotek, simbol dilarang merokok ini termasuk komunikasi satu arah, maksud dan tujuan simbol dilarang merokok di Apotek ialah karena dampak yang ditimbulkan asap rokok dapat berpengaruh buruk terhadap kesehatan.

“Di fasilitas pelayanan kesehatan sudah jelas tempat pelayanan kesehatan dan bebas asap rokok. maka dari itu perlu dilakukan upaya perlindungan dan mewujudkan lingkungan yang bebas asap rokok untuk kenyamanan bersama bagi pelanggan dan juga kami sebagai pegawai apotek”.

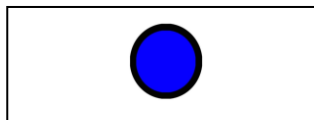
Simbol dilarang merokok berupa rokok didalam lingkaran merah dengan garis diagonal merupakan tanda larangan merokok. Digunakan sebagai peringatan bahwa di area tertentu, terutama di tempat yang terdapat bahan-bahan mudah terbakar, merokok dilarang karena dapat menimbulkan kebakaran, Sign ini diletakkan oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang di tempat yang mudah dilihat dan tidak mengganggu keindahan tempat.



**Gambar. 8. Penandaan Obat Bebas**  
(Sumber: Umar, 2012)

Obat bebas adalah obat yang dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter. Obat ini ditandai dengan lingkaran berwarna hijau dengan tipe lingkaran berwarna hijau dengan tepi warna hitam.

“simbol ini ada di obat seperti paracetamol, panadol, dll. obat ini bisa di beli sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan bisa dibeli tanpa resep dokter”.

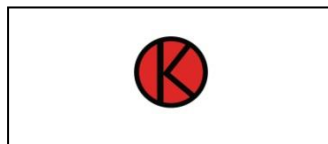


**Gambar.9. penandaan obat bebas terbatas**  
(Sumber: Umar, 2012)

Obat bebas terbatas adalah obat-obatan untuk jenis penyakit yang pengobatannya dianggap dapat ditetapkan sendiri oleh masyarakat dan tidak begitu membahayakan, terlebih bila mengikuti cara pemakaiannya. Obat ini dapat dibeli di apotek dan toko obat tanpa resep dokter.

“Obat bebas terbatas ditandai dengan lingkaran berwarna biru dengan tepi lingkaran warna hitam. penyerahannya harus dalam bungkus aslinya untuk mencegah pemalsuan atau penukaran dan disertai tanda peringatan khusus (perhatian)”

Tanda-tanda peringatan ini sesuai dengan golongan obatnya, yaitu



**Gambar 11. Penandaan Obat Keras**  
(Sumber: Umar, 2012)



**Gambar 10. Tanda Peringatan Pada Obat Bebas Terbatas (P1-P6)  
 (Sumber: Umar, 2012)**

Obat keras adalah bahan bahan yang disamping bekhasiat menyembuhkan, membunuh hama, menguatkan atau mempunyai khasiat pengobatan lainnya terhadap tubuh manusia.

“Obat keras ini berbahaya terhadap kesehatan dan kehidupan manusia apabila digunakan tidak sesuai dengan ketentuan yang benar oleh karena nya harus ada arahan dari apoteker”.

. Penggunaan simbol oleh Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang termasuk kedalam pikiran (*mind*).

a. Pikiran (*Mind*)

Pikiran (*mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang menggunakan simbol dan tanda baca untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang datang ke apotek, komunikasi menggunakan simbol dimana penerima pesan memberi umpan balik atau respon atas simbol yang diberikan

Interaksi dengan menggunakan simbol juga termasuk pola komunikasi satu arah.

Pola komunikasi biasa disebut sebagai model yang merupakan representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur penting fenomena tersebut (mulyana, 2019),

b. Pola komunikasi satu arah

Pola komunikasi satu arah adalah komunikasi berupa penyampaian informasi yang dilakukan oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dengan menggunakan media. Media yang dimaksud adalah simbol, telepon, dan kalimat peringatan yang di tempel yang dapat dibaca secara langsung oleh para pelanggan yang datang ( La Ode Iffa et.al, 24 November 2020).

Komunikasi dengan menggunakan media simbol sangat efektif di terapkan di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang. Pelanggan yang datang juga menerapkan himbauan atau petunjuk (pesan) yang ada pada simbol, seperti menggunakan masker dan mencuci tangan, serta pelanggan juga tidak kebingungan saat akan membeli obat di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang, Karena sudah ada papan informasi yang jelas yang di pajang di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang. Hal tersebut sangat membantu pelanggan yang datang.

## **2. Pelayanan Kefarmasian di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Pelayanan kefarmasian yang ada di Apotek Kimia farma Rosarum Cindo Palembang terdiri atas pelayanan resep, promosi dan edukasi, serta pelayanan residensial :

### **a. Pelayanan Resep**

#### **1. *Skринing* Resep**

Apoteker melakukan skrining resep meliputi :

- a) Persyaratan administratif: nama, SIP dan alamat dokter, tanggal penulisan resep; tanda tangan/paraf dokter penulis resep; nama, alamat, umur, jenis kelamin, dan berat badan pasien; cara pemakaian yang jelas; dan informasi lainnya.
- b) Kesesuaian farmasetik: bentuk sediaan, dosis, potensi, stabilitas, inkompatibilitas, cara dan lama pemberian.
- c) Pertimbangan klinis; adanya alergi, efek samping interaksi, kesesuaian (dosis, durasi, jumlah obat dan lain lain). jika ada keraguan terhadap resep hendaknya dikonsultasikan kepada dokter penulis resep dengan memberikan pertimbangan dan alternatif seperlunya bila perlu menggunakan persetujuan setelah pemberitahuan.

### **2. Penyiapan Obat**

#### **a) Kemasan Obat Yang Diserahkan**

Obat hendaknya dikemas dengan rapi dalam kemasan yang cocok sehingga terjaga kualitasnya.

b) Penyerahan Obat

Sebelum obat diserahkan kepada pasien, harus dilakukan pemeriksaan akhir terhadap kesesuaian antara obat dengan resep. penyerahan obat dilakukan oleh apoteker disertai pemberian informasi obat dan konseling kepada pasien.

c) Informasi Obat

Apoteker harus memberikan informasi yang benar, jelas, dan mudah di mengerti akurat, tidak bias, etis, bijaksana, dan terkini. informasi obat pada pasien sekurang-kurangnya meliputi cara pemakaian obat, cara penyimpanan obat, jangka waktu pengobatan, aktivitas serta makanan dan minuman yang harus dihindari selama terapi.

d) Konseling

Apoteker memberikan konseling, mengenai sediaan farmasi, pengobatan dan perbekalan kesehatan lainnya. sehingga dapat memperbaiki kualitas hidup pasien atau yang bersangkutan terhindar dari bahaya penyalahgunaan atau penggunaan obat yang salah. untuk penderita penyakit tertentu seperti kardiovaskular, diabetes, TBC, asma dan penyakit kronis lainnya, apoteker harus memberikan konseling secara berkelanjutan.

e) Monitoring Penggunaan Obat

Setelah penyerahan obat kepada pasien, apoteker harus

melaksanakan pemantauan penggunaan obat, terutama untuk pasien tertentu seperti, kardiovaskular, diabetes, TBC, asma dan penyakit kronis lainnya.

di dalam melakukan pelayanan resep, maka peran apoteker dalam hal ini adalah melakukan 3 *prime question* kepada pasien yaitu:

1. Apa yang dokter katakan tentang obat anda?
2. Apa yang dokter katakan tentang cara pakai obat anda?
3. Apa yang dokter katakan tentang harapan setelah anda menggunakan obat?.

f) Pelayanan Telefarma

Pelayanan yang dilakukan oleh apoteker melalui telepon setelah pelanggan membeli obat di apotek, untuk menanyakan kondisi pelanggan atau mengingatkan bagi pelanggan dengan penyakit kronis untuk control kembali ke dokter.

g) Pelayanan *Home Pharmacy Care*

Pelayanan yang dilakukan oleh apoteker dengan berkunjung ke rumah pelanggan setelah pelanggan membeli obat di Apotek, untuk melihat kondisi pelanggan, kepatuhan pelanggan mengkonsumsi obat atau mengingatkan bagi pelanggan dengan penyakit kronis untuk control lagi ke dokter, mengambil obat kembali atau hal-hal lain yang dianggap perlu agar tujuan pengobatan tercapai.

#### h) Pelayanan Terpadu

Pelayanan yang diberikan bagi pelanggan yang berobat ke dokter praktek di Apotek dimana mulai pendaftaran pelanggan, pembayaran jasa dokter dan pennebusan resep, dikoordinir oleh pihak Apotek.

Dengan metode ini, maka akan memberikan arahan kepada petugas apotek dalam menyeleksi pasien yang akan diberikan informasi terkait obat dan sedalam apa informasi yang diberikan.

“saat pelanggan datang ke Apotek kita pasti tanya keluhan pasien atau pelanggan yang akan membeli obat dengan 5 pertanyaan menggunakan metode WWHAM, (*who*) siapa yang menggunakan obat tersebut?. (*what*) apa gejala yang dialami?. (*how long*) berapa lama gejala tersebut berlangsung?. (*action*) apa saja yang sudah dilakukan terhadap gejala tersebut, (*medicine*) obat apa yang sedang digunakan?. kalau pasien ingin bertemu dan berkonsultasi dengan dokter spesialis kita sarankan untuk menelepon dokter untuk membuat janji”.

Setelah pegawai apotek menanyakan WWHAM (*who, what, how long, action, medicine*) kepada pasien selanjutnya pegawai apotek menentukan dan menawarkan obat sesuai indikasi keluhan pasien, disertai alternatif lain dan menginformasikan khasiat, kegunaan dan gejala yang mungkin di timbulkan jika meminum obat tersebut. jika pelanggan membutuhkan refill obat kronis yang sudah dikonsumsi secara rutin maka dapat diberikan untuk pengobatan selama 10 hari dengan pencatatan patient medication record dan menyuruh pasien untuk segera kontrol kembali ke dokter, dan menawarkan barang lain kepada pelanggan yang mungkin dibutuhkan, kemudian minta identitas pelanggan, seperti nama lengkap, alamat, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. memberitahukan kepada pasien bila gejala menetap sampai 3 hari untuk



segera konsultasi kepada dokter. bila pelanggan telah puas dengan informasi yang diberikan, petugas apoteker harus menyampaikan semoga lekas sembuh dan akan turut memantau perkembangan pelanggan.

“Dengan pelayanan yang intens dan ramah membuat saya pribadi sebagai pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang baik dan ramah pegawai apotek, kami kan datang berobat, kalau pelayanan nya tidak ramah kami pasti cari tempat lain untuk berobat”.

i. Diri (*self*)

Dalam proses pelayanan kefarmasian, diri (*self*) kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, pegawai apotek berinteraksi dengan pelanggan yang datang untuk mendengarkan keluhan pelanggan, dan pelanggan mendengarkan arahan dari pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam membeli obat, dan berkonsultasi mengenai obat. Salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the self*) dan dunia luarnya (teori interaksionisme simbolis).

Dalam merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain seperti interaksi yang terjadi antara pelanggan dan pegawai apotek tentu saja terjadi sebuah komunikasi atau pertukaran pesan. Pertukaran pesan yang terjadi antara pegawai apotek dan pelanggan yang datang termasuk Pola komunikasi dua arah atau komunikasi antarpribadi.

j. Pola Komunikasi Dua Arah

Pola komunikasi dua arah berupa komunikasi yang saling bergantian memberikan informasi atau dapat dikatakan komunikasi antar pribadi ( La Ode Iffa et.al, 24 November 2020). Secara kontekstual

komunikasi antarpribadi digunakan sebagai alat komunikasi antara dua individu atau sedikit individu yang mana saling berinteraksi antar kedua belah pihak sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan. Menurut DeVito komunikasi antarpribadi (interpersonal) adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang telah memiliki hubungan yang jelas, yang terhubung dengan beberapa cara. Jadi komunikasi antarpribadi misalnya komunikasi yang terjadi antara pegawai Apoteker Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dengan pelanggan.

Tujuan komunikasi antarpribadi menurut De Vito adalah untuk belajar diri sendiri, tentang orang lain, dan bahkan belajar tentang dunia. Belajar diri sendiri artinya sebagai pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang sebelum memberikan pelayanan harus mengetahui kepribadian diri sendiri terlebih dahulu bahwa sebagai Pegawai Apotek harus mempunyai kewajiban untuk memberi pelayanan informasi kepada pelanggan atau calon pelanggan sebaik-baiknya dan pegawai Apotek harus siap membantu kebutuhan informasi yang diperlukan pelanggan. Sedangkan mengetahui orang lain sebagai pegawai Apotek juga harus memahami sedikit banyak apa yang dibutuhkan pelanggan atau calon pelanggan saat datang ke Apotek.

Tujuan komunikasi antarpribadi yang kedua untuk mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain. Dalam hal ini kegiatan komunikasi antarpribadi pegawai Apotek ditujukan untuk mempengaruhi agar pelanggan memiliki sikap, pendapat dan atau perilaku yang sesuai dengan

kehendak pegawai Apotek berdasarkan ketentuan yang diberlakukan. Tujuan komunikasi antarpribadi yang ketiga adalah untuk membantu orang lain. Sebagai contoh ketika seorang pelanggan berkonsultasi dengan seorang pegawai apotek yang mengeluhkan sesuatu dan mencari solusinya. Komunikasi antarpribadi yang demikian merupakan bentuk komunikasi bertujuan untuk menolong orang lain memecahkan masalah yang dihadapinya dengan bertukar pikiran.

Komunikasi dua arah melalui media sosial juga di terapkan oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang untuk berhubungan langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan secara online. *website* Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dapat diakses di laman *www.honestdocs.id* dilaman tersebut pelanggan dapat memesan obat secara online dan dapat berkonsultasi dengan dokter secara online. Pada era teknologi yang canggih ini menyediakan laman *website* untuk memesan produk atau berkonsultasi secara *online* sangat membantu perusahaan untuk berkembang dan lebih maju. karna tidak bisa dipungkiri budaya belanja online sangat diminati pada era teknologi yang canggih seperti saat ini.

Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang juga memiliki akun media social instagram @apotek\_rosarum\_cindo, yang mana di akun instagram apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang tersebut memuat postingan-postingan promosi tentang layanan yang ada di Apotek, dan informasi-informasi lain seputar Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo

Palembang. Fasilitas media social yang disediakan Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang untuk memudahkan pelanggan, jika akan melakukan konsultasi secara online atau memesan obat secara online memudahkan pelanggan saat akan membeli obat atau berkonsultasi dengan Apoteker.

Dengan metode dan langkah-langkah tersebut membuat pelanggan yang datang merasa cepat dilayani, sehingga tidak perlu menunggu lama untuk dilayani. Selain tujuan seperti yang telah dikemukakan di atas komunikasi antarpribadi juga memiliki beberapa manfaat. Manfaat pertama dapat menjalin hubungan yang baik dan positif antara pegawai Apotek dan para pelanggan yang sedang berkunjung ke Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang. Manfaat kedua komunikasi antarpribadi dapat berguna juga untuk menjalin hubungan yang baik antar pegawai dan pelanggan serta dapat menghindari konflik yang mungkin terjadi antara pegawai dan pelanggan. Manfaat ketiga komunikasi antarpribadi dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan bermasyarakat diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi. Jika pegawai Apotek melakukan komunikasi antarpribadi dengan calon pelanggan atau pelanggan dengan baik maka pegawai akan terhindar dari persepsi yang negatif seperti pegawai judes, tidak ramah, pendiam, tidak suka keributan dan lain-lain sehingga para pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang tepat dan ramah.

“petugas yang bekerja di bagian pelayanan/penjualan harus melayani dengan ramah. biasanya dimulai dengan sapaan dan tawaran bantuan serta diakhiri dengan ucapan terima kasih sebagai penutup. petugas juga diwajibkan sikap santun dan informatif dengan selalu berbicara dengan

bahasa yang baik “

Petugas Apotek juga diwajibkan untuk selalu cepat tanggap dalam menangani keluhan serta membantu mengatasi kesulitan pelanggan. Jika pelanggan tidak mampu menebus obat maka dicarikan obat yang sama dengan harga yang lebih terjangkau. keadaan tersebut perlu terus dipertahankan dan sedapat mungkin ditingkatkan karena keramahan petugas merupakan salah satu unsure pendorong untuk menimbulkan minat pelanggan sehingga melaksanakan pembelian.

### **3. Promosi Dan Edukasi**

Dalam rangka pemberdayaan masyarakat, apoteker harus memberikan edukasi apabila masyarakat ingin mengobati diri sendiri (swamedika) untuk penyakit ringan dengan memilihkan obat yang sesuai dan apoteker harus berpartisipasi secara aktif dalam promosi dan edukasi. Dalam hal ini apoteker ikut membantu diseminasi informasi, antara lain adalah dengan penyebaran brosur, poster penyuluhan dan lain-lainnya. . selain pelayanan swamedika, Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang juga memiliki pelayanan penyuluhan untuk masyarakat, pelayanan penyuluhan adalah Pemberian informasi kesehatan yang dilakukan oleh apoteker kepada sekelompok orang/komunitas untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan.

a. Masyarakat (*society*)

Masyarakat (*society*) adalah jejaring hubungan social yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat atau perkumpulan, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia pada proses pengambilan peran di tengah masyarakat atau perkumpulan.

“pegawai apotek kimia farma rosarum cindo Palembang, biasanya setiap bulan pasti melaksanakan agenda penyuluhan kepada masyarakat tentang kesehatan dan penggunaan obat, tetapi karena masih ada wabah covid-19 kita menghindari krumunan jadi untuk sementara ditiadakan, dan diganti dengan pemasangan poster atau peringatan untuk menjaga kesehatan di massa pandemic covid-19”



**Gambar 12. Himbauan untuk mencuci tangan**  
**Sumber : Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Himbauan untuk mencuci tangan yang ada di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang adalah untuk mengingatkan masyarakat agar tetap menjaga protokol kesehatan di massa pandemic covid-19 dengan rajin mencuci

tangan serta menjaga kesehatan tubuh.

“Dengan adanya poster ini ga sengaja lihat poster nya pada saat saya anter keluarga saya membeli obat, terus baca, pentingnya memakai masker pada saat pandemic seperti ini, dan penting sekali untuk mencuci tangan apalagi habis keluar rumah, mencuci tangan dengan sabun, tata cara mencuci tangan yang benar, ini sangat bermanfaat sekali, dan saya terapkan di kehidupan sehari-hari”.

Poster yang berisikan himbaun untuk pelanggan atau masyarakat tentang memakai masker dan rajin mencuci tangan diletakkan di depan ruang tunggu pelanggan, gunanya adalah agar pesan dari poster tersebut dapat dilihat banyak orang dan menjadi pengingat untuk masyarakat bahwa menggunakan masker dan mencuci tangan sangatlah penting di masa pandemic covid-19.



**Gambar 13. simbol (kata) himbauan penggunaan masker  
Sumber : Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Pada masa pandemic covid-19 seperti sekarang, yang mengharuskan masyarakat untuk menggunakan masker saat keluar rumah, Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang juga turut memberikan himbauan atau mengingatkan masyarakat untuk memakai masker dalam rangka upaya untuk menghentikan penyebaran virus corona. Poster tentang ajakan untuk masyarakat menggunakan masker dan rajin mencuci tangan adalah salah satu

bentuk peran pegawai apotek kimia farma rosarum Palembang dalam mengedukasi masyarakat di masa pandemic covid-19 agar menjaga kesehatan. Dalam hal ini Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang mengambil peran di tengah masyarakat. Pengambilan peran ditengah masyarakat/perkumpulan memerlukan komunikasi, komunikasi disini ialah komunikasi multi arah.

b. Pola komunikasi multi arah

Pola komunikasi multi arah adalah komunikasi yang berlangsung antara satu individu dengan beberapa individu yang lain yang saling berinteraksi seperti saat Apoteker sedang melaksanakan pelayanan swamedika kepada masyarakat banyak maka terjadilah komunikasi multi arah antara Apoteker dan masyarakat. Pola komunikasi multi arah adalah komunikasi yang berlangsung antara satu individu dengan beberapa individu yang lain yang saling berinteraksi.

Layanan kesehatan seperti Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang tidak terlepas dari kritik an saran (*complain*) dari pelanggan atau masyarakat. Ada dua jenis keluhan, keluhan biasa (*Common Complain*) dan keluhan yang berbahaya (*Critical Complain*).

1. Keluhan Biasa (*Common Complain*)

Keluhan terhadap kualitas pelayanan selama konsumen membeli obat di apotek seperti kemarahan, kecepatan, kelengkapan, harga bahkan kebersihan/keluhan semacam ini tentu tidak membahayakan keselamatan jiwa



konsumennya, tetapi bila tidak ditangani secara serius maka cepat atau lambat konsumen akan pindah ke Apotek lain yang lebih memperhatikan ekspektasinya.

## 2. Keluhan Yang Berbahaya

Keluhan terhadap kualitas pelayanan setelah konsumen membeli obat dari apotek seperti kualitas obat (rusak, tertukar, jumlah yang berkurang), efek samping yang dialami konsumen, yang dapat membahayakan konsumen. Bagi konsumen yang kritis, bila keluhan semacam ini tidak memperoleh tanggapan dari petugas apotek, maka apotek dapat mengalami masalah yang tentunya dapat menyebabkan kerugian yang besar seperti menghadapi tuntutan pengadilan.

## 3. Cara Penanganan Komplain (Untuk Komplain Biasa)

- a) Bila petugas kurang ramah dan pelayanannya lambat, maka petugas dibekali dengan pengetahuan seperti service excellent
- b) Bila perbekalan barang kurang lengkap dan harga terlalu mahal dibandingkan dengan apotek pesaing maka apotek harus melengkapi dan mengkaji ulang kebijaksanaan harga.
- c) Bila ruang tunggu/gedung terkesan kotor maka petugas dibekali dengan pengetahuan 5 s (Seiri: ringkas, Seiton: rapi, Seiso: resik, Seiketsu: rawat, Shitsuke: rajin)

## 4. Untuk Keluhan Berbahaya

### a. Jika Masalah Kualitas Obat

1. Menanyakan no resep dan tanggal

2. Melakukan pemeriksaan dan pencocokan, bila ternyata terjadi kesalahan maka apotek berkewajiban mengganti/menambah obat, dan bila terjadi kesalahpahaman maka petugas apotek harus menjelaskan persoalan tersebut dengan baik.

3. mencatat kasus ini Dalam buku *critical complaint form record*

b. Masalah Efek Samping

1. Informasikan untuk segera mengganti obat

2. Melaporkan ke dokter yang memberi resep

3. Mendengarkan rekomendasi dokter tentang alternative pengganti

4. Mencatat kasus ini Dalam buku *critical complaint form record*

4. Kepuasan Pelanggan

a. Tangible (bukti langsung)

Tangible atau bukti langsung adalah bagaimana perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang ada di Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang Sarana komunikasi pada apotek kimia farma rosarum Palembang cukup lengkap dan jelas, *website* dan media sosial instagram.



**Gambar.14. website kimia farma rosarum cindo Palembang**

**Sumber : [www.honestdocs.id](http://www.honestdocs.id)**

Tampilan depan *Website* Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang, pada halaman depan *website* terdapat layanan “Tanya dokter” layanan untuk bertanya atau berkonsultasi secara online dengan dokter, terdapat juga alamat lengkap serta nomor HP Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang, pada *Website* Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang juga terdapat ulasan atau tempat kritik dan saran bagi pelanggan apotek untuk Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang. dengan adanya sarana media social dan kontak Apotek yang jelas dan mudah diakses memudahkan masyarakat atau pelanggan untuk membeli obat di Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang.



**Gambar 15. Akun Media Sosial Instagram Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

Jasa pelayanan yang ada di Apotek Kimia Farma Rosarum cindo Palembang dapat dirasakan secara langsung oleh para pelanggan dengan menyediakan fasilitas fisik dan perlengkapan yang memadai. Para penyedia layanan kesehatan mampu bekerja optimal sesuai dengan keterampilan masing-masing. Pelayanan kesehatan dalam hal ini pelanggan akan menggunakan indranya (mata, telinga, hati, dan rasa) untuk menilai kualitas jasa pelayanan penerimaan pasien yang di tata rapi, bersih, nyaman, dilengkapi kursi, lantai keramik, tersedia TV dan peralatan kantor yang lengkap, serta seragam staff yang rapi, menarik, bersih.

**b. Reliability (keandalan)**

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

“saat saya ingin membeli obat di Apotek, pegawainya datang menyambut saya dan langsung bertanya, saya mau cari obat apa, jadi saya tidak perlu kebingungan mencari obat yang mau saya beli karna saya diarahkan oleh pegawainya”

Sikap pegawai Apotek yang ramah dan sigap saat pelanggan datang membuat pelanggan yang datang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang

c. Responsive

Responsive atau daya tanggap yaitu keinginan para staff Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.

“Saat ada pelanggan datang, kami harus siap tanggap melayani mereka, sesuai dengan SOP perusahaan juga, jangan sampai pelanggan jadi kecewa karena pelayanan kami yang kurang tanggap dan kurang ramah”.

Kemampuan petugas dalam menolong pelanggan dan kesiapannya melayani pasien sesuai prosedur standar yang dapat memenuhi harapan pelanggan.responsive merupakan penilaian mutu pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelayanan dari pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Palembang cenderung meningkat dari waktu ke waktu sejalan dengan kemajuan teknologi yang digunakan oleh Apotek Kimia Farma Cindo Palembang dan yang digunakan oleh pelanggan.nilai waktu bagi pelanggan menjadi semakin mahal karena masyarakat mulai merasakan kegiatan ekonominya semakin meningkat. time is money berlaku untuk menilai pelayanan kesehatan dari aspek ekonomi pelangganya. pelayanan yang responsive terhadap kebutuhan pelangganya, kebanyakan ditentukan oleh sikap pegawainya yang berhadapan langsung dengan pelanggan saat pertama

kali pelanggan datang. mereka secara langsung berhubungan dengan para pelanggan, baik melalui tatap muka, komunikasi non verbal, atau melalui telepon.

d. *Assurance* (Jaminan).

*Assurance* atau jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai atau staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

“kalau ada pasien datang, dan kami kurang paham dengan keluhan serta gejala yang dirasakan pasien, kami sarankan pasien untuk konsultasi dulu ke dokter, kemudian baru membawa resep obat dari dokter ke Apotek kami, karna kami disini Apoteker, jadi agar lebih jelas pasien agar berkonsultasi dulu ke dokter untuk mendiagnosis penyakit atau keluhan yang dirasakan oleh pasien”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang mengikuti SOP perusahaan, dengan tidak sembarangan memberikan obat kepada pasien yang datang, tapi harus dengan resep dokter.

”saya lebih percaya membeli obat di Apotek Kimia Farma, karena Kimia farma kan perusahaan milik Negara, lalu pegawai nya juga semua Apoteker sekolah tinggi, engga asal asal an memberi obat, kita diarahkan untuk konsultasi terlebih dahulu dengan dokter, baru diresepkan oleh dokter, tebus obat di Kimia Farma, terus jugo di Apotek Kimia Farma lebih lengkap obat obat nya”.

e. *Emphaty* (empati)

*Emphaty* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

“Di kimia farma ini bisa pesen obat via online, terus juga kalo pesen atau telpon cepet respon nya, lalu saya juga pernah konsultasi sama dokter via online, untuk sarana dan prasarana

menurut saya baik. terus juga ini kan lagi covid-19, disini lengkap ada tempat cuci tangan, tes suhu tubuh, dan juga duduk nya misalkan ngantri ada jarak sama pelanggan lain, saya kalo beli obat pasti ke Apotek Kimia Farma”.

*Emphaty*, kriteria ini terkait dengan rasa kepedulian dan perhatian khusus staf kepada setiap pelanggan. memahami kebutuhan mereka dan memberikan kemudahan untuk dihubungi kembali setiap saat jika para pelanggan ingin memperoleh bantuannya. peran pegawai Apotek sangat menentukan mutu pelayanan karena mereka langsung dapat memenuhi kepuasan paraa pelanggannya

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi pegawai apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik yang memiliki elemen *mind, self, and society*. *Mind* (pikiran), pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang menggunakan simbol untuk berinteraksi dengan pelanggan yang datang, simbol tersebut ditempelkan di tempat yang terjangkau dilihat oleh pelanggan yang datang, *Self* (diri) sikap pegawai saat melayani pelanggan yang datang, sikap pegawai saat menghadapi keluhan dari pelanggan, mendengarkan keluhan pasien/pelanggan. *Society* (masyarakat) hubungan sosial yang dibangun oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang di tengah masyarakat yaitu berupa pelayanan swamedika dan penyuluhan, pelayanan swamedika adalah dimana Apoteker ikut membantu diseminasi informasi, antara lain adalah dengan penyebaran brosur, poster penyuluhan dan lain-lainnya. Sedangkan pola komunikasi yang digunakan oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang adalah komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, komunikasi multi arah.

Komunikasi satu arah adalah penyampaian informasi yang dilakukan oleh pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dengan menggunakan media. Media yang dimaksud adalah simbol, telepon, dan



kalimat peringatan yang di tempel yang dapat dibaca secara langsung oleh para pelanggan yang datang. Pola komunikasi dua arah, komunikasi dua arah adalah Pola komunikasi dua arah berupa komunikasi yang saling bergantian memberikan informasi atau dapat dikatakan komunikasi antar pribadi, komunikasi dua arah terjadi saat pegawai apotek melayani pelanggan yang datang. Pola komunikasi multi arah, Pola komunikasi multi arah adalah komunikasi yang berlangsung antara satu individu dengan beberapa individu yang lain yang saling berinteraksi, seperti saat apoteker sedang melaksanakan pelayanan swamedika penyuluhan kesehatan kepada masyarakat maka terjadilah komunikasi multi arah antara apoteker dan masyarakat.

Dengan menerapkan pola komunikasi tersebut dengan pelayanan yang terstruktur dengan pola komunikasi yang baik dan jelas membuat pelanggan yang datang ke Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai apotek.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pola komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, peneliti memiliki 3 saran yaitu:

1. Diharapkan pegawai apotek memberikan pelayanan penyuluhan kepada masyarakat secara langsung dengan menerapkan protokol kesehatan. karena sangat lebih efektif jika memberikan penyuluhan secara langsung kepada masyarakat tentang informasi-informasi seputar kesehatan dan penggunaan obat.

2. Diharapkan kepada masyarakat yang melihat poster tentang penyuluhan kesehatan untuk tidak hanya membacanya saja tetapi juga menerapkannya di kehidupan sehari-hari.
3. Diharapkan untuk Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang untuk lebih aktif lagi dalam penggunaan media sosial seperti instagram, memuat informasi-informasi penting mengenai kesediaan obat di apotek dan penyuluhan serta edukasi tentang kesehatan melalui media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Cangara, Hafied (2014). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT, Raja Grafindo Persada.

Efriza. Indrawan, Jerry. (2018). *Komunikasi Politik Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*, Jawa Timur : Intrans Publishing.

Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya.

Liliweri, Alo. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss (2018). *Teori Komunikasi Theories Of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

Liliweri, Alo (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Mulyana, Deddy. (2019). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nurudin (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Riinawati (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Werner J. Servin dan James W. Tankard (2011) *Teori Komunikasi, sejarah metode dan terapan di dalam media massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

**Jurnal :**

Hayati, Nurul & Anisah, Nur (2018).

Pola Komunikasi Dokter Bedah Umum dan Pasien dalam proses penyembuhan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, Volume III, Nomor II, Hal 329-341.

Fadli, Ifad & Zakiah, Kiki (2020)

Pola Komunikasi Dokter dan Pasien dalam Proses Penyembuhan Melalui Aplikasi “HaloDoc”. *Jurnal Prodi Ilmu Journalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi*. Universitas Islam Bandung. Volume XI, Nomor I, Hal 80-83.

Adityawati, Rina., Elmiawati Latifah., & Widarika Santi Hapsari. (2016).

Evaluasi Pelayanan Informasi Obat pada Pasien Rawat Jalan di Instalasi Farmasi Puskesmas Grabag I. *Jurnal Farmasi Sains dan Praktis*, Volume I, Nomor 2, Hal. 6-10.

Handaka, Tatag., Dessy Trisilowaty., & Hetti Mulyaningsih (2016). Pola

Komunikasi Kesehatan Masyarakat Pedesaan di Jawa Timur. *Sosiohumaniora*, Volume XVIII, Nomor 01, Hal. 71-75.

Sarmadi. (2017). Identifikasi Komunikasi Efektif Antara Tenaga Teknis Kefarmasian dengan Pasien di Beberapa Apotek Wilayah Kecamatan Kemuning Kota Palembang. *JPP (Jurnal Kesehatan Palembang)*, Volume XII, Nomor 1, Hal. 1-7.

Sondakh, Rachel., Antonius Bohara., Stefi H. Harilama. (2017). Pola Komunikasi Guru dalam Proses Belajar Anak Down Sindrom di Yayasan Pendidikan Anak Cacat Malalayang. *E-Journal*, Volume VI, Nomor 1, Hal. 1-15.

Nunuk herawati (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan puskesmas terhadap kepuasan pasien*

Nina Siti (2011). *Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*

### **Undang-Undang :**

Departemen Kesehatan RI. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.

### **Internet :**

<http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/download/1886/1327>

diakses pada 24 November 2020.

[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/08/Jurnal%20Komunikasi%20(Hendri%20Gunawan%20-%200802055311)%20(08-27-13-09-03-58).pdf)

[content/uploads/2013/08/Jurnal%20Komunikasi%20\(Hendri%20Gunawan%20-%200802055311\)%20\(08-27-13-09-03-58\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/08/Jurnal%20Komunikasi%20(Hendri%20Gunawan%20-%200802055311)%20(08-27-13-09-03-58).pdf) diakses 26 juli 2021.

<http://ejournal2.litbang.kemkes.go.id/index.php/jki/article/view/2916> di akses pada 26 juli 2021.

## LAMPIRAN



**Gambar 1.**

**Foto peneliti dengan Penanggung Jawab Apoteker Kimia Farma (Ibu Appelwangi) Rosarum Cindo Palembang**

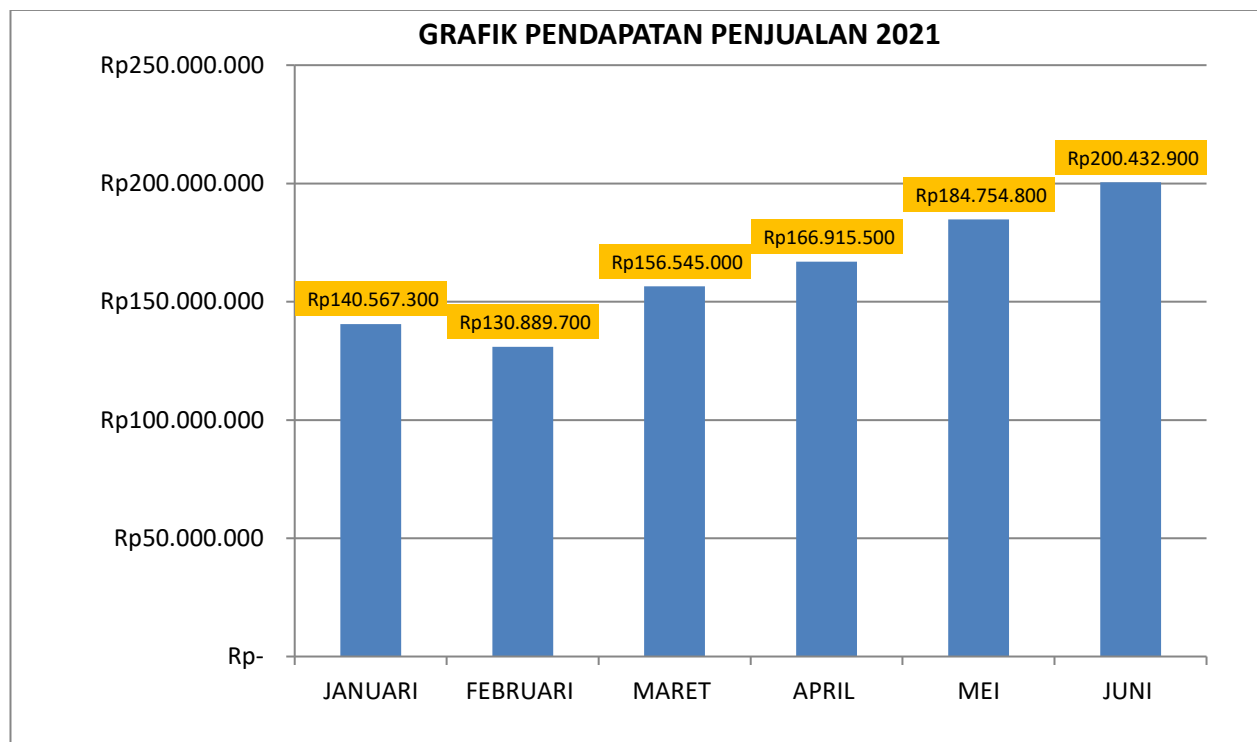


**Gambar 2.**

**Salah satu simbol (tanda baca) di Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**



**Gambar 3.**  
**Foto dengan Pelanggan Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**



**Gambar 4.**  
**Grafik Pendapatan bulan januari-bulan juni 2021 Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo Palembang**

NO	TAHUN/BULAN	JUMLAH PENDAPATAN
1	JANUARI	Rp 140,567,300
2	FEBRUARI	Rp 130,889,700
3	MARET	Rp 156,545,000
4	APRIL	Rp 166,915,500
5	MEI	Rp 184,754,800
6	JUNI	Rp 200,432,900



### Data Wawancara

1. Bagaimana strategi apotek dalam mempersuasi pelanggan dengan menggunakan simbol?
2. Bagaimana strategi simbol agar mudah dipahami oleh pelanggan?
3. Hal-hal apa saja yang di persiapkan interpersonalitas pegawai dalam melayani pelanggan?
4. Bagaimana sikap membangun personalitas pegawai apotek dalam mengembangkan bisnis transaksi terhadap pelanggan?
5. Bagaimana kesiapan fasilitas yang mendukung dalam proses transaksi dan komunikasi ?
6. Bagaimana pegawai apotek mengkonstruksi customer dalam mengembangkan pilihan (obat) ?
7. Bagaimana sikap pegawai apotek dalam mendapat keluhan dan membimbing customer dalam dunia kesehatan ?



Palembang, 3 Februari 2020

Nomor : -  
Perihal : Izin untuk melakukan penelitian

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
Di Tempat

Dengan hormat

Berdasarkan surat nomor B.171/Un.09/VIII/TL.0101/2021 Tanggal 2 februari 2021  
Perihal Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa :

Nama : Ari Kusnanda  
NIM : 1657010133  
Semester : IX (Sembilan)  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Pegawai Apotek Kimia Farma Rosarum Cindo  
Palembang Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat kami terima  
untuk melaksanakan penelitian di perusahaan kami.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan  
terima kasih

Hormat saya  
  
Jl. Letkol Iskandar 222 P1g  
Appelwangi, S.Farm, Apt.