
Peran Komunikasi Pemasaran Pengobatan Alternatif dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat

Angelia Putriana

Universitas Imelda Medan, Medan, Indonesia
angel93putriana@gmail.com

Abstract

This thesis contains research on the Role of Medicine Marketing Communication Alternative in Increasing Public Trust. This research aims to knowing the role of Accurate Health's alternative medicine marketing communication Center on the blog in increasing patient confidence. This research uses the method qualitative descriptive research, the data collection technique used is interview depth, literature, observation and documentation. Data analysis techniques using reduction, data presentation and drawing conclusions. To test the validity of this research using triangulation by comparing. The subject of this research is Fudin Pang, Akp, S.Psi, M.Psi and Accurate Health Center patients and the object is the role of Accurate Health Center marketing communications on the level of patient trust. The theory that use, communications, marketing communications, communication technology and trust. The results of this study indicate that the role of marketing communication in blogs has good role and very effective because of developing communication technology makes it easier for users to obtain information without looking at the user's status, everyone have also been able to manage existing new media (internet) communication technology and making each user more flexible. Through this research, it is also known that Each patient has their own level of trust and has their own way to convince themselves in their decision to take treatment.before deciding to do alternative medicine at Accurate Health Center

Keywords : *Marketing Communication, Communication Technology, Trust*

Abstrak

Skripsi ini berisi penelitian mengenai Peran Komunikasi Pemasaran Pengobatan Alternative dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi pemasaran pengobatan alternatif Accurate Health Center di blog dalam meningkatkan kepercayaan pasien. Penelitian ini menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, kepustakaan, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan penelitian ini menggunakan triangulasi dengan cara membandingkan. Subjek dari penelitian ini adalah Fudin Pang, Akp, S.Psi, M.Psi dan pasien Accurate Health Center dan objeknya yaitu peran komunikasi pemasaran Accurate Health Center pada tingkat kepercayaan pasien. Teori yang digunakan, komunikasi, komunikasi pemasaran, teknologi komunikasi dan kepercayaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunikasi pemasaran di blog mempunyai peran yang baik dan sangat efektif karena teknologi komunikasi yang berkembang

memudahkan pengguna memperoleh informasi tanpa melihat status pengguna, setiap orang juga sudah mampu mengelola teknologi komunikasi new media (internet) yang ada dan menjadikan setiap pengguna lebih fleksibel. Melalui penelitian ini juga diketahui bahwa setiap pasien memiliki tingkat kepercayaan masing-masing dan mempunyai cara sendiri untuk meyakinkan diri mereka dalam memutuskan untuk melakukan pengobatan. sebelum memutuskan melakukan pengobatan alternatif di Accurate Health Cente

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Teknologi Komunikasi, Kepercayaan

PENDAHULUAN

Pengobatan alternatif di Indonesia bukanlah hal yang asing lagi bagi masyarakat di Indonesia. Pengobatan alternatif menjadi salah satu pengobatan yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini. Sejak dahulu, pengobatan alternatif ini diberikan secara turun temurun. Mulai dari pengobatan herbal, orang pintar atau orang terpendang dimasyarakat, serta berdasarkan nilai agama. Pengobatan alternatif atau tradisional masih digunakan oleh sebagian besar masyarakat bukan hanya karena kekurangan fasilitas pelayanan kesehatan formal yang terjangkau melainkan lebih disebabkan oleh faktor-faktor budaya Indonesia yang masih kuat kepercayaannya terhadap pengobatan alternatif. Budaya yang melekat pada individu mempengaruhi bagaimana individu itu berpikir dan bertindak. Di Indonesia pun banyak sekali jenis-jenis pengobatan alternatif yang tersedia sehingga memudahkan masyarakat dalam menggunakan jasa pengobatan tersebut. Selain itu adanya kepercayaan individu terhadap upaya pengobatan dan pelayanan kesehatan yang dikemukakan oleh Rosenstock (dalam Agusmarni, 2012) yaitu tentang Health Belief Model. Merupakan suatu model yang dikembangkan untuk menjelaskan tindakan yang berhubungan dengan kesehatan dengan memfokuskan pada kognitif. Dimana individu siap melakukan suatu tindakan terhadap bahayanya penyakit tersebut serta persepsi individu terhadap kemungkinan yang terjadi bila terserang penyakit tersebut misalnya kecacatan dan dijauhin oleh lingkungan sosialnya. Penilaian individu terhadap manfaat pengobatan tersebut dan membandingkan persepsi terhadap pengorbanan yang harus dilakukan untuk melakukan pengobatan tersebut misalnya tenaga, fisik, dan lain-lain. Pengobatan alternatif sudah merupakan budaya dalam masyarakat Indonesia serta cukup memberikan hasil yang baik dan ada beberapa pasien yang sembuh dalam pengobatan alternatif. Biaya kesehatan di rumah sakit tergolong cukup mahal sehingga masyarakat lebih memilih pengobatan alternatif. Dalam hal ini yang patut diperhatikan adalah asal usul dari individu yang membuka pengobatan alternatif tersebut. Banyak oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang mengatas namakan agama dalam pengobatan alternatif. Sehingga banyak masyarakat yang tertipu oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Masyarakat harus pintar memilih dan menentukan pengobatan alternatif, serta pemerintah yang bisa meringankan biaya kesehatan untuk masyarakat di Indonesia yang cukup mahal. Sehingga masalah ini tidak terus terjadi di masyarakat. Pengobatan Alternatif merupakan salah satu upaya pengobatan yang pengobatannya dilakukan di luar ilmu kedokteran yang saat ini cukup sering di jumpai. Pengobatan alternative adalah segala jenis pengobatan dengan menggunakan metode pengobatan non medis atau juga diartikan sebagai jenis pengobatan yang berfungsi sebagai metode pengobatan pendukung pengobatan medis. Pengobatan alternatif merupakan bentuk pelayanan pengobatan yang menggunakan cara, alat, atau bahan yang tidak termasuk dalam standar pengobatan kedokteran modern (pelayanan kedokteran standar) dan dipergunakan sebagai alternatif atau pelengkap pengobatan kedokteran modern tersebut. Di Indonesia sendiri kini pengobatan alternatif mulai banyak diminati, selain karena minim efek samping atau

bahkan tidak memiliki efek samping, pengobatan alternatif pun cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga atau jasa pengobatan medis atau pengobatan kedokteran. Accurate Health Center merupakan salah satu pengobatan alternatif yang sudah menyembuhkan banyak orang dan merupakan salah satu solusi terapi untuk anda sebab Accurate Health Center merupakan sebuah rangkaian terapi holistik yang menyediakan konsultasi psikologi, terapi psikologi, hipnoterapi, akupunktur yang dapat membantu anda dalam rangka memberikan sebuah sesi terapi penyembuhan bagi anda yang mempunyai gangguan secara fisik maupun mental. Sesuai dengan nama klinik pengobatan ini yaitu “accurate” yang artinya tepat, terpercaya, maka klinik pengobatan alternatif ini berharap setiap orang yang datang untuk melakukan pengobatan di klinik ini datang ke tempat yang tepat dan dapat merasakan perubahan dalam setiap terapi. Untuk biaya pengobatan yang akan dikenakan ke pasien yang berobat di Accurate Health Center dikenakan biaya untuk konsultasi sebesar Rp 200.000,00 dan untuk satu kali terapi dengan waktu kurang lebih 50 menit dikenakan biaya sebesar Rp 120.000,00. Dalam memasarkan pengobatan alternatif dibutuhkan komunikasi sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan barang dan jasa yang ditawarkan. Manusia telah berkomunikasi sejak dulu, komunikasi merupakan satu aktivitas keperluan dasar manusia. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat, serta perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media, (Effendi, 2005:50). Teknologi komunikasi inilah yang telah membantu manusia untuk berkomunikasi dengan lebih efektif, bukan saja dengan orang lain yang dekat, mereka yang jauh bahkan juga dapat menyimpan dan membawa informasi atau pesan. Teknologi komunikasi adalah alat perangkat, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang dialami oleh individu ketika mengumpul, memproses dan tukar - menukar informasi dengan individu-individu lain. Maka dari itu peneliti mengambil judul penelitian mengenai peran komunikasi pemasaran pengobatan alternatif Accurate Health Center di blog dalam meningkatkan kepercayaan pasien. Pengobatan alternatif Accurate Health Center menggunakan teknologi komunikasi new media (internet) yang berupa blog. Blog adalah singkatan dari “ Web log” yang pertama kali digunakan oleh Jorn Barger pada bulan Desember 1997. Blog adalah suatu bentuk aplikasi web site yang terdiri dari tulisan – tulisan biasa yang disebut sebagai posting pada sebuah halaman web. Tulisan – tulisan pada blog seringkali dimuat dalam urutan descending berdasarkan tanggal. Secara sederhana pengertian blog adalah sebagai sebuah website yang berisi catatan harian seseorang. Blog biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topic dan tujuan, serta minat si pengguna blog tersebut. Saat ini, blog sudah menjadi kebutuhan bagi orang-orang yang selalu terhubung dengan internet. Seringkali blog di update secara berkala oleh pemilik dan ditulis hanya dengan satu topik khusus, contohnya tentang tutorial blog, Internet, tips dan trick, catatan pribadi, hobi dan sebagainya. Walaupun tidak sedikit juga pemilik mencampur tulisannya dengan lebih dari satu topik. Blog juga bisa menjadi tempat berdiskusi tentang artikel yang ditulis melalui fitur yang disediakan di blog yaitu komentar yang dapat menjadi sebuah media interaksi kepada penulis blog. Fitur-fitur lainnya dari blog yaitu buku tamu untuk memperkenalkan pengunjung, Arsip merupakan daftar link yang mengarah ke artikel-artikel yang tersimpan didalam blog sehingga memudahkan pembaca untuk dapat mengetahui artikel apa saja yang telah di tulis, Fitur Search adalah alat untuk mencari artikel yang terdapat didalam blog itu dan dapat ditemukan dengan mudah dan cepat sehingga pembaca tidak perlu merasa kesulitan untuk mencari sebuah artikel. Blog merupakan media informasi yang sangat membantu pengguna yang membutuhkan informasi, maka dari itu blog memiliki kasta tertinggi dalam tingkatan sosial media karena tugas seorang blogger adalah memberikan informasi yang dapat membantu para

pembaca untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, sehingga Pembaca dapat belama-lama berada diblog kita karena menikmati informasi yang berguna. Sejak ditemukannya blog sampai dengan sekarang, jenis blog terus berkembang, yang semula hanya bersifat pribadi kini menjadi lebih beragam, berikut ini jenis - jenis blog yang dapat diklasifikasikan dari sekian banyaknya blog yang ada di internet. Seperti halnya yang dilakukan Accurate Health Center yang menggunakan blog sebagai metode atau alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pengobatan apa saja yang disediakan, penjelasan singkat mengenai penyakit – penyakit dan pengetahuan mengenai kesehatan. Jenis blog yang digunakan Accurate Health Center adalah blog kesehatan karena membahas informasi seputar kesehatan. Blog ini berguna sebagai pengetahuan, informasi awal bagi masyarakat yang mencari tahu mengenai pengobatan alternatif serta metode pengobatan apa saja yang disediakan oleh Accurate Health Center untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kebaikan dari pengobatan alternatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Sebuah teknologi komunikasi diciptakan untuk mempermudah manusia itu sendiri dalam berkomunikasi yang akhirnya juga mempermudah manusia itu sendiri dalam mendapat informasi. Adapun Rogers, seperti yang dikutip juga oleh Zulkarimein, merumuskan definisi teknologi komunikasi sebagai peralatan perangkat keras, struktur-struktur organisasional, dan nilai-nilai sosial dengan mana individu mengumpulkan, mengolah dan saling bertukar informasi dengan individu lain. Lebih lanjut, Roggers dalam Munir (Munir, 2010 : 15) mengemukakan bahwa yang dimaksud teknologi komunikasi termasuk media adalah micro computer, teleconferencing, teletext, videotext, interactive cable television, dan communication satellite.

a. Micro computer

Unit yang berdiri sendiri, di mana Central Processing Unit (CPU) merupakan perangkat utama mikro computer yang mampu membaca setiap perintah program computer

b. Teleconferencing

Adalah pertemuan dalam grup kecil yang berkomunikasi secara interaktif sebanyak tiga atau lebih orang pada lokasi yang terpisah. Terdapat tiga tipe teleconferencing ini, yaitu: video teleconferencing, audio teleconferencing dan computer teleconferencing.

c. Teletext

Adalah pelayanan informasi interaktif untuk personal atau permintaan informasi yang disajikan dalam video/layar televisive di rumah. Gambar yang ditangkap oleh layar televisive diperoleh dari signal siaran televisive, pengguna harus memiliki perangkat alat penangkap siaran.

d. Videotext

Adalah pelayanan informasi interaktif untuk personal atau permintaan informasi dari sentral komputer dari tampilan video di layar televisive (biasanya televisive penerima di rumah). Gambar/informasi yang diperoleh cukup potensial karena bersifat tanpa batas, sesuai dengan kapasitas system komputer yang dimiliki.

e. Interavtive Cable Television

Untuk mengirimkan teks dan gambar dengan full video ke video yang ada di rumah melalui kabel dengan tayangan-tayangan yang sesuai permintaan.

f. Communication satellite

Pesan yang disampaikan melalui relay telepon, televisi penyiaran, dan pesan-pesan yang dikirimkan dari tempat di belahan dunia manapun

New Media

Menurut Jan Van Dijk dalam bukunya *The Network Society*, new media are media which are both integrated and interactive and also use digital code at the turn of the 20th and 21st centuries (media baru adalah media yang keduanya terintegrasi dan interaktif dan juga menggunakan kode digital pada pergantian abad ke-20 dan ke-21).

a. Pertama, media baru mudah dimanipulasi. Hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.

b. Kedua, media baru bersifat. Dengan kata lain, media baru adalah media yang memiliki 3 karakteristik utama, yaitu integrasi, interaktif, dan digital. Menurut Fedlman bahwa media baru memiliki setidaknya lima karakteristik yang dapat dilihat. networkable. Artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah dipublikasikan dan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena media baru membuat setiap orang dapat terkoneksi dengan cepat dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna.

c. Ketiga, media baru bersifat compressible. Konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan mempublikasikannya kepada orang lain.

d. Keempat, media baru sifatnya padat. Dimana pengguna hanya membutuhkan space atau ruang.

e. Kelima, media baru bersifat imparisial. Konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Hal tersebut media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis, karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang dapat menjadi produsen dan konsumen secara bersamaan dan setiap pengguna dapat berlaku aktif disana (Lutviah, 2011).

Internet Sebagai Media Komunikasi

Membedakan internet dengan teknologi komunikasi yang lainnya yaitu tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Internet merupakan media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang. Internet juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Internet telah membentuk ruang dan waktu, yang bersifat nirjarak dan nirwaktu, yang disebut cyberspace. Kata cyberspace pertama kali digunakan dan dipopulerkan oleh William Gibson dalam novel fantasi ilmiahnya, *Neuromancer*, yang terbit pada tahun 1984. Di cyberspace, segala bentuk media komunikasi yang kita kenal: face-to-face meeting, telepon, fax, surat, surat kabar, majalah, radio, TV, film telah bermutasi menjadi teleconference, i-phone (internet telephone), i-fax (internet fax), e-mail (electronic mail), e-magazine (electronic magazine), dan seterusnya.

Blog

Blog adalah kependekkan dari Weblog, istilah yang pertama kali digunakan oleh Jhon Barger pada bulan Desember 1997. Jhon Barger menggunakan istilah Weblog untuk menyebut kelompok website pribadi yang selalu di update secara terus menerus dan

berisi link-link ke website lain yang dianggap menarik disertai dengan komentar-komentar dari para pemilik blog itu sendiri.

Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan pemasaran, semua organisasi modern baik perusahaan nirlaba ataupun bisnis menggunakan bentuk komunikasi pemasaran untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan. Dalam beberapa tahun terakhir ini komponen komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran semakin penting (Terence 2003 : 4). Komponen hubungan antara komunikasi dengan pemasaran sangat erat, komunikasi merupakan proses pengoperan 33able3333-lambang yang diartikan sama antara individu kepada individu, kelompok kepada kelompok, kelompok kepada massa (Sumanagara 2008 : 3). Komunikasi pemasaran adalah sebagian aktivitas dari keseluruhan pemasaran. Dalam pemasaran dikenal marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari : (Liliweri, 2011 : 514)

1. Price (harga)
2. Place (tempat)
3. Promotion (Promosi)
4. Product (Produk)
5. People (manusia)
6. Process (Pemrosesan)
7. Physical Evidence (bukti fisik)

Bentuk-Bentuk Kepercayaan

Pearson dan Raeke (2000) dan Hall, Dugan, Zheng, dan Mishra (2001) menyatakan bahwa di dalam setting medis, terdapat dua bentuk kepercayaan, yaitu:

- a. Institutional Trust yaitu kepercayaan terhadap institusi, sistem medis, dan dokter secara umum. Bentuk kepercayaan ini dipengaruhi oleh peran media dan lembaga-lembaga sosial seperti rumah sakit, lembaga pendidikan kesehatan, lembaga hukum, dan lembaga sosial yang terkait dengan bidang kesehatan.
- b. Interpersonal Trust yaitu kepercayaan yang dibangun melalui pengulangan interaksi, dimana pengharapan mengenai perilaku dari orang yang dipercayai diuji dari waktu ke waktu. Kepercayaan interpersonal ini didasarkan oleh pengalaman dan kepribadian individu.

METODE

Metodologi penelitian merupakan sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya melalui pengumpulan data sedalam – dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang di teliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang ditekankan adalah persoalan kedalam (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas data) (Kriyantono, 2006 : 58).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan komunikasi yang digunakan oleh Fudin Pang yaitu komunikasi yang menekankan pada penyebaran atau pengiriman yang merupakan pengiriman informasi, pemikiran, sikap atau emosi dari seseorang individu

atau kelompok lain dengan menggunakan simbol-simbol. Dalam hal ini Fudin Pang melakukan pengiriman informasi kesehatan, penjelasan mengenai akibat setiap penyakit yang mungkin diderita melalui blog. Fudin Pang juga menggunakan simbol warna – warna mencolok seperti merah atau kuning pada tulisan yang dianggap penting. Walaupun dalam memasarkan atau mempromosikan mengenai usaha pengobatan dan kesehatan seperti ini sudah memiliki batas-batas peraturan yang ditetapkan, hal ini tidak membuat Fudin Pang kesulitan dalam memperkenalkan klinik pengobatan alternatif miliknya justru ia tidak melanggar peraturan-peraturan yang ditetapkan tersebut sama sekali bahkan ia selalu mengingat peraturan tersebut yang membuat dirinya tetap berada pada jalur yang sudah ditentukan. Komunikasi kedua yang digunakan Fudin Pang adalah komunikasi persuasive atau pembujukan yang merupakan sebagai proses penyampaian stimulus atau rangsangan (biasanya secara lisan) dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku orang lain. Komunikasi terjadi apabila suatu sistem atau sumber berusaha untuk mempengaruhi sistem lain atau sasarannya, dengan memanipulasikan beberapa simbol alternatif, yang dapat disampaikan melalui saluran yang menghubungkan mereka. Bentuk promosi lainnya yang dilakukan Fudin Pang berupa kerjasama dengan berbagai media, iklan, mengadakan pengobatan gratis, voucher diskon dan lain sebagainya yang hal ini juga dilakukan Fudin Pang pada awal pembukaan klinik yang berfungsi sebagai pengenalan awal kepada masyarakat. Untuk promosi pertama sekali yang dilakukan oleh fudin pang adalah promosi dengan memasang iklan di media surat kabar. Untuk kerjasama dengan media juga biasanya Fudin pang menggunakan promosi misalnya diskon khusus atau pengadaan voucher dan pengobatan gratis. Promosi yang dilakukan Fudin Pang salah satunya adalah penjualan perorangan dengan menulis artikel mengenai kesehatan sebegus mungkin serta selalu mengupdate setiap artikel yang telah ia buat sehingga blog miliknya tetap berada di urutan teratas google search. Ia juga harus menyesuaikan setiap artikel dengan masalah-masalah yang sering dialami oleh masyarakat. Komunikasi pemasaran yang efektif adalah apabila pesan yang disampaikan tepat dan sesuai dengan sasaran.

PENUTUP

Karakteristik pasien pengobatan alternatif Accurate Health Center adalah berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, karakter yang berbeda-beda, usia yang berbeda-beda dan keluhan yang berbeda-beda serta penanganan setiap jenis keluhan kepada setiap pasien juga berbeda-beda. Untuk latar belakang pendidikan yang berbeda-beda dapat dilihat dari informan I yang pendidikannya sampai magister (S2), informan II dan V yang pendidikan sampai pada sarjana (S1) dan yang terakhir informan III dan IV pendidikannya sampai pada SMA.

Pengobatan alternatif juga dapat dipercaya dan di terima dengan baik di masyarakat Indonesia khususnya. Walaupun secara kedokteran atau medis tidakdi akui sepenuhnya namun manfaat dari pengobatan alternatif dapat dirasakan oleh orang yang menjalankan pengobatan. Peran komunikasi pemasaran yang berlangsung dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh Fudin Pang dengan cara memanfaatkan suatu bentuk komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi komunikasi berupa internet berupa blogger atau blog

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmarni Soraya. (2012). Gambaran Healht belief model pada individu penedrita diabetes yang menggunakan pengobatan medis dan alternatif
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiaty Komala Erdinaya. 2004. Komunikasi Massa Suatu

- Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bad, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums & Buyer Behavior. *MIS Quarterly*. 26(3), 243-268
- Basrowi dan Suwardi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta : Bungin, Burhan. 2001. Metodologi Penelitian Sosial : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif. Surabaya: Airlangga University Press.
- B. Aubrey Fisher. 1986. Teori-Teori Komunikasi. Terj. Soejono Trimo. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : Kencana
- _____. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana
- Drucker, Peter F. 2000. The Organization Of The Future. Terjemahan. M. Ansyar. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Effendy, Onong Uchana. 2002. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Fidler, Roger. 2003. Mediamorfosis: Memahami Media Baru. Yogyakarta: Benteng Budaya.
- Hall, M., Dugan, E., Zheng, B., dan Mishra, A., 2001, Trust in Physicians and Medical Institutions: What Is It, Can It be Measured, and Does It Matter?, *The Millbank Quarterly*, 79 (4), 613-633, Blackwell Publishers, Malden.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. Marketing Communication – Taktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R & D. Penerbit Alfabeta. Bandung, (2011). Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.