

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian karya

Rumah Sehat Islami (RSI) merupakan klinik terapi yang berdiri sejak November 2013 di Bantul, Yogyakarta. RSI menyediakan berbagai layanan pengobatan tradisional seperti pijat totok, akupuntur, dan bekam. Layanan Bekam merupakan salah satu bentuk pengobatan tradisional alternatif, yaitu pengobatan di luar medis konvensional yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pendekatan promotif, preventif, kuratif, maupun rehabilitatif. Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa terapi bekam efektif dalam membantu mengatasi berbagai penyakit, sehingga membuatnya semakin diminati oleh masyarakat yang menginginkan pengobatan alternatif berbasis sunnah (Ikhwan et al., 2023). Bekam juga menjadi terapi yang paling diminati di RSI, oleh karena itu penulis mengangkat layanan ini untuk dijadikan karya dalam bentuk video promosi.

Berdasarkan (Ikhwan et al., 2023) Bekam sendiri merupakan salah satu bentuk pengobatan tertua di dunia dan telah dikenal sejak zaman Mesir kuno. Dalam Islam, bekam termasuk dalam kategori *thibbun nabawi*, yakni metode pengobatan yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan diyakini memiliki nilai ibadah. Meski demikian, tidak semua masyarakat memiliki pemahaman yang utuh mengenai manfaat dan keamanan bekam. Sebagian masih meragukannya karena takut akan efek samping seperti infeksi atau rasa sakit yang ditimbulkan. Namun, data dari WHO dan Kementerian Kesehatan RI menunjukkan tren peningkatan penggunaan pengobatan komplementer, termasuk bekam, baik di tingkat global maupun nasional. Riset juga membuktikan bahwa terapi bekam efektif dalam menangani berbagai keluhan seperti nyeri otot, tekanan darah tinggi, hingga penyakit degeneratif.

Terapi bekam sebagai salah satu layanan utama RSI juga menghadapi tantangan tersendiri. Berbagai pengobatan alternatif kini menjamur di tengah masyarakat dan mampu menjadi pesaing sekaligus penyeimbang pengobatan

konvensional, terutama karena kemudahan akses dan biaya yang lebih terjangkau. Bekam, yang termasuk dalam *thibbun nabawi* atau metodologi pengobatan Nabi, merupakan salah satu metode penyembuhan alternatif yang cukup dikenal (Zainnurrofiq et al., 2024). Namun, masyarakat Indonesia memiliki pandangan yang beragam terhadap terapi ini. Sebagian masih memandangnya sebagai metode tradisional yang kurang ilmiah, sementara yang lain meyakini sebagai bagian dari pengobatan sunnah yang bermanfaat. Minimnya pemahaman publik terhadap manfaat bekam menyebabkan potensi terapi ini belum tergarap maksimal. Persepsi masyarakat yang beragam ini tercermin dalam salah satu studi di Klinik Latu Usadha Bali, yang menunjukkan bahwa sekitar 73% responden memiliki pandangan positif terhadap terapi bekam, menganggapnya bermanfaat untuk kesehatan. Namun, 27% sisanya masih meragukan efektivitas dan keamanannya, dengan alasan kekhawatiran akan rasa sakit, kehilangan darah, hingga efek samping serius seperti kelumpuhan (Viqtrayana et al., 2022). Meskipun penelitian ini dilakukan di Bali, hasilnya dapat menjadi cerminan umum bahwa edukasi dan promosi terhadap terapi bekam masih sangat dibutuhkan, termasuk di wilayah lain seperti Yogyakarta.

Namun, hingga saat ini promosi RSI masih bergantung pada metode dari mulut ke mulut dan pencantuman lokasi di *Google Maps*, yang dinilai kurang efektif dalam menjangkau khalayak luas di era *digital* yang serba *visual*. Saat ini RSI belum memaksimalkan potensi konten *visual*, terutama video promosi, sebagai media komunikasi layanannya. Dalam praktiknya, RSI masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut yang dinilai kurang menarik di era *media sosial*. Seperti yang dikatakan (Kesuma Dewi et al., 2023) *word of mouth* tradisional hanya efektif dalam batasan kontak sosial terbatas, sedangkan *electronic word of mouth* (*eWOM*) yang memanfaatkan media sosial dan internet dapat menjangkau audiens lebih luas dengan biaya rendah dan dampak yang tinggi. Pengelola RSI, Rio Eka Sakti, S.Tr.Akup., menyadari & memiliki keinginan untuk mendatangkan customer baru melalui media sosial Instagram. Hal ini didasarkan pada kondisi bahwa selama ini customer RSI hanya datang dari Google Maps serta rekomendasi mulut ke mulut. Oleh karena itu, penulis sebagai pembuat konten melihat peluang untuk

berkolaborasi dengan RSI sebagai mitra, dengan menghadirkan konten promosi berbasis motion graphic yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik media sosial. Di sisi lain, fenomena promosi layanan bekam di Yogyakarta sudah mulai dilakukan oleh klinik seperti @bekamchiro_umar dan @harmonycare_jogja. Sayangnya, konten promosi mereka umumnya hanya berupa poster edukasi atau dokumentasi kegiatan bekam yang kurang menarik secara visual dan belum memanfaatkan teknik *visual storytelling* secara maksimal.

Di era *digital* yang semakin dinamis, konten *visual* memegang peranan penting dalam menarik attensi masyarakat, terutama dalam format video kreatif. Video kreatif merupakan media *audio-visual* yang menggabungkan elemen desain *visual*, narasi, dan animasi untuk menyampaikan pesan secara menarik dan persuasif. Salah satu bentuk implementasinya adalah video promosi, yaitu konten *visual* yang dirancang untuk memperkenalkan produk, layanan, atau brand kepada *audiens*, dengan tujuan membentuk citra positif sekaligus mendorong ketertarikan publik. Namun, di tengah derasnya arus informasi, perhatian *audiens* menjadi semakin terbagi dan selektif. Konten promosi yang tidak dirancang secara *visual* dan emosional cenderung diabaikan begitu saja. Dalam konteks ini, konten video terbukti lebih mampu menarik minat *audiens* dibandingkan dengan unggahan berbentuk foto atau tulisan. Hal ini dapat dioptimalkan melalui pemanfaatan media *visual digital* sebagai sarana komunikasi yang lebih menarik (Melindasari & Ariesey, 2024).

Melihat potensi ini, diperlukan strategi komunikasi *visual* yang lebih modern dan *edukatif* untuk mengenalkan manfaat bekam secara efektif kepada masyarakat. Salah satunya adalah melalui konten Video iklan berbasis *motion graphic* yang memiliki kelebihan berupa tampilan yang *dinamis* sehingga mampu memikat perhatian *audiens*. Selain itu, *motion graphic* juga menghadirkan keterpaduan yang selaras antara *audio* dan *visual*, sehingga pesan yang informatif, jelas, dan persuasif dapat tersampaikan dengan lebih efektif (Syaipul Ramdhani, 2021). RSI sebagai klinik kesehatan alternatif memiliki peluang besar untuk

mengadopsi pendekatan ini agar dapat memperluas jangkauan edukasi kesehatan kepada masyarakat.

Salah satu elemen penting dalam menciptakan video promosi yang efektif adalah penggunaan *motion graphic*. (Pakpahan, 2022) *motion graphic* merupakan perpaduan dari berbagai elemen *visual* dan audio seperti film, video, fotografi, ilustrasi, animasi, musik, serta elemen *desain* lainnya seperti tipografi dan grafis. Gabungan elemen-elemen tersebut menciptakan sajian *visual* yang dinamis dan komunikatif, yang kerap digunakan dalam judul film, bumper, maupun elemen grafis dalam siaran televisi. Dengan kompleksitas dan fleksibilitasnya, *motion graphic* menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan secara visual dan emosional. Elemen ini tidak hanya mempercantik tampilan video, tetapi juga membantu memperkuat penyampaian pesan melalui gerakan, transisi, dan ritme *visual* yang menarik. Istilah *motion graphic* pertama kali diperkenalkan oleh animator ternama John Whitney, sementara penerapan awalnya ada dalam sebuah karya yang dilakukan oleh Saul Bass. Secara etimologis, istilah ini berasal dari kata *motion* yang berarti gerakan dan *graphic* yang berarti grafis, sehingga dapat diartikan sebagai grafis yang bergerak (Sanjaya, 2024)

Dalam dunia pemasaran digital, *motion graphic* menjadi solusi untuk mengemas informasi kompleks menjadi lebih ringkas dan mudah dipahami. Selain itu, tampilan *visual* yang hidup dan interaktif membuat penonton lebih mudah terlibat secara emosional, sehingga pesan promosi dapat tersampaikan dengan lebih efektif. Oleh karena itu, penggunaan *motion graphic* menjadi solusi yang efektif karena mampu memadukan elemen visual seperti ilustrasi, animasi, tipografi, dan audio guna menyampaikan pesan secara lebih dinamis dan komunikatif. Format ini tidak hanya mengatasi kejemuhan audiens terhadap konten statis, tetapi juga menyajikan informasi secara ringkas tanpa kehilangan esensi pesan. (Atmaja et al., 2025), *motion graphic* menjadi elemen penting dalam menyampaikan informasi visual seperti teks, gambar, diagram, dan video secara dinamis.

Dalam konteks pemasaran digital, hal ini semakin relevan mengingat media sosial telah berkembang menjadi alat komunikasi pemasaran strategis untuk

meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, memperkuat citra merek, hingga mendorong peningkatan penjualan (Deru R. Indika & Cindy Jovita, 2017). Salah satu bisnis yang membutuhkan pendekatan ini adalah Rumah Sehat Islami (RSI).

Di sinilah peran strategi komunikasi *visual* menjadi penting, terutama dalam memperkenalkan layanan bekam secara lebih persuasif dan modern. Dengan memanfaatkan konten *visual*, khususnya dalam bentuk video kreatif dan *motion graphic*, informasi mengenai manfaat bekam dapat dikemas secara menarik dan lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Ridlo, 2020) bahwa perlu adanya elemen-elemen *visual* yang dapat menarik dan membangkitkan minat pembaca, serta memudahkan dalam penerimaan informasi. Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri layanan kesehatan, RSI perlu menghadirkan strategi komunikasi *visual* yang lebih adaptif dan edukatif. Melalui video promosi berbasis *motion graphic*, penulis berupaya menjembatani kesenjangan informasi tersebut. Konten ini diharapkan mampu memperkenalkan manfaat bekam dengan cara yang lebih persuasif dan menarik, sekaligus mengangkat citra RSI sebagai layanan kesehatan alternatif yang profesional dan relevan dengan gaya hidup sehat masa kini.

Salah satu platform yang paling potensial untuk penerapan konten *motion graphic* ini adalah Instagram, karena karakteristiknya yang sangat menekankan aspek *visual* serta algoritmanya yang mampu mempersonalisasi konten sesuai minat pengguna. Tercatat sebanyak 116,16 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia pada tahun 2023 (Asyari, 2024) menjadikannya sebagai sarana utama dalam kampanye pemasaran digital. Bahkan menurut laporan *Hootsuite Social Trends* 2021, Instagram menempati posisi pertama sebagai media sosial paling efektif untuk mempromosikan bisnis dengan penetrasi pasar mencapai 70%. Para kompetitor RSI seperti @hamdalih.official, @brhc.pusatbekam, dan @bekambrcden juga telah memanfaatkan Instagram untuk menyajikan konten *visual* yang edukatif dan konsisten. Oleh karena itu, melalui karya video *motion graphic* yang informatif dan atraktif, RSI diharapkan dapat lebih optimal dalam

menjangkau *audiens digital* serta memperluas pemahaman masyarakat terhadap manfaat bekam secara lebih luas dan *audiens digital* modern.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1 Manfaat karya secara akademis

Karya ini diharapkan bisa memberikan sumbangan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait penggunaan *media visual* dalam strategi promosi *digital*. Selain sebagai hasil praktik produksi video promosi, karya ini juga bisa menjadi bahan referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengkaji efektivitas *media visual*, seperti *motion graphic*, dalam menyampaikan informasi layanan kesehatan kepada masyarakat.

1.2.2 Manfaat karya secara praktis

Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat secara praktis bagi berbagai pihak, khususnya:

1. Bagi Rumah Sehat Islami (RSI), karya video promosi ini diharapkan dapat menjadi media *visual* yang efektif dalam memperkenalkan layanan terapi bekam secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.
2. Bagi pelaku usaha di bidang kesehatan alternatif, karya ini dapat dijadikan contoh strategi promosi *digital* yang relevan dan kekinian, khususnya melalui pendekatan konten *visual* berbasis *motion graphic* di media sosial.
3. Bagi masyarakat umum, tayangan video ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan manfaat terapi bekam dan mendorong ketertarikan untuk mencoba layanan kesehatan tradisional yang aman dan terpercaya.