

INTISARI

Masalah kesehatan selalu ada dalam kehidupan masyarakat. Berbagai pola pencarian layanan medis yang dipilih oleh masyarakat baik secara tradisional maupun modern menunjukkan bahwa kesehatan memiliki posisi penting bagi mereka. Dalam era globalisasi seperti saat ini dimana media informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat maka perubahan juga hadir dalam dunia kesehatan. Permasalahan semakin kompleks ketika budaya *Getok Tular* yang digunakan oleh penyembuh tradisional sebagai sarana promosi saat ini sudah mulai tergantikan dengan konsep promosi secara modern melalui iklan di televisi. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui perubahan pola promosi yang dilakukan oleh penyembuh tradisional di Kota Surabaya hingga dinamika permasalahan yang ada didalamnya.

Penelitian ini dilakukan selama lima bulan yakni September 2014 hingga Januari 2015. Kota Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena kota ini merupakan kota terbesar kedua di Indonesia sehingga banyak pihak yang melihat peluang bisnis dan ekonomi di sana, tidak terkecuali para penyembuh tradisional. Menjamurnya praktik pengobatan tradisional serta banyaknya stasiun televisi lokal di kota ini menjadikan kemungkinan untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian semakin besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui studi etnografis. Proses wawancara mendalam juga dilakukan terhadap para informan diantaranya adalah penyembuh tradisional, beberapa pasien, pihak stasiun televisi hingga praktisi medis modern.

Hasil penelitian menunjukkan terjadi perubahan cara promosi yang digunakan oleh penyembuh tradisional saat ini, faktor internal dan eksternal juga ikut mempengaruhi terjadinya perubahan tersebut. Permasalahan mengenai eksistensi penyembuh tradisional di Kota Surabaya serta berbagai pandangan yang muncul diantara praktisi medis modern dengan penyembuh tradisional terkait perubahan pola promosi juga ditemukan dalam penelitian ini. Perbedaan pandangan yang muncul diantaranya adalah mengenai kode etik, validitas hasil pemeriksaan, kasus malapraktik hingga perbedaan mengenai kondisi sembuh.

Kata Kunci : Medis Tradisional, Medis Modern, Iklan, Televisi, Media.

ABSTRACT

Health issues cannot be separated from people daily life. Various kind of searching patterns that are selected by them for medical services, both in traditional or modern manners, show that it has significant position for them. In globalization era such today, where information and communication media are rapidly developed, therefore, there is a transformation occurred in health sector. Problems become complex when *Getok Tular* culture is used by traditional curing agents as current promotion media is starting to be feaded with many reasons and being replaced by modern promotion concept through television commercials. The main goal of this research is to find out the change of promotion patterns carried out by traditional curing agents in Surabaya city to its problems dynamics inside.

This research was carried out in five months, started from September 2014 to January 2015. Surabaya city was selected as research location due to it is the second largest city in Indonesia, so that a lot of parties see business and economy opportunities in this city, including the traditional curing agents. The rapidly growth of traditional curing practices and lots of local television stations in this city have made the possibility for the questions of this research to be answered. The method used in this research was a qualitative method through ethnography study. Indepth interview was also carried out toward the informants, such as the traditional curing agents, patients, the television station and modern health practitioners.

The research result showed that there was promotion manner change used by traditional curing agents nowadays, and the internal and external factors were also influenced upon this changes. The existence dynamics of traditional curing agents in Surabaya along with its conflicts that occurred between them and modern medical practitioners related to the promotion pattern changes also found in this research. Some of the conflicts were concerning to ethical code, examining result validity, malpractice cases to the different point of views concerning physical condition.

Keywords : Traditional Healht Care, Modern Health Care, Commercials, Television, Media.