



Persepsi Pasien Tentang Komunikasi Interpersonal Front Desk dalam Pelayanan Pelanggan di Rumah Sakit Sumatera Eye Center Medan *Patient Perceptions About Interpersonal Communication Front Desk in Customer Service at the Medan Sumatra Eye Center Hospital*

Nurul Tiara Baiti¹⁾*, Effiati Juliana Hasibuan²⁾, Agung Suharyanto³⁾

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan
Area, Indonesia

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan
Area, Indonesia

Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas
Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pasien tentang komunikasi interpersonal *front desk* di Rumah Sakit *Sumatera Eye Center* Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menjadikan 5 (lima) orang pasien Rumah Sakit *Sumatera Eye Center* sebagai informan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa para pasien yang berobat di Sumatera eye center, mendapatkan pelayanan yang baik dan ramah. Komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh front desk di Rumah Sakit *Sumatra Eye Centre* Medan tidak hanya bersifat verbal tetapi juga non verbal yang meliputi pesan kinesik dan paralinguistik. Komunikasi non verbal yang dipergunakan untuk memperkuat pesan-pesan verbal sehingga komunikasi lebih kaya. Persepsi pasien tentang komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh front desk Rumah Sakit Sumatra Eye Centre terbilang cukup baik. Walaupun ditemukan beberapa hal yang dianggap pasien belum atau kurang maksimal dan pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *front desk* yang selalu bisa memberikan informasi dengan baik. Disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal diterapkan oleh *front desk* di Rumah Sakit *Sumatra Eye Centre* Medan bersifat verbal dan non verbal yang meliputi pesan kinesik dan paralinguistik, ditemukan beberapa hal yang belum atau kurang maksimal dan pasien merasa puas dengan pelayanan oleh diberikan *front desk* yang bisa memberikan informasi dengan baik.

Kata Kunci: Persepsi, Pasien, Komunikasi interpersonal, *Front desk*

Abstract

This study aims to determine patient perceptions about front desk interpersonal communication at the Medan Hospital of Sumatra Eye Center. This study used a qualitative descriptive research method by making 5 (five) patients at the Sumatra Eye Center Hospital as informants. Based on the research conducted, it was found that the patients who were treated at the Sumatra Eye Center received good and friendly service. The interpersonal communication applied by the front desk at the Sumatra Eye Center Hospital in Medan is not only verbal but also non-verbal which includes kinesic and paralinguistic messages. Non-verbal communication is used to strengthen verbal messages so that communication is richer. Patients' perceptions about interpersonal communication carried out by the front desk of the Sumatra Eye Center Hospital are quite good. Although it was found several things that the patient considered were not optimal or not and the patient was satisfied with the services provided by the front desk which was always able to provide good information. It was concluded that the interpersonal communication applied by the front desk at the Medan Hospital Sumatra Eye Center was verbal and non-verbal which included kinesic and paralinguistic messages, it was found that there were some things that had not been or were not optimal and the patients were satisfied with the services provided by the front desk which could provide information with well.

Keywords: Perception, Patient, Interpersonal Communication, Front desk.

How to Cite: Baiti, N.T. Hasibuan, E.J. & Suharyanto, Agung. (2020). Persepsi Pasien Tentang Komunikasi Interpersonal Front Desk dalam Pelayanan Pelanggan di Rumah Sakit Sumatera Eye Center Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(2) 2020: 86-94,

*E-mail: nurultiarabaiti@gmail.com

ISSN 2550-1305 (Online)



PENDAHULUAN

Setiap orang tentu memiliki pandangan atau pendapatnya masing-masing di dalam melihat sebuah hal yang sama. Perbedaan pendapat serta pandangan ini tentu saja akan ditindaklanjuti dengan respon dan tindakan yang berbeda. Pandangan ini lah yang kemudian disebut dengan sebuah persepsi. Persepsi dari seseorang akan menentukan bagaimana caranya memandang sebuah dunia. Menurut Suranto (2010) dalam Napitupulu dkk., (2017) persepsi adalah proses internal yang mana telah diakui oleh individu ketika menyeleksi dan mengatur stimuli yang berasal dari luar. Stimuli ini ditangkap oleh indera yang dimiliki seseorang, kemudian secara spontan perasaan dan pikiran individu akan memberikan makna dari stimuli yang ada tersebut. Secara sederhana, dapat dikatakan jika persepsi adalah proses individu dalam memahami hubungan atau kontak dengan dunia yang ada di sekelilingnya.

Komunikasi interpersonal dalam sebuah perusahaan dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan tidak hanya mewakili diri dari karyawan sendiri tapi juga mewakili atau representasi dari perusahaan, maka komunikasi interpersonal harus dilakukan sesuai standar yang ada di perusahaan tersebut sehingga *images* perusahaan dapat terlihat dari karyawan. Komunikasi interpersonal juga menjadi faktor yang berperan dalam menjalin hubungan atau relasi dengan seluruh stakeholder yang terkait dengan keberlangsungan suatu perusahaan.

Komunikasi dapat dimaknai sebagai jalannya proses dimana seseorang maupun sekelompok orang menciptakan serta menggunakan sejumlah informasi agar saling terhubung dengan lingkungan sekitar. Secara umum komunikasi dapat dilakukan secara verbal serta dapat dipahami oleh kedua belah pihak berkaitan. Secara singkat tujuan komunikasi adalah sebagai berikut: 1) Agar hal yang disampaikan bisa dimengerti dengan cukup baik; 2) Agar mampu memahami maksud perkataan orang lain; 3) Agar ide, gagasan maupun pemikiran pribadi dapat diterima orang lain terutama dalam gelaran rapat tertentu; 4) Penggerak orang lain untuk mengerjakan sesuatu. Misalnya, kegiatan kerja bakti, sosialisasi dan sebagainya (Sembiring, 2016).

Dalam kesuksesan sebuah perusahaan, pelayanan telah menjadi hal yang wajib. Mereka pun menyadari bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya sekedar menjual produk tetapi menyangkut pelayanan dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut. Komunikasi dalam sebuah perusahaan, baik secara internal maupun eksternal diharapkan pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada *stakeholder* perusahaan termasuk pelanggan dapat diterima dengan baik sehingga menimbulkan *image* atau citra yang baik di mata *stakeholder*. Untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan, dapat dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan mempunyai standar-standar pelayanan khusus yang menjadi ciri khas dari perusahaan tersebut terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk memberi pedoman bagi karyawan-karyawannya dalam melayani pelanggan.

Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam memberikan layanan komunikasinya, baik dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti *Sumatera*

Eye Center yang bergerak di bidang jasa kesehatan bagi orang-orang yang ingin merawat kesehatan matanya. *Sumatera Eye Center* adalah perusahaan yang bertujuan untuk memberikan layanan kesehatan mata kepada seluruh lapisan masyarakat.

Strategi komunikasi interpersonal bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa merawat kesehatan mata, seperti *Sumatera Eye Center* dianggap penting. Salah satunya yaitu dapat menekankan dan menegakkan *image* perusahaan melalui pelayanan terhadap pasien dengan menerapkan sistem pelayanan *front desk*. Hal ini disebabkan sifat jasa yang sulit diidentifikasi atau *intangibile* (tidak berwujud) sebelum kita membelinya, tidak seperti produk barang yang biasa dicoba.

Dalam meningkatkan reputasi rumah sakit *Sumatera Eye Center*, terdapat beberapa hal yang mendorong kesuksesan rumah sakit tersebut salah satunya pegawai *front desk*. *Front desk* merupakan cerminan sebuah perusahaan, dan menjadi pusat informasi tentang seluk beluk perusahaan tersebut.

Cara berkomunikasi seorang *front desk* merupakan hal terpenting dalam menjaga nama baik perusahaan. Di rumah sakit *Sumatera Eye Center*, seorang *front desk* diwajibkan berkomunikasi yang baik kepada pasien agar pasien tersebut merasa nyaman dan yakin terhadap pelayanan dan perawatan yang diberikan rumah sakit *Sumatera Eye Center*. Terdapat beberapa tahapan-tahapan dalam pelayanan *front desk* di rumah sakit *Sumatera Eye Center* yaitu: 1) *Front desk* diwajibkan selalu memberi salam kepada pasien pada saat pasien masuk; 2) *Front desk* juga diwajibkan selalu tersenyum dan ramah kepada pasien; 3) *Front desk* harus menggunakan tutur bahasa yang sopan dan lembut agar pasien dapat memahami apa yang diinformasikan kepada pasien.

Melihat reputasi *Sumatera Eye Center* yang merupakan salah satu rumah sakit mata terbesar di Indonesia dengan pelayanan terbaik bagi pasien. Hal inilah yang akan peneliti uji untuk penelitian. Hal utama yang perusahaan lakukan adalah mengadakan analisa tentang kegiatan komunikasi interpersonal yang diterapkan dan mengembangkan teknik atau strategi komunikasi yang kompetitif yang dapat diterapkan untuk mengelola dan membuat perusahaan bertahan di era persaingan saat ini. Secara sederhana komunikasi yang baik merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan manusia. Dalam dunia bisnis komunikasi interpersonal diartikan sebagai meningkatkan kemampuan seseorang sebagai komunikator bisnis memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pasien tentang komunikasi interpersonal *front desk* di Rumah Sakit Sumatera eye center Medan.

METODE PENELITIAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014) dilakukan secara interaktif melalui proses data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan).

Menurut Arikunto (2006) sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif sampel sumber data dipilih, dan

mengutamakan perspektif emic, artinya mementingkan pandangan informan yakni bagaimana mereka memandang dan menafsirkan dunia dari pendiriannya. Peneliti tidak bisa memaksakan kehendaknya untuk mendapatkan data yang diinginkan.

Teknik data adalah cara yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu: 1) Wawancara, metode wawancara merupakan pertemuan dua orang dimana seorang peneliti dapat melakukan face to face interview (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan Creswell (2010). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam dengan pasien rumah sakit Sumatera Eye Center secara langsung. Wawancara dilakukan untuk mengetahui aktivitas-aktivitas (komunikasi interpersonal secara verbal dan non verbal) yang dilakukan subjek penelitian yaitu front desk dan pasien Sumatera Eye Center; 2) Observasi diartikan sebagai kegiatan dimana seseorang peneliti langsung turun kelapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu dilokasi penelitian (Creswell, 2010). Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah melalui interaksi (perilaku) dan percakapan (*conversation*). Artinya selain perilaku non verbal juga mencakup perilaku verbal dari subjek penelitian. Hal-hal yang diamati dari front desk dan pasien yang menjadi subjek penelitian mencakup: a) Kegiatan-kegiatan yang dilakukan, b) Bahasa yang digunakan formal atau informal, c) Gerakan tubuh dan ekspresi wajah yang diperlihatkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan merupakan metode observasi dimana periset hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang di riset, baik kehadirannya diketahui atau tidak (Kriyantono, 2008); 3) Metode dokumentasi suatu tehnik dimana data diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada benda tertulis seperti buku-buku, makalah, buletin dan sebagainya. Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk mendapatkan data profil Rumah Sakit Sumatera Eye Center dan dokumentasi berupa foto dan video pada saat wawancara.

Menurut Sukardi (2012) mengemukakan bahwa instrumen penelitian berguna untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti saat melakukan pengumpulan informasi di lapangan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar observasi, kamera handphone untuk metode observasi sarta pedoman wawancara untuk metode wawancara.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi yang akan diteliti, namun yang lebih ditekankan adalah kedalaman (kualitas data) bukan banyaknya (kuantitas) data Kriyantono (2006). Menurut Nawawi dalam Creswell (2010), metode deskriptif ialah pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan suatu subjek dan objek penelitian

seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seorang pengirim pesan atau yang disebut sebagai komunikator kepada penerima pesan/sasaran yang disebut sebagai komunikan baik secara langsung melalui lisan maupun secara tidak langsung dengan menggunakan media, yang bertujuan untuk mempengaruhi pemikiran orang lain, mengubah sikap, dan mempengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu. Komunikasi juga dapat disebut sebagai proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun melalui media. Media komunikasi dapat berupa media cetak (koran, majalah, pamflet, banner, dll) dan media elektronik (radio, televisi, internet) (Simanjuntak, 2016).

Dalam komunikasi interpersonal, agar terjadi suatu proses komunikasi yang efektif antara komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan) haruslah mampu menciptakan suatu interaksi sebagai suatu bentuk hubungan antara kedua belah pihak untuk saling pengaruh mempengaruhi agar menghasilkan suatu persepsi yang sesuai dengan sensasi indra yang menerimanya, agar komunikan menaruh respon positif terhadap suatu pesan yang diterimanya (Ritonga & Effiati, 2016).

Peristiwa yang sama bisa ditanggapi dengan berbeda-beda, sesuai dengan keadaan pribadi seseorang itu sendiri. Dengan demikian secara psikologis setiap orang akan mempersepsi stimuli dengan karakteristik personalnya. Dalam ilmu komunikasi apabila kita berkata tentang sesuatu, pesan akan diberi makna berlainan oleh orang yang berbeda. *Word don't mean people mean* (kata-kata tidak mempunyai makna, oranglah yang memberi makna).

Komunikasi interpersonal yang terjadi antara *Front Desk Sumatera Eye Center* dengan pasien merupakan komunikasi Interpersonal yang mengandalkan komunikasi Verbal dan Non Verbal (kinesik dan paralinguistik).

Komunikasi Verbal

Kejelasan dalam berbicara juga merupakan hal yang paling penting dalam proses komunikasi antara komunikator dan komunikan. Dalam penelitian ini, *front desk* diharuskan memiliki tutur bahasa yang halus dan tertata agar penyampaian informasi yang dilakukan *front desk* kepada pasien dapat berjalan dengan baik dan dapat dipahami dengan jelas.

Persepsi yang disampaikan oleh masing-masing pasien terbilang cukup baik. Terdapat lima nara sumber yang memberikan tanggapan dengan nilai positif. Salah satunya terhadap komunikasi interpersonal secara verbal yang dilakukan oleh *Front Desk* mengenai cara penyambutan dengan mengucapkan salam, memberikan bantuan dengan pertanyaan dan dengan ekspresi yang menunjukkan sikap antusias *Front Desk* kepada pasien.

Sikap antusias yang ditunjukkan *front desk* terlihat jelas dalam proses penyampaian yang dilakukan *front desk* ketika menyambut pasien dengan intonasi suara yang bersemangat, menunjukkan komunikasi Interpersonal yang terjadi cukup efektif. Dapat terlihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan. Informan I mengatakan:

“setiap prosedur yang dilakukan oleh *front desk* telah dilakukan secara baik, dalam segi verbal maupun nonverbal. Mulai dari menyambut pasien dengan ucapan salam yang sopan dan ramah, serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti”.

Dan menurut informan II:

“Dalam penyambutan, *front desk* menyambut dengan baik, yaitu mengucapkan selamat pagi, siang, sore atau malam dengan sopan dan tersenyum ramah”.

Menurut informan III :

“*Front desk* menyambut pasien dengan mengucapkan selamat pagi, siang, sore, atau malam seperti biasa dan dalam proses pendaftaran, *front desk* menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan jelas”.

Informan IV mengatakan:

“*Sumatera Eye Center* sudah terkenal dengan pelayanan yang baik. Dari awal sampai selesai perawatan, tidak pernah mengecewakan. Saya tetap disambut dengan antusias, sopan dan ramah walaupun terkadang terlihat capai dan lesu”.

Sedangkan informan V berpendapat:

“Dari kata penyambutan sampai mempersilahkan duduk, mereka menggunakan bahasa yang mudah saya pahami dan cara berbicara mereka pun sopan dan ramah”.

Setiap hasil wawancara mulai dari informan I sampai informan V, tidak ada satupun yang kecewa dengan pelayanan di Rumah Sakit *Sumatera Eye Center*. Misalnya saja tentang bagaimana sikap seorang *front desk* terhadap pasien, walaupun terdapat beberapa tanggapan yang masih terkesan biasa-biasa saja seperti mimik wajah yang kurang berseri, ekspresi wajah yang kurang bersemangat ataupun gerakan salah satu anggota tubuh yang tidak selaras antara mata, tangan, dan lisan. Namun selama ini pasien masih merasa puas dan tidak merasa sedikitpun tidak terlayani dengan baik.

Komunikasi Non verbal

Menurut Ducan dalam Rakhmat (2012), komunikasi Non Verbal terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu : a. Kinesik yaitu menggunakan gerakan tubuh yang berarti-terdiri dari beberapa jenis: 1) Pesan fasial menggunakan mimik wajah untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad.



Gambar 1: Seorang front desk yang melakukan komunikasi (penyampaian pesan) secara kinesik (fasial).
Sumber gambar, data observasi penelitian dilapangan

Dalam gambar terlihat seorang *front desk* yang melakukan komunikasi dengan ekspresi wajah yang menunjukkan raut wajah tersenyum ramah kepada pasien, merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memberikan efek positif bagi pasien.

Setiap hasil wawancara mulai dari informan I sampai informan V, tidak ada satupun yang kecewa dengan pelayanan di Rumah Sakit Sumatera *Eye Center*. Misalnya saja tentang bagaimana sikap seorang *front desk* terhadap pasien, walaupun terdapat beberapa tanggapan yang masih terkesan biasa-biasa saja seperti mimik wajah yang kurang berseri, ekspresi wajah yang kurang bersemangat ataupun gerakan salah satu anggota tubuh yang tidak selaras antara mata, tangan, dan lisan. Namun selama ini pasien masih merasa puas dan tidak merasa sedikitpun tidak terlayani dengan baik.

2) Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Menurut Galloway, pesan gestural kita gunakan untuk mengungkapkan mendorong/membatasi, menyesuaikan/mempertentangkan, responsif/tak responsif, perasaan positif/negatif, memperhatikan/tidak memperhatikan, melancarkan/tidak reseptif, menyetujui/menolak (Thariq, 2017).



Gambar 2: Seorang *front desk* sedang menunjukkan daftar dokter kepada pasien dengan menggunakan tangan.

Sumber gambar, data observasi penelitian dilapangan

Gerakan diatas merupakan salah satu bentuk komunikasi non verbal secara gestural. Gerakan ini juga berpengaruh dalam persepsi pasien tentang sikap kesopanan dari seorang *front desk*. Pada gambar diatas, *front desk* sedang menunjukkan gambar dokter kepada pasien dengan menggunakan seluruh jarinya, bukan hanya dengan jari telunjuk ataupun jari tengah.

3) Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan.



Gambar 3: seorang *Front Desk* sedang melakukan penyambutan terhadap pasien dengan cara berdiri.
Sumber gambar, data observasi penelitian dilapangan

Pada gambar di atas, *front desk* melakukan komunikasi non verbal secara postural, yaitu dengan melakukan gerakan berdiri pada saat pasien datang menghampiri *front desk*. Sikap ini merupakan hal yang wajib dilakukan oleh *front desk* karena sikap inilah yang dilakukan pertama kali oleh *front desk* sebelum berinteraksi dengan pasien. Beberapa informan beranggapan bahwa terdapat situasi-situasi yang merupakan situasi yang wajar ketika seorang *front desk* tidak selalu bisa memberikan sesuatu yang terbaik dikarenakan beberapa hal yang mengharuskan seorang *front desk* bekerja dengan cepat diwaktu-waktu tertentu.

4) Paralinguistik adalah pesan non verbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Dimana pesan yang disampaikan akan memiliki makna yang berbeda jika diucapkan dengan cara yang berbeda karena nada, kualitas suara, kecepatan, dan ritme. Dari hasil wawancara peneliti melihat bahwa persepsi pasien terhadap hal ini hampir keseluruhannya memiliki tanggapan dengan nilai yang baik.

Dari semua standar pelayanan terhadap pasien, hampir keseluruhannya telah dijalankan *front desk*. pasien menilai bahwa semua hal yang dibutuhkan pasien tersedia dan akan disajikan secara informatif dan sangat mudah dipahami, walaupun ada beberapa pasien yang masih bingung dengan beberapa penjelasan dari *front desk*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh *front desk* di Rumah Sakit *Sumatra Eye Centre* Medan tidak hanya bersifat verbal tetapi juga non verbal yang meliputi pesan kinesik dan paralinguistik. Komunikasi non verbal yang dipergunakan untuk memperkuat pesan-pesan verbal sehingga komunikasi lebih kaya. Persepsi pasien tentang komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *front desk* Rumah Sakit *Sumatra Eye Centre* terbilang cukup baik. Walaupun ditemukan beberapa hal yang dianggap pasien belum atau kurang maksimal, akan tetapi pasien memahami dan memaklumi hal tersebut. Dan sejauh ini pasien masih

merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *front desk* yang selalu bisa memberikan informasi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
Creswell, J. W. 2010. *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
Jakarta: Rineka Cipta.
Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
Napitupulu. M.A. Hasibuan, E.J. & Hidayat, T.W. (2017). Persepsi Tenaga Kerja Indonesia Terhadap Gaya Komunikasi Instruktur dalam Memberikan Pembekalan Materi. *PERSPEKTIF*, 6 (1): 13-17.
Ritonga, S.A. dan Effiati J.H, (2016), Komunikasi Interpersonal Guru dan Siswa dalam Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Autis di SLB Taman Pendidikan Islam (TPI) Medan, *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study*. 2 (2): 188-199
Sembiring, J.P., (2016), Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung, *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study*, 2 (1): 134-155
Simanjuntak, R.D., (2016), Pelayanan Kesehatandalam Pendekatan Komunikasi Antar Budaya (Studi Fenomenologi Pelayanan Kesehatan Dokter Kepada Pasien Di RSUP H. Adam Malik Medan), *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study*, 2 (2): 156-166
Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
Thariq, M. (2017), Membangun Ketahanan Keluarga Dengan Komunikasi Interpersonal, *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study*, 3 (1): 34-44.