

**BUKU SAKU UNTUK MEDIA SOSIALISASI BOREH SEBAGAI
OBAT TRADISIONAL BALI OLEH FAKULTAS KESEHATAN
AYURWEDA UNIVERSITAS HINDU INDONESIA DI DENPASAR**

I Nyoman Putra Wibawa Kepakisan¹, I Putu Arya Janottama², Wahyu Indira³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar,

Jalan Nusa Indah, Denpasar Timur, 80235, Indonesia

E-mail : boysolomon123@gmail.com

ABSTRAK

Boreh merupakan obat tradisional Bali yang dibuat dengan bahan rempah – rempah, yang dihaluskan dan dibalurkan atau di oleskan pada bagian tubuh yang terasa dingin atau sakit sehingga dapat menobati berbagai macam penyakit. Dengan berkembangnya zaman manusia modern seperti di kota Denpasar menginginkan hal yang praktis, efisien, dan juga higienis oleh karena itu pengobatan tradisional khususnya *boreh* mulai ditinggalkan beranjak menggunakan pengobatan modern dan efisien. Sebagai upaya penyadaran, pola pikir dan gaya hidup masyarakat memerlukan adanya sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi dapat meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan pengobatan tradisional. Dalam melakukan sosialisasi sangat erat hubungannya dengan Desain Komunikasi Visual karena cara penyampaian pesannya menggunakan visual desain yang efektif.

Kata Kunci : *Boreh*, Manusia Modern, Desain Komunikasi Visual.

ABSTRACT

Boreh is a traditional Balinese medicine made with spices, which is mashed and distributed or applied to parts of the body that feel cold or sore so that it can treat various diseases. With the development of the era of modern humans such as in the city of Denpasar want things that are practical, efficient, and also hygienic because of that traditional medicine, especially boreh began to be left moving to use modern and efficient treatment. As an effort to raise awareness, the mindset and lifestyle of the community requires socialization. With the socialization can increase the interest of the community in utilizing traditional medicine. In conducting socialization is very closely related to Visual Communication Design because of the way the message is delivered using an effective visual design.

Keywords: *Boreh, Modern Man, Visual Communication Design.*

PENDAHULUAN

Pengobatan tradisional sangat besar peranannya dalam pelayanan kesehatan masyarakat sebelum masuknya pengobatan modern. Obat tradisional sangat berpotensi untuk dikembangkan, karena pengobatan tradisional menggunakan bahan herbal yang tidak menimbulkan efek samping kepada pasien yang menggunakan, obat tradisional juga bisa dibuat oleh masyarakat karena bahan yang digunakan untuk membuatnya sudah ada di sekitar kita. Indonesia kaya akan tanaman obat-obatan, yang mana masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk kesehatan. Indonesia diketahui memiliki keragaman hayati terbesar. Obat tradisional ini tentunya sudah diuji bertahun-tahun bahkan berabad-abad sesuai dengan perkembangan kebudayaan bangsa Indonesia. Selain dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit pengobatan tradisional sangat minim efek samping yang ditimbulkan oleh obat tradisional karena bahan pembuatannya yang masih alami (Herbal) yang membuat obat tradisional lebih aman dari obat – obatan kimia.

Menurut Ida Bagus Suatama (Dosen Fakultas Kesehatan Ayurveda di UNHI), *boreh* merupakan obat tradisional Bali yang dibuat dengan bahan rempah – rempah, daun – daunan, biji – bijian, dan juga lainnya yang merupakan tanaman herbal ataupun apotik hidup yang kemudian ditumbuk atau digiling halus dan dibalurkan pada bagian tubuh yang sakit sehingga dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit tergantung jenis *boreh* tersebut. *Boreh* sudah dikenal dari

abad ke 10 yaitu masuknya usada Bali kemudian di masyarakatkan pada abad ke 16 oleh Mpu Kuturan dengan Danghyang Dwijendra dapat dilihat dari prasasti – prasasti yang ditemukan berupa gingingan atau batu untuk menghaluskan rempah, daun, biji – bijian, dan yang lainnya menjadi sebuah obat, dan yang paling terkenal pada zaman itu adalah *boreh*. *Boreh* juga dapat mencegah, dan juga mengobati berbagai macam penyakit yang penyembuhannya dengan menggunakan obat luar, contohnya adalah penghangat badan, memperlancar peredaran darah, mengurangi nyeri otot, urat terjepit, nyeri tulang, nyeri otot, sakit kepala dan yang lainnya.

Fakultas Kesehatan Ayurveda adalah salah satu fakultas di Universitas Hindu Indonesia (UNHI) yang mempelajari tentang kesehatan dan pengobatan hindu, untuk proses pengobatannya yang sepenuhnya berdasarkan pengalaman praktis dan pengamatan yang diteruskan secara tradisional turun-temurun, dipergunakan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Dengan keikutsertaan Fakultas Kesehatan Ayurveda inilah yang menjadi sumber informasi mengenai *boreh*.

Manusia modern menginginkan hal yang praktis, higienis, dan juga efisien bisa digunakan di mana saja dan kapan saja serta tidak mengganggu pekerjaannya, dan juga penyakit pada era ini sangatlah beragam sehingga susah diobati dengan *boreh* karena *boreh* sifatnya hanya mengobati penyakit ringan yang biasa dialami oleh kebanyakan orang oleh karena itu pengobatan tradisional

khususnya *boreh* yang membutuhkan waktu yang lumayan lama untuk proses pembuatannya dan juga sedikit mengganggu dalam pekerjaannya mulai perlahan ditinggalkan dan beranjak kepada pengobatan medis yang modern yaitu dengan menggunakan obat dalam (tablet) dan juga obat luar (salep).

Untuk mempopuleritaskan *boreh* dan membuat *boreh* memiliki kesan modern di masyarakat perlu adanya sosialisasi yang dikemas dengan gaya modern sehingga *boreh* yang merupakan obat tradisional terlihat lebih modern oleh masyarakat dan lebih higienis. Hal itu dikarenakan masyarakat merasa pengobatan tradisional tersebut berasal dari bahan alami yang lebih murah dan bahan bakunya lebih mudah didapatkan. Dan alangkah baiknya jika menggunakan bahan atau obat yang alami untuk pengobatan penyakit ringan agar kita tidak ketergantungan dengan obat – obatan modern yang berbahan kimia. Dalam melakukan sosialisasi sangat erat hubungannya dengan Desain Komunikasi Visual karena cara penyampaian pesannya menggunakan visual desain yang efektif.

Dengan pembuatan buku saku yang dibuat dengan menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual diharapkan mampu menyampaikan informasi yang jelas mengenai *boreh* kepada masyarakat di Denpasar.

Pembuatan buku didasari oleh kesibukan masyarakat modern pada saat ini yang jarang mempunyai waktu untuk membaca sehingga dengan adanya buku saku

ini, masyarakat dapat membawa buku itu kemanapun mereka pergi.

Dari penjabaran latar belakang tersebut dapat ditemukan permasalahan sebagai berikut yaitu adalah bagaimana cara merancang buku saku untuk sosialisasi *boreh* sebagai obat tradisional oleh Fakultas Kesehatan Ayurweda Universitas Hindu Indonesia di Denpasar

Metode Perancangan

Dalam desain komunikasi visual untuk sosialisasi *boreh* sebagai obat tradisional Bali di denpasar ini agar di ketahui oleh masyarakat di denpasar diperlukan metode perancangan yang digunakan untuk mendukung proses perancangan adapun sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer ini didapatkan dari wawancara langsung mengenai *boreh* pada dosen ilmu kesehatan ayurweda di Universitas Hindu Indonesia (UNHI).

2. Data Sekunder

Dalam kasus ini penulis menggunakan data-data terkait dengan *boreh* tersebut dan juga teori – teori lainnya yang berkaitan dengan perancangan laporan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan membuat kuisioner agar mengetahui popularitas boreh sebagai obat tradisional.

2. Metode Wawancara

Fungsi dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan ahli dalam bidang pengobatan tradisional Bali yaitu dosen kesehatan ayurveda di Universitas Hindu Indonesia (UNHI).

3. Metode Kuisioner

Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner online agar lebih mudah dalam penyelenggaraannya, dalam pengambilan sampling penulis menggunakan sistem *random* atau acak, agar data yang didapatkan lebih bervariasi.

4. Metode Kepustakaan

Proses mencari data yang bersangkutan dengan masalah yang diangkat yaitu boreh dan juga berupa teori – teori lainnya di dalam buku, majalah, dan jurnal.

5. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi ini didapatkan peneliti melalui studi literatur, publikasi, majalah, internet, dan profil lembaga atau perusahaan.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data menggunakan metode analisis data :

VALS

(*Value* – Nilai, *Attitude* – Sikap, *Lifestyle* – Gaya hidup)

VALS merupakan sebuah metode segmentasi pasar yang bersifat *psikografis*, (Rini Dwiastuti 2012 : 77.). VALS berfungsi untuk menentukan target pasar dan target *audience*, dalam metode penelitian VALS ada delapan segmentasi kelompok dalam menentukan target tersebut adalah :

1. Kelompok Sejahtera (*The Affluent*)
2. Kelompok Sukses (*The Achievers*)
3. Kelompok Pencemas (*The Anxious*)
4. Kelompok Penyendiri (*The Loners*)
5. Kelompok Gaul (*The Socialite*)
6. Kelompok Pendorong (*The Pusher*)
7. Kelompok Pencari Perhatian (*Attention Seeker*)
8. Kelompok Pencari Kesenangan (*Pleasure Seeker*)

Sintesa

Berdasarkan pernyataan tersebut kemudian ditemukan kesimpulan tentang sosialisasi boreh yang akan dilakukan. Dari data yang sudah didapatkan oleh penulis dan analisis data yang telah dibuat menyatakan bahwa masyarakat yang memiliki salah satu dari 8 segmen untuk perilaku gaya hidup perkotaan terdapat dua jenis kepribadian *audience* yang dapat mendukung proses sosialisasi boreh ini. Dapat dilihat dari analisis data VALS di atas yang menyebutkan pembagian target

yaitu target market dan target *audience* dalam hal ini masyarakat yang menjadi target marketnya adalah masyarakat yang memiliki segmen sebagai kelompok sejahtera, kelompok sukses, kelompok pencemas, kelompok penyendiri, kelompok gaul, kelompok pendorong, dan kelompok pencari perhatian karena segmen tersebut dapat menerima informasi baru dari apa yang mereka belum atau hanya pernah melihat tetapi tidak tahu apa itu boreh menjadi lebih mengetahui tentang apa itu boreh. dan target *audience* dalam sosialisasi ini adalah masyarakat yang yang memiliki segmen sebagai kelompok pencari kesenangan karena mereka tidak ingin berusaha atau bekerja keras untuk mendapatkan hasil jadi boreh memerlukan waktu yang lama dalam penggunaannya dan juga memerlukan waktu dalam penyembuhannya jadi orang yang menggunakan obat tradisional harus bersabar untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.

Usaha Pemecahan Masalah

Seperti yang dijelaskan sebelumnya permasalahan yang dihadapi pada sosialisasi *boreh* ini adalah kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan obat tradisional khususnya *boreh*, sehingga mulai terlupakan.

Dalam mengatasi permasalahan *boreh* di Kota Denpasar penulis memilih untuk menggunakan desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah didasari dengan definisi desain komunikasi visual. Dengan teori atau ilmu desain komunikasi

visual penulis menyuarakan gerakannya ini menggunakan media sosialisasi yang dapat di terima oleh masyarakat di Kota Denpasar.

Dalam menentukan target dalam sosialisasi ini menggunakan analisis VALS yang menjadi target market adalah segmentasi kelompok sejahtera, kelompok sukses, kelompok pencemas, kelompok penyendiri, kelompok gaul, kelompok pendorong, dan kelompok pencari perhatian sedangkan yang menjadi target *audience* adalah segmentasi kelompok pencari kesenangan.

Hasil dan Pembahasan

Boreh merupakan obat tradisional bali yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit yang dibuat oleh leluhur kita untuk di jaga kelestariannya, dengan sosialisasi diharapkan *boreh* mendapatkan lagi eksistensi atau popularitasnya di hati masyarakat.



Gambar 1. Ilustrasi Boreh

Konsep Kreatif

Penentuan konsep kreatif untuk sosialisasi *boreh* di Kota Denpasar ini

ditentukan oleh permasalahan, target audiens, dan konsep untuk setiap media yang efektif. Dimana untuk mewujudkan konsep tersebut kemudian ditentukan konsep kreatif yaitu "kealamian yang mengedukasi", yang mana konsep tersebut mengartikan kealamian dari obat tradisional yaitu *boreh* serta dalam visual yang mengilustrasikan kealamian *boreh* dan juga menggunakan warna yang bersifat alami yaitu hijau, orange, dan coklat dan sosialisasi ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai *boreh* kepada masyarakat serta mengedukasi masyarakat perkotaan untuk turut menjaga *boreh* sebagai obat tradisional Bali. Jadi dari konsep ini diharapkan pesan yang disampaikan mudah untuk dipahami dan juga masyarakat ingin menggunakan *boreh* kembali.

Tujuan Kreatif

Berdasarkan konsep kreatif diatas diharapkan setelah audiens melihat media yang dibuat, audiens akan tertarik untuk mengetahui informasi mengenai *boreh* dan juga menggunakannya.

Strategi Kreatif

Dalam menentukan keberhasilan konsep kreatif yang dibuat diperlukan strategi kreatif yang mendukung kebenaran akan konsep yang dijabarkan. Dimana dalam strategi kreatif tersebut dibagi kedalam dua hal yaitu isi pesan dan bentuk pesan

Isi Pesan

Isi pesan yang disampaikan kepada masyarakat di Kota Denpasar disini merupakan informasi mengenai *boreh* dan

ajakan untuk melestarikan *boreh* dengan cara ikut menggunakannya.

Bentuk Pesan

Pesan yang disampaikan akan memberikan informasi tentang *boreh* kepada masyarakat di Kota Denpasar. Seperti pada konsep pesan yang disampaikan akan memiliki nilai efektif pada setiap media. Dimana nilai tersebut akan ditunjukkan lewat pesan verbal yang persuasif yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan dan visual yang memiliki daya tarik. Dan salah satu bentuk pesan ajakannya adalah "BOREHIN POK !". *borehin pok!* Ini memiliki arti dalam bahasa Balinya adalah *borehin* sekali yang diharapkan masyarakat yang membaca pesan ini tertarik untuk menggunakan, merasakan sensasi dan manfaat yang terkandung dalam *boreh* tersebut.

Program Kreatif

Selain konsep kreatif dan strategi kreatif dalam menentukan berhasilnya sosialisasi di Kota Denpasar, Program kreatif merupakan sekumpulan program yang menentukan alur sebuah media.

1. Tema Pesan

Tema pesan dalam sosialisasi yang dilakukan adalah "Boreh penghangat badan, obat tradisional Bali, yang memberikan arti bahwa *boreh* memiliki sensasi hangat dan juga *boreh* sendiri merupakan obat tradisional Bali.

2. Strategi Penyajian Pesan

Strategi penyajian pesan disampaikan dengan bentuk pertan verbal dan visual yang bersifat persuasif dan memiliki daya tarik Untuk mencapai pesan yang persuasif tersebut dipilih tema pesan rasional dan positifisme. Rasional dalam artian pesan pada media yang dibuat akan menambah wawasan masyarakat mengenai *boreh* dan ikut serta dalam pelestariannya dengan cara ikut menggunakan *boreh* sebagai obat tradisional Bali merupakan langkah yang tepat atau rasional lewat alasan-alasan yang disampaikan pada pesan. Sedangkan untuk positivisme pesan-pesan yang disampaikan pada media akan memiliki nilai positif tentang *boreh* yang kaya akan manfaatnya.

3. Pengarahan Pesan Visual

Pengarahan pesan visual merupakan sebuah upaya untuk menyatukan mindset audien yang melihat media yang dibuat. Dimana menyatukan pola pikir tersebut dilakukan dengan tujuan agar setiap orang yang melihat media yang dibuat mempunyai informasi yang sama. Sehingga tidak terjadi ambiguitas antara arti media satu dan lainnya. Dalam prakteknya pengarahan pesan visual ini dilakukan dengan mempertimbangkan 8 faktor yaitu :

a. Momen Visual

Momen visual yang akan diperlihatkan pada setiap media adalah masyarakat yang melihat

media sosialisasi antusias untuk mengetahui informasi mengenai *boreh* sebagai obat tradisional Bali tersebut.

b. Citra Visual

Citra yang ingin ditampilkan pada media sosialisasi ini memiliki kesan natural dan edukatif.

c. Tipe Huruf

Tipe huruf yang digunakan adalah Sans Serif (tidak berkait), Huruf jenis ini memiliki kesan yang mudah untuk dibaca.

d. Tone Warna

Tema warna yang digunakan untuk media yang dibuat menggunakan warna yang bersifat alami yaitu hijau, orange dan coklat.

e. Layout

Untuk layout digunakan urutan perhatian dari atas ke bawah, atau yang lebih dikenal sebagai sequence

f. Gaya Visual

Gaya visual yang digunakan adalah gaya visual yang mengesankan desain yang terlihat alami dan sederhana.

g. Model Ilustrasi

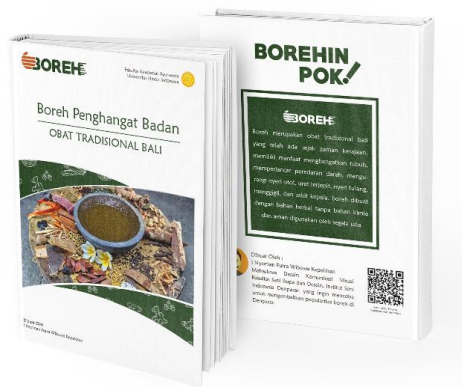
Ilustrasi yang digunakan dalam beberapa media menggunakan teknik ilustrasi gambar tangan dan juga beberapa menggunakan teknik digital dan agar dapat menginformasikan dengan jelas mengenai *boreh* sebagai obat tradisional Bali yang kaya akan

manfaat juga menggunakan tehnik fotografi.

Desain Media

Buku Saku

Difungsikan sebagai media yang menjelaskan boreh secara jelas dan juga lengkap dalam 1 buku saku, dengan Bahasa yang mudah dipahami.



Gambar 4, Buku Saku

Kesimpulan

Pada perancangan media sosialisasi sosial menggunakan ilustrasi digital dan juga fotografi, warna yang terlihat dominan pada semua media adalah warna hijau, karena hijau memiliki makna alami dan juga sehat. Tipografi yang digunakan berjenis sans serif yaitu menggunakan font Primetime dan juga menggunakan font maiandra GD agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dengan jelas. Pada semua media terdapat tagline yaitu “Borehin pok” yang memiliki arti borehin sekali dengan tagline ini diharapkan agar masyarakat yang belum

mengetahui boreh ingin mencoba untuk menggunakan boreh.

Saran

Dalam perancangan media dan juga skripsi karya ini penulis mendapatkan kesusahan dalam mendapatkan informasi mengenai boreh jadi sarannya kepada komunikator agar dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi sehingga bisa membantu orang – orang lain yang ingin juga untuk mempopuleritaskan boreh sebagai obat tradisional Bali.

DAFTAR PUSTAKA

Dwiastuti,Rini. 2012. *Ilmu Prilaku Konsumen*. Penerbit Universitas Brawijaya Press.