



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

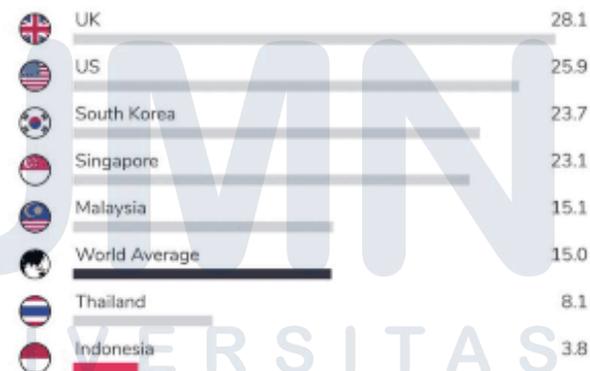
## BAB II

### GAMBARAN UMUM HALODOC

#### 2.1 Sejarah Singkat Halodoc

Berangkat dari beberapa masalah yang dialami oleh masyarakat Indonesia dalam mengakses layanan kesehatan, seperti masih kurangnya jumlah tenaga kesehatan di Indonesia (3,8% tenaga kesehatan untuk 10.000 penduduk), bentuk negara Indonesia yang adalah kepulauan juga menyulitkan seluruh masyarakatnya untuk memperoleh akses merata, perlu waktu yang lama (rata-rata empat jam) untuk mencapai dan menunggu layanan kesehatan, serta tidak adanya integrasi antara data *offline* serta *online* menyulitkan pasien menyimpan rekam medis mereka (Halodoc, 2021), memotivasi Jonathan Sudartha untuk memulai apa yang sekarang kita kenal sebagai Halodoc

Number of Physicians  
per 10,000 inhabitants

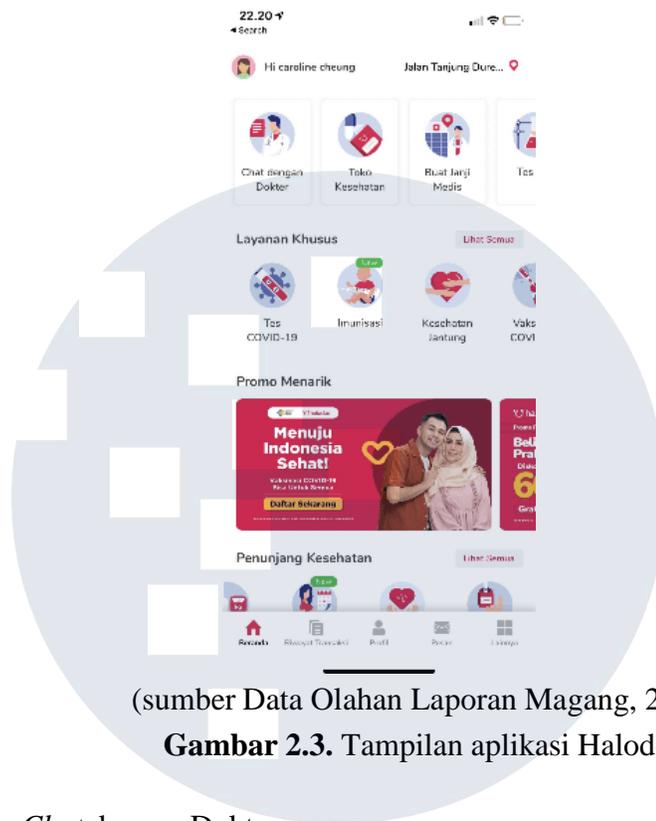


(sumber Halodoc Company Profile, 2021)

**Gambar 2.1.** Persentase perbandingan jumlah dokter

Didirikan pada tahun 2016 oleh Jonathan Sudarta, hingga sekarang Halodoc masih terus bertahan menjadi perusahaan teknologi yang bergerak di bidang aplikasi kesehatan di Indonesia. Bahkan, Halodoc terus berkembang dan memaksimalkan seluruh bagiannya agar bisa mempermudah akses masyarakat





(sumber Data Olahan Laporan Magang, 2021)

**Gambar 2.3.** Tampilan aplikasi Halodoc

### 1. *Chat dengan Dokter*

Fitur yang satu ini memudahkan individu untuk melakukan konsultasi *online* dengan dokter pilihan dari rumah. Pasien tidak perlu repot datang ke rumah sakit untuk mendapatkan diagnosis dan resep obat dari dokter terpercaya.

### 2. *Toko Kesehatan*

Fitur “Toko Kesehatan” membuat individu dapat membeli kebutuhan kesehatan (obat, vitamin, dan lain-lain) dengan praktis, harga bersaing dan pasti langsung diantar ke rumah.

### 3. Buat Janji Medis

Fitur ketiga “Buat Janji Medis” dapat digunakan untuk dua hal, buat janji untuk konsultasi *offline* dengan dokter dan *check up* kesehatan. Cukup buat janji medis lewat aplikasi Halodoc, pasien bisa membayar sebelum datang secara *cashless* dan tidak perlu mengantre untuk menghemat waktu.

### 4. Artikel

Aplikasi Halodoc menyediakan beragam artikel kesehatan yang membahas perihal kesehatan manusia dan hewan, untuk dapat dijadikan referensi.

### 5. Layanan Khusus

Fitur “Layanan Khusus” sengaja dibuat untuk mempermudah pasien menemukan layanan-layanan terpopuler dan relevan dengan kondisi sekarang, seperti Tes COVID-19, Vaksinasi COVID-19, Kesehatan Jiwa, Kesehatan Jantung, Kesehatan Hewan, dan lain- lain.

### 6. Penunjang Kesehatan

Fitur ini berkaitan dengan kondisi kesehatan masing-masing pemakai aplikasi Halodoc. Masing-masing bagian dapat dipersonalisasi menyesuaikan kebutuhan, seperti Kalender Menstruasi, Kalender Kehamilan, Kalkulator BMI, Peningat Obat, dan sebagainya.

### 7. Hubungkan Asuransi

Aplikasi Halodoc memudahkan individu untuk berhubungan langsung dengan berbagai penyedia layanan asuransi terkemuka di

Indonesia. Dengan menghubungkan asuransi mereka di Halodoc, pasien dapat langsung menggunakan berbagai fitur yang biayanya ditanggung oleh *benefit* asuransi.

### 2.1.1 Filosofi Logo Halodoc

Logo Halodoc di bawah memiliki filosofi sebagai berikut (Halodoc, 2021):



(sumber Halodoc Company Profile, 2021)

**Gambar 2.4.** Logo Halodoc

1. Stetoskop yang merupakan alat bantu pemeriksaan umum yang dipakai dokter untuk mendengarkan suara organ dalam tubuh pasien sengaja dipilih untuk merepresentasikan Halodoc, platform yang memang bergerak di bidang kesehatan.
2. Secara keseluruhan, gabungan warna merah dan stetoskop yang jika dilihat secara sekilas juga membentuk mimik wajah tersenyum dipilih untuk menampilkan kesan ramah, bersemangat dan mudah didekati.

### 2.1.2 Visi dan Misi Halodoc

Dalam kegiatan sehari-harinya dan segala keputusan yang dibuat, Halodoc selalu berpedoman terhadap visi dan misi berikut (Halodoc, 2021):

### 1. Visi

#### **Menjadi platform layanan kesehatan yang maju di Indonesia**

Halodoc berkomitmen untuk menjadi platform layanan kesehatan yang dapat menghubungkan pasien dengan beragam *stakeholder* kesehatan; dokter, apotek, laboratorium, asuransi, rumah sakit dan klinik terpercaya, dalam satu aplikasi.

### 2. Misi

#### **Mempermudah akses masyarakat Indonesia ke layanan kesehatan lewat teknologi**

Halodoc ingin setiap bagian masyarakat Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, mendapatkan akses yang sama-sama mudah ke layanan kesehatan. Mungkin hal ini sudah dirasakan oleh mereka yang tinggal di kota besar, namun tidak dengan yang bermukim di wilayah kecil.

### 2.1.3 Nilai-Nilai Halodoc

Berikut beberapa nilai yang dipegang oleh Halodoc (Halodoc, 2021):

#### 1. *Innovative*

Halodoc bertekad untuk selalu menyesuaikan dan memperbaharui layanan dengan perkembangan yang terjadi. Hal ini bisa dilihat bukti konkretnya dari penambahan fitur “Layanan Khusus” di aplikasi Halodoc yang memudahkan pengguna melakukan tes COVID-19 dan vaksinasi COVID-19, seiring dengan pandemi yang tengah terjadi.

2. *Trustworthy*

Halodoc berkomitmen untuk menjadi penyedia layanan kesehatan yang tepercaya. Oleh karenanya, Halodoc senantiasa bekerja sama dengan para *stakeholder* (dokter, laboratorium, rumah sakit, klinik, asuransi dan apotek) bersertifikat.

3. *Agile*

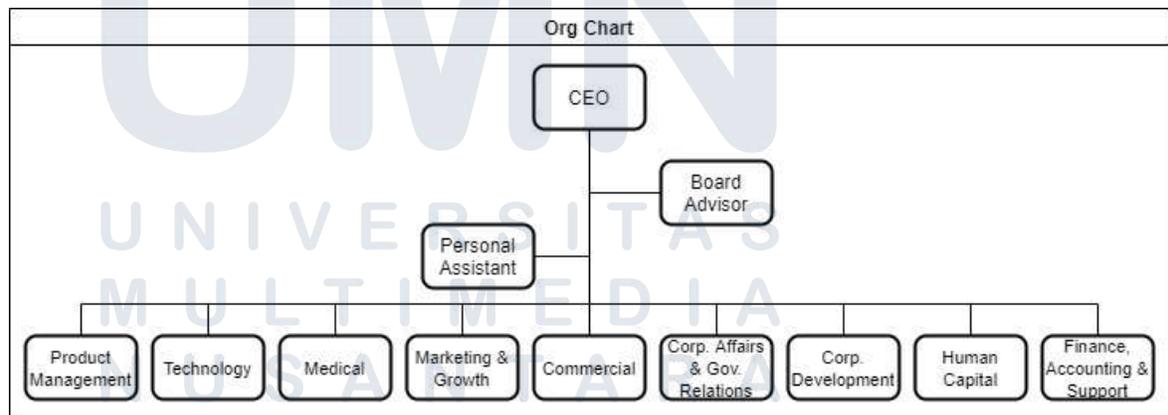
Halodoc ingin selalu dikenal sebagai penyedia layanan kesehatan yang gesit, terutama dalam pelayanannya di aplikasi yang serba praktis dan cepat.

4. *Compassion*

Meskipun berbentuk perusahaan, Halodoc tidak ingin sekadar menjalankan kegiatannya sebagai bisnis. Halodoc ingin tetap menunjukkan kepedulian yang nyata bagi pasien, dokter, apotek, asuransi, laboratorium, rumah sakit dan klinik mitranya.

## 2.2 Struktur Organisasi Halodoc

Gambar berikut merupakan struktur organisasi Halodoc:



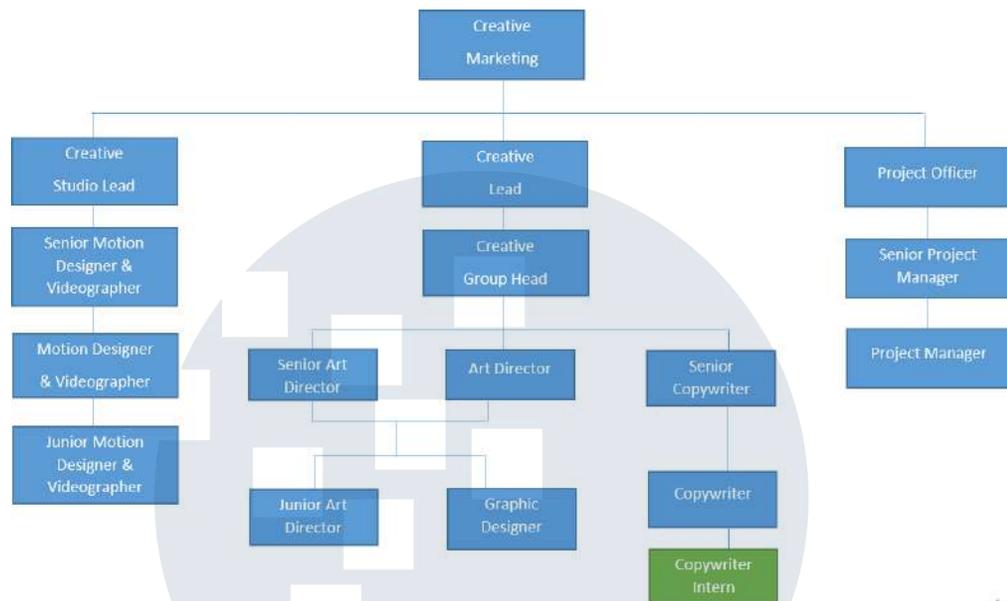
(sumber Data Olahan Laporan Magang, 2021)

**Gambar 2.5.** Struktur organisasi Halodoc

Bisa dilihat berdasarkan struktur organisasi di atas, Halodoc memiliki susunan kepengurusan perusahaan yang cukup besar. Secara garis besar, total sembilan divisi di Halodoc dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO), dengan dibantu oleh *Board Advisor* dalam pengambilan keputusan dan *Personal Assistant* untuk administrasi.

Divisi *Product Management* bertanggung jawab dalam memelihara dan mengembangkan berbagai produk & layanan yang dimiliki Halodoc, divisi *Technology* bertanggung jawab atas *maintenance* berbagai teknologi yang digunakan Halodoc sehari-hari, seperti aplikasi, *website*, dan lain-lain, divisi *Medical* berkewajiban mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan *stakeholders* medis Halodoc (rumah sakit, klinik, laboratorium, apotek dan dokter), divisi *Marketing & Growth* punya tanggung jawab atas kegiatan pemasaran Halodoc, termasuk dalam pembuatan dan penyampaian berbagai pesan komunikasi yang mendukungnya, divisi *Commercial* punya keharusan untuk mengecek perihal distributor, gudang, dan sebagainya, divisi *Corporate Affairs & Government Relations* bertanggung jawab untuk memelihara hubungan baik dengan pemerintah Indonesia, divisi *Corporate Development* berkewajiban untuk mengambil berbagai keputusan perihal strategi pengembangan perusahaan, divisi *Human Capital* bertanggung jawab mengatur semua hal terkait karyawan Halodoc, mulai dari proses rekrutmen sampai bekerja di Halodoc. Terakhir, divisi *Finance, Accounting & Support* bertanggung jawab mengatur perihal keuangan dan regulasinya di Halodoc.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(sumber Data Olahan Laporan Magang, 2021)

**Gambar 2.6.** Struktur divisi *creative marketing*

Di antara sekian banyak divisi yang dimiliki Halodoc, *copywriter intern* sekarang bekerja di bawah divisi *creative marketing*. Tugas utama divisi ini adalah merangkai berbagai pesan komunikasi sesuai dengan kebutuhan untuk disampaikan ke target audiens lewat beberapa media komunikasi. Divisi *creative marketing* terdiri dari tiga departemen yang bekerja sama menghasilkan pesan komunikasi:

1. *Creative Studio Lead*

Departemen ini bertanggung jawab untuk proses pembuatan animasi serta pengambilan (*shooting*) konten gambar dan video.

2. *Creative Lead*

Departemen ini bertugas menghasilkan ide kreatif utama dan mengeksekusinya dari segi pemilihan strategi, penulisan, hingga desain.

### 3. *Project Officer*

Departemen terakhir berfungsi sebagai *time keeper* dan *traffic controller* dalam proses pembuatan pesan komunikasi.

Di divisi ini, *intern* tergabung lagi ke dalam departemen *creative lead*. Departemen ini terdiri dari:

#### 1. *Head of Creative (Creative Group Head)*

*Head of Creative* harus memimpin beberapa bagian di departemen *creative lead* untuk bisa menghasilkan pesan komunikasi sesuai kebutuhan.

#### 2. *Art Director*

*Art director* bertanggung jawab menentukan strategi terbaik untuk mengomunikasikan ide konsep secara visual, membuat elemen desain, serta meninjau dan menyetujui desain, fotografi dan hasil grafis lainnya.

#### 3. *Copywriter*

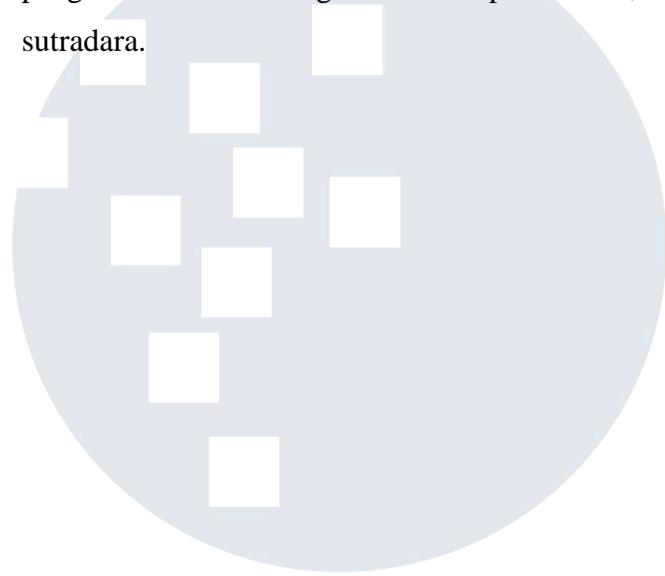
*Copywriter* bertugas untuk membuat dan memastikan *tone* pesan komunikasi sesuai dengan beberapa standar yang telah ditetapkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)/tata bahasa Inggris (*Grammar*), Ejaan yang Disempurnakan (EYD), *Brand Style* Halodoc dan *Client Brief*), serta melaksanakan tugas tambahan, seperti *proofreading*, dan sebagainya.

#### 4. *Graphic Designer*

Posisi yang bertanggung jawab menginterpretasikan ide menjadi materi visual, biasanya desain konten.

5. *Motion designer*

Posisi yang bertugas membuat animasi dan bertanggung jawab atas pengambilan konten gambar maupun video, seperti layaknya sutradara.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA