



FAKULTAS DHARMA DUTA
UNIVERSITAS HINDU NEGERI
IGB SUGRIWA DENPASAR

PROSIDING 2022

SEMINAR NASIONAL FAKULTAS DHARMA DUTA

PENGEMBANGAN MASYARAKAT HINDU PADA ERA MODERASI BERAGAMA



SELASA, 29 MARET 2022

ISBN: 978-623-7294-8

PROSIDING 2022
SEMINAR NASIONAL
FAKULTAS DHARMA DUTA
“Pengembangan Masyarakat Hindu
pada Era Moderasi Beragama”

SELASA, 29 MARET 2022
AULA REKTORAT KAMPUS BANGLI



PENERBIT
UHN SUGRIWA PRESS
2022

Judul:

Prosiding 2022 Seminar Nasional Fakultas Dharma Duta “Pengembangan Masyarakat Hindu pada Era Moderasi Beragama”

Steering Committee:

Prof. Dr. Drs. I Gusti Ngurah Suidiana, M.Si

Dr. Drs. I Nyoman Ananda, M.Ag

Panitia Pelaksana:

Dr. I Nyoman Bontot, STP., M.Fil.H.

Md. Yudyantara Risadi, M.Pd

Ni Made Rai Kristina, SE.,MM

I Gusti Ayu Jantiana Manik Wedanti, SH., MH

I Putu Adi Saskara, S.Kom., M.I.Kom

Made Ika Kusuma Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom

I Putu Adi Pratama, S.Kom., M.Cs

Luh Gede Surya Kartika, S.T., M.T

I Putu Suyasa Ariputra, S.Pd., S.S., M.Pd

Bagus Ade Tegar Prabawa, M.I.Kom

I Nengah Alit Nuriawan, SS., M.Par

I Gusti Ketut Indra Pranata Darma, S.T., M.M.Par

Ulio, S.M., M.I.Kom

Ni Luh Putu Uttari Premananda, SE., M.Si

I Nyoman Surpa Adisastra, SH.H., M.Ag

Desyanti Suka Asih K. Tus, M.H.

Diselenggarakan Oleh:

Fakultas Dharma Duta

UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Penulis:

Pemakalah Webinar Kolaborasi

Penelaah:

Dr. I Ketut Wardana Yasa, SE., M.Fil.H

Dr. I Wayan Wiwin, SST.Par.,M.Par

Penyunting:

Luh Gede Surya Kartika, ST., M.T

Ni Luh Putu Uttari Premananda, S.E., M.Si.

Md. Yudyantara Risadi, M.Pd

I Putu Adi Pratama, S.Kom., M.Cs

Desain Grafis:

Ni Luh Putu Uttari Premananda, S.E., M.Si.

ISBN : ISBN: 978-623-7294-8

ISBN 978-623-7294-36-8 (PDF)



Diterbitkan oleh:

UHN SUGRIWA PRESS

Redaksi:

Jalan Ratna No.51 Denpasar

Telp/Fax 0361 226656, Kode Pos 80237

Email: uhnpress@uhnsugriwa.ac.id

Cetakan pertama:

Maret 2022

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin penulis dan penerbit

KATA PENGANTAR

Om Swastyastu,

Peran penyuluh agama khususnya penyuluh agama Hindu, masih terus diperlukan oleh masyarakat Hindu pada saat ini. Memasuki era industri 4.0, peran penyuluh agama Hindu semakin menantang. Keberadaan masyarakat Hindu di Indonesia tersebar di seluruh penjuru negeri namun menjadi penganut agama yang minoritas. Selain itu, perilaku generasi muda Hindu mengalami berubah. Baik cara berkomunikasi yang dipraktikkan, pemikiran masyarakat yang mulai mengarah pada perilaku pragmatisme dengan keadaan ekonomi yang semakin sulit pada era persaingan bebas.

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Hindu saat ini semakin kompleks. Oleh karena itu, strategi penyuluhan agama Hindu pada era industri 4.0 menuntut para penyuluh memahami teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK), mampu memberdayakan ekonomi masyarakat Hindu, dan mampu mendampingi masyarakat Hindu dalam mempertahankan hak asasinya.

Terkait dengan hal tersebut di atas, maka Fakultas Dharma Duta melaksanakan Seminar Nasional pada hari Selasa tanggal 29 Maret 2022 dengan tema “Pengembangan Masyarakat Hindu pada Era Moderasi Beragama” yang dibagi atas 6 sub tema, yaitu pendidikan berkelanjutan untuk masyarakat Hindu, strategi komunikasi penyuluhan bagi masyarakat Hindu pada era digital, pendampingan hukum bagi masyarakat Hindu di daerah minoritas, pengembangan potensi masyarakat Hindu melalui kewirausahaan sosial, dan moderasi beragama dalam perspektif Hindu. Seminar ini mengundang para peneliti untuk mengirimkan hasil penelitiannya yang berkaitan dengan strategi penyuluhan dan pengembangan masyarakat Hindu.

Kami berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi atas terlaksananya Seminar Nasional FDD 2022. Terima kasih juga disampaikan kepada panitia pelaksana, jajaran Fakultas Dharma Duta, Bapak Rektor UHN IGB Sugriwa Denpasar dan jajaran yang telah memfasilitasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan seminar nasional 2022.

Om Santi Santi Santi Om



Denpasar, 30 Maret 2022
Dekan Fakultas Dharma Duta

[Signature]
Dr. Drs. I Nyoman Ananda, M.Ag
NIP. 19670311 199803 1 002

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
PEMBERDAYAAN EKONOMI MELALUI PENYULUH DENGAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN STRATEGI MARKETING <i>THE ECONOMIC EMPOWERMENT THROUGH RELIGIOUS COUNSELOR WITH COMMUNICATION AND MARKETING STRATEGIES</i> Agus Wijaya	1-16
PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT HINDU MELALUI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL <i>ECONOMIC EMPOWERMENT OF THE HINDU COMMUNITY THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP PROGRAMS</i> I Nyoman Bontot	17-21
STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM KONTEKS WACANA DHARMA DI INDONESIA <i>PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN THE CONTEXT OF DHARMA DISCOURSE IN INDONESIA</i> Ida Bagus Putu Supriadi	22-30
FAKTOR-FAKTOR KETAHANAN AGAMA PEKERJA BALI DI LUAR BALI <i>RELIGIOUS RESILIENCE FACTORS OF BALINESE WORKERS OUTSIDE BALI</i> I Gede Sutarya , I Made Adi Surya Pradnya , dan Astrid Krisdayanthi	31-35
STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUH AGAMA HINDU KABUPATEN BULELENG DI MASA PANDEMI COVID 19 <i>COMMUNICATION STRATEGIES FOR THE HINDU RELIGION OF THE BULELENG DISTRICT DURING THE COVID 19 PANDEMIC</i> I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih dan I Gusti Ayu Diah Prameswara Padawati Indraswari	36-41
IMPLEMENTASI INTEGRASI PEMUJAHAN TRI MURTI DI PURA DALEM TAAK DESA BATUBULAN, KECAMATAN SUKAWATI, KABUPATEN GIANYAR <i>IMPLEMENTATION OF TRI MURTI WORSHIP INTEGRATION AT PURA DALEM TAAK BATUBULAN VILLAGE, SUKAWATI DISTRICT, GIANYAR REGENCY</i> I Nyoman Alit Supandi.....	42-48

PEMBERDAYAAN EKONOMI MELALUI PENYULUH DENGAN STRATEGI KOMUNIKASI DAN STRATEGI MARKETING

THE ECONOMIC EMPOWERMENT THROUGH RELIGIOUS COUNSELOR WITH COMMUNICATION AND MARKETING STRATEGIES

Agus Wijaya

Program Studi Manajemen Pemasaran Politeknik UBAYA, Surabaya, Email: aguswijaya@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini ingin mendalami program pemberdayaan ekonomi umat Hindu yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Hindu. Ada empat masalah yang diteliti, yaitu: (a) Apa saja program pemberdayaan yang dilakukan oleh penyuluh (b) Apa motivasi penyuluh dalam menjalankan program pemberdayaan umat Hindu di wilayah binaannya? (c) Apa strategi komunikasi yang digunakan penyuluh dalam menjalankan program kerjanya? (d) Apa strategi *marketing* yang digunakan penyuluh dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu? Penelitian ini menggunakan metode analisis isi pesan (*content analysis*) secara kualitatif dengan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Penelitian ini bersifat deskriptif karena bertujuan untuk memberikan gambaran aspek-aspek isi pesan yang disampaikan oleh responden. Hasil penelitian yang diperoleh: *pertama*, para penyuluh menjalankan program penyuluhan yang bervariasi mulai 2 sampai 6 program dalam periode satu tahun. Masih sedikit di antara penyuluh yang ada di enam provinsi yang melaksanakan program pemberdayaan ekonomi umat Hindu. *Dua*, penyuluh memiliki motivasi yang tinggi atau sangat tinggi yang disebabkan oleh *motivasi internal*, karena *kebutuhan ingin menjadi pribadi yang berprestasi* di mata umat Hindu, *ingin mengaktualisasikan diri* di lingkungan umat Hindu, serta karena didorong oleh nilai-nilai spiritual yang telah tertanam di dalam diri penyuluh, seperti nilai *swadharma*, tanggung jawab. *Tiga*, sebagian penyuluh masih mengandalkan menggunakan strategi komunikasi konvensional dalam bentuk *dharma wacana* dan *dharma tula* dalam menjalankan program penyuluhannya, penyuluh yang lain sudah mulai beralih, berubah, beradaptasi, dan menggunakan strategi komunikasi modern yang berbasis *information technology* (IT). *Empat*, penyuluh yang telah melaksanakan pemberdayaan ekonomi umat Hindu, sebagian masih menggunakan strategi *marketing* konvensional dengan lingkup yang terbatas, namun sebagian penyuluh telah mulai menggunakan strategi *marketing* modern, yakni *digital marketing*, *marketing* interaktif, dengan menggunakan *new media* atau media sosial baru dalam menjalankan usaha atau bisnis pribadinya, serta dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu di wilayah binaannya.

Kata kunci: pemberdayaan ekonomi, penyuluh, strategi komunikasi, strategi *marketing*.

Abstract

This study aims to explore the economic empowerment program for Hindus carried out by Hindu Religious Counselors. There are four problems studied, namely: (a) What are the empowerment programs carried out by the counselors (b) What is the motivation of the counselors in carrying out the Hindu empowerment program in their target area? (c) What is the communication strategy used by the counselors in carrying out his work program? (d) What is the marketing strategy used by counselors in carrying out economic empowerment programs for Hindus? This research used a qualitative content analysis method with purposive sampling as data collection techniques. This research is descriptive because it aims to provide an overview of aspects of the content of the message conveyed by the respondent. The results showed the following. First, the counselors run extension programs that vary from 2 to 6 programs in a one-year period. There are still a few of the existing counselors in the six provinces who carry out economic empowerment programs for Hindus. Second, the counselors have high or very high motivation caused by internal motivation, because of the need to be people who excel in the eyes of Hindus, who want to actualize themselves in the Hindu community because they are driven by spiritual values that have been embedded in them, such

as the value of swadharma, responsibility. Third, counselors still rely on using conventional communication strategies in the form of dharma discourse and dharma tulla in carrying out their counseling programs. Meanwhile, other counselors have started to switch, change, adapt, and use modern communication strategies based on information technology (IT). Last, some counselors who have implemented economic empowerment of Hindus, still use conventional marketing strategies with a limited scope, but some counselors have started using modern marketing strategies, namely digital marketing, interactive marketing, using new media or new social media in running their business or his personal business, as well as in carrying out economic empowerment programs for Hindus in his target area.

Keywords: *economic empowerment, counselor, communication strategy, marketing strategy.*

PENDAHULUAN

Merupakan kewajiban Pemerintah, dalam hal ini Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat (Bimas) Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia untuk melakukan pembinaan, bimbingan, khususnya penyuluhan kepada masyarakat (umat Hindu) di seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan dalam bentuk mengelola tenaga Penyuluh, baik yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun Penyuluh yang non-PNS. Keberadaan penyuluh sangat dibutuhkan di tengah-tengah lingkungan umat Hindu, khususnya ketika masa Pandemi Covid-19, yang mulai dirasakan dampaknya sejak tahun 2020 sampai saat ini. Di samping itu, keberadaan Penyuluh Agama Hindu sangat diperlukan oleh umat Hindu di tengah era globalisasi yang diwarnai oleh pengaruh materialisme, individualisme, bahkan hedonisme, yang semakin menjauhkan orang (umat Hindu) dari kesadaran rohani, menumbuhkan keserakahan yang akhirnya berbuntut kekecewaan, *stress*, dan berujung pada fenomena bunuh diri atau kematian (Pratyaksa, 2021).

Umumnya para penyuluh berhadapan dengan dua kelompok masyarakat (umat Hindu), yakni kelompok yang masih tradisional atau konvensional dan kelompok yang sudah familiar dengan *information technology* (IT). Menurut Nyoman Bontot (2020), seiring perubahan karakteristik dan perilaku (perubahan sosial) yang dialami para *generasi milenial*, maka media penyuluhan perlu diubah dari *real space* (ruang kelas, aula, bale banjar) menjadi *virtual space* (whatsapp, instagram, website). Strategi atau teknik yang digunakan oleh para penyuluh dalam penyampaian materi penyuluhan perlu diubah dari yang konvensional ke strategi penyuluhan yang lebih modern yang berbasis IT. Para penyuluh perlu melakukan penyesuaian strategi dan materi penyuluhannya yang lebih cocok dengan karakter masyarakat modern dan para *generasi milenial*, yang terbuka dengan ide-ide baru, serba praktis atau instan, dan cepat berubah.

Para Penyuluh Agama Hindu dibebankan pada dua tanggung jawab dalam menyampaikan materi penyuluhan, yakni: (a) materi penyuluhan Agama Hindu, dan (b) materi penyuluhan yang terkait dengan pembangunan atau pemberdayaan masyarakat secara lebih luas, khususnya bidang pemberdayaan ekonomi umat Hindu. Di dalam realitanya, tidak semua penyuluh memiliki kesadaran dan kemampuan (wawasan, *skills*) untuk memasukkan pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program penyuluhan tahunannya. Hal ini terkait dengan faktor internal si penyuluh yang tidak memiliki usaha/bisnis sehingga tidak percaya diri menyampaikan materi penyuluhan di bidang pemberdayaan ekonomi, atau para penyuluh belum memiliki wawasan yang cukup di bidang ekonomi, khususnya di bidang pemasaran (*marketing*), dan belum pernah mendapatkan pelatihan di bidang pemberdayaan ekonomi atau pelatihan di bidang manajemen pemasaran (*marketing*) atau di bidang kewirausahaan sosial.

Fenomena yang banyak terjadi di tengah masyarakat saat ini, khususnya di lingkungan umat Hindu, yang juga perlu mendapat perhatian dari para penyuluh adalah adanya para pelaku usaha atau bisnis yang masih bergelut dengan permasalahan yang mengakibatkan daya saing bisnisnya masih rendah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah masih terbatasnya kemampuan dalam melakukan strategi pemasaran atau *marketing strategy* (Susanto, dkk., 2020). Fenomena ini jika memungkinkan juga dimasukkan menjadi bagian dari program penyuluhan dalam bidang pemberdayaan ekonomi umat Hindu.

Ada empat masalah yang diteliti, dibahas, dan dicari jawaban serta solusinya sebagai berikut: (a) Apa saja program pemberdayaan secara umum yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Hindu dalam periode satu tahun? Apa saja program pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Hindu terhadap sasaran umat Hindu di wilayah binaannya? (b) Apa motivasi Penyuluh Agama Hindu dalam menjalankan program pemberdayaan umat Hindu di wilayah binaannya? (c) Apa strategi komunikasi yang digunakan Penyuluh Agama Hindu dalam

menjalankan program kerjanya? (d) Apa strategi *marketing* yang digunakan Penyuluh Agama Hindu dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu di wilayah binaannya?

Untuk memberikan landasan teori terhadap permasalahan dan hasil penelitian yang dibahas, terlebih dahulu diuraikan beberapa konsep yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi, penyuluh, strategi komunikasi, dan strategi *marketing*.

Pemberdayaan Ekonomi

Inti dari konsep pemberdayaan adalah kata dasar *daya*, yang artinya kekuatan (*empowerment*). Di dalam ajaran agama Hindu terdapat istilah *sakti* yang bermakna sama dengan kekuatan (*power*). Di dalam *Manawa Dharma Sastra, adhyaya 7, sloka 10*, disebutkan, “*karyam so'weksya caktimca decakalan ca tattwatah, kurute dharmasiddhiyartham wicwa-rupam punah punah*”, artinya: untuk meningkatkan kesejahteraan (mau menjadi apa saja) di dunia (*jagadhita*), umat Hindu wajib memperhatikan lima aspek yang disebut *dharmasiddhiyartha*, yaitu: (a) *iksa* (tujuan/maksud/pertimbangan yang bijaksana); (b) *sakti* (kekuatan); (c) *desa* (tempat/*local genius*), (d) *kala* (waktu), dan (e) *tattva* artinya filsafat/filosofi (Pudja, G dan Tjokorda Rai Sudharta, 2002:355).

Pemberdayaan mengandung makna memberikan daya atau kekuatan (*sakti*) kepada kelompok masyarakat (umat Hindu) yang lemah yang belum atau tidak berdaya. Ketidakberdayaan masyarakat disebabkan oleh faktor internal (dari dalam dirinya) dan faktor eksternal (faktor luar). Setelah diberdayakan secara ekonomi diharapkan kelompok masyarakat (umat Hindu) akan lebih sejahtera (*jagadhita*), berdaya atau memiliki kekuatan dalam memenuhi kebutuhan hidup utama, dan menjadi masyarakat yang mandiri dalam segala aspek, yakni mandiri secara ekonomi, sosial, budaya, politik, dll.

Menurut ajaran Agama Hindu, sumber utama kekuatan manusia untuk melakukan pemberdayaan adalah roh atau atman yang ada di dalam dirinya. Dalam Weda telah disebutkan, bahwa Brahman memasuki tubuh manusia, dan Dia menjadi raja dari tubuh itu. Atman itulah yang menjadi daya hidup setiap manusia. Selanjutnya, di dalam Yajurveda XXX.5 disebutkan, *brahmane brahmanam, ksatraya rajanyam, marudbhyo vaisyam, tapase sudram*, artinya: Brahman (Tuhan) telah menciptakan para *brahmana* untuk menjadi ahli ilmu pengetahuan, para *ksatria* untuk perlindungan, para *vaisya* untuk perdagangan/pemberdayaan ekonomi, dan para *sudra* untuk pekerjaan jasmaniah (Sastrawan, 2007).

Penyuluh Agama Hindu dapat menggunakan 10 sumber daya atau sumber kekuatan (*sakti, power*) yang ada pada diri (atau dimiliki oleh

manusia untuk melakukan upaya pemberdayaan ekonomi umat Hindu, sebagai berikut: (a) kekuatan ilmu pengetahuan *paravidya* dan *aparavidya*, atau wawasan yang luas, (b) kekuatan keahlian atau keterampilan (*skills*), (c) kekuatan karakter atau wibawa atau kekuatan rohani, (d) kekuatan jaringan atau koneksi (*connection power*), (e) kekuatan uang atau modal (*money*), (f) kekuatan legalitas atau jabatan formal, (g) kekuatan informasi, teknologi, media, (h) kekuatan sanksi atau menciptakan rasa takut (*coercive power*), (i) kekuatan wanita atau perempuan, dan (j) kekuatan kumpulan manusia dalam jumlah banyak (*people power*).

Sasaran dari upaya pemberdayaan ekonomi adalah umat Hindu yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dasarnya, yang tidak memiliki sumber-sumber produktif, atau tidak memiliki akses terhadap sumber-sumber produktif karena keterbatasan dalam hal sikap atau karakter, wawasan, keterampilan (*skills*), pendidikan, teknologi, atau karena kemiskinan struktural, dan lain-lain. Di dalam *Peraturan Perundang-undangan Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa* disebutkan, pemberdayaan merupakan suatu kegiatan yang mengupayakan pengembangan sikap, pengetahuan, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta sumber daya yang dimanfaatkan sebagai bentuk suatu kebijakan dan program serta kegiatan pendampingan masyarakat yang sesuai esensi permasalahan dan kepentingan kebutuhan masyarakat desa.

Pemberdayaan masyarakat (umat Hindu) didefinisikan sebagai sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial, yakni bersifat: (a) *people centered* (berpusat pada manusia), (b) *participatory* (partisipatif), (c) *empowering* (memberdayakan), dan (d) *sustainable* (berkelanjutan). Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangun koneksi dan legitimasi penguatan wilayah desa dengan memperkuat unsur-unsur elemen kemasyarakatan yang dapat memperbaiki harkat dan martabat serta keadaan warga desa dari ketidakberdayaan dalam aspek ekonomi dengan menumbuhkan minat dan mengandalkan potensi, sehingga kemiskinan dan keterbelakangan dapat teratasi (Anwar, 2012). Program ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial dapat menjadi dua terobosan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat (umat Hindu) sebab cukup banyak program pemberdayaan di bidang ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial yang berbasis kearifan lokal (*local wisdom* atau *local genius*) yang terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat (Habib, 2021; Jatmiko, 2020).

Di dalam ajaran Agama Hindu dikatakan, salah satu upaya memberdayakan masyarakat (umat Hindu) adalah dengan cara meningkatkan pengetahuan umat Hindu, baik melalui *paravidya* maupun *aparavidya* (*Mundaka Upanisad* I.1.3-5).

Menurut Titib (2021), ada dua jenis pengetahuan yang berbeda untuk diperoleh atau diajarkan yakni: 'pengetahuan yang lebih tinggi' yang disebut *paràvidyà* dan 'pengetahuan yang lebih rendah' yang disebut *aparàvidyà*. Pengetahuan yang lebih rendah terdiri atas semua pengetahuan tekstual - empat *Veda*, ilmu pengucapan, kode ritual, tata bahasa, etimologi, metrum, dan astronomi. Sebaliknya, pengetahuan yang lebih tinggi dengan mana *Àtman* yang tidak dapat diubah dan yang tidak dapat binasa direalisasikan, yang mana pengetahuan menghasilkan realisasi langsung dari Realitas Tertinggi, sumber dari segalanya. Pengetahuan tentang *Àtman* sangat halus; itu tidak dapat diperoleh hanya dari usaha sendiri; *Àtman* tidak dapat dipahami oleh peralatan intelektual belaka. Karena itu, pengetahuan tentang *Atman* yang tidak lain adalah pengetahuan tentang *Brahman* harus dipelajari secara benar dengan modal rendah hati (*Bhagavadgita* IV.34 dalam Pudja, 2012:103) dari seorang guru/penyuluh yang mapan, sebab hanya pengetahuan dari guru/penyuluh yang mapan adalah pengetahuan yang benar (*Mundaka Upanisad* I.2.13 dalam Radhakrishnan, 2008:531).



Gambar 1. Belajar memahami tentang Atman dengan Paravidya

Jika aspeknya yang akan diberdayakan adalah aspek ekonomi umat Hindu, tentu saja ilmu yang terdekat yang bisa digunakan adalah ilmu Ekonomi (*Varta*). Ilmu Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia untuk mendapatkan dan mengelola sumber daya yang terbatas. Ilmu ini muncul karena manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas, tetapi sumber daya yang tersedia untuk memenuhinya terbatas. Dengan mempelajari Ilmu Ekonomi (*Varta*), yang di dalamnya antara lain terdapat Ilmu Manajemen Pemasaran (*Marketing*), kita bisa memprediksi tindakan manusia ke depannya yang kemudian bisa digunakan untuk perencanaan bisnis,

produksi (produk/jasa), penentuan harga, membuat kebijakan pemasaran, mengkomunikasikan (*promotion*), pendistribusian (*distribution*), kebijakan sumber daya manusia, hingga membuat kebijakan untuk pemberdayaan ekonomi atau kesejahteraan masyarakat (umat Hindu). Manfaat ilmu Ekonomi, khususnya ilmu Manajemen Pemasaran, adalah: (a) memberikan masukan untuk pengambilan keputusan terhadap tindakan ekonomi, (b) membantu dalam memahami pola perilaku ekonomi masyarakat, (c) membantu pengambilan keputusan dalam prioritas kebutuhan yang ingin dipenuhi, (d) membantu memberikan pengertian pada potensi dan keterbatasan sebuah kebijakan ekonomi, dan (e) meningkatkan kepekaan manusia pada masalah ekonomi dan global.

Di dalam *Manava Dharmasastra* IV.19 disebutkan, “*buddhi wrdhi karanyacu dhani ca hitani ca, nityam catranya wekseta nigamamccaiwa waidikan*”, artinya: hendaknya ia (umat Hindu) setiap hari memperdalam ilmu pengetahuan, misalnya: (a) kesusasteraan klasik, (b) kesusasteraan kuna, (c) filsafat, (d) *ilmu ekonomi (varta)*, (e) ilmu obat-obatan, (f) astrologi, dll, yang dengan cepat akan menumbuhkan kebijaksanaan, mempelajari segala yang mengajarkan bagaimana mendapatkan harta (*artha*); segala yang berguna untuk hidup keduniawian dan demikian pula mempelajari *nigama* yang memberi keterangan-keterangan tentang *Veda* (Pudja, G dan Tjokorda Rai Sudharta, 2002:217). Ekonomi Hindu adalah upaya mendapatkan, mengelola, dan memanfaatkan harta (*artha*) secara benar. Jika benar cara memperoleh *artha*, maka *artha* itu akan menghantarkan umat Hindu pada kebahagiaan di dunia (*Jagadhita*).

Apabila *adharma* (ketidakbenaran) landasan mendapatkan harta, maka *artha* itu akan menyebabkan penderitaan. Di dalam *Sarasmuscaya* disebutkan, *artha* dibagi tiga, yaitu 30% untuk biaya hidup; 30% untuk melaksanakan *pancayajna*; dan 30% untuk ditabung atau diinvestasikan (deposito). Dengan membagi tiga *artha* itu maka pemiliknya akan hidup bahagia, semua pihak, yakni para *dewa, pitara, rsi*, manusia lainnya, dan para *bhuta* melalui *panca yajna* juga akan hidup bahagia (Donder, 2021).

Agama Hindu mengajarkan umatnya untuk mencari harta atau melakukan pemberdayaan ekonomi pada tahapan kedua dari ajaran *catur warga*, yaitu: *dharma, artha, kama*, dan *moksa*. *Dharma* artinya kebenaran, kewajiban, agama, hukum, peraturan, dan tuntunan spirit bagi umat Hindu. *Artha* artinya harta atau kekayaan atau ekonomi, yang juga bisa berarti tujuan hidup yang dicari oleh umat Hindu. Carilah *artha* dengan

tuntunan atau sesuai dengan *dharma*. *Kama* artinya keinginan, cita-cita, ambisi, atau nafsu. Sedangkan *moksa* adalah tujuan hidup tertinggi, kelepasan dari ikatan dunia. *Artha* atau ekonomi adalah sarana untuk memenuhi *kama* dan untuk mencapai *moksa* (Subagiasta, 2022). Menurut Donder (2021), berdasarkan sloka *Manawa Dharmasastra* V.109; sloka *Canakya Nitisastra* XIII.10 tentang *Catur Purusa Artha*; dan *Canakya Arthasastra*, Hindu mengajarkan satu prinsip, yaitu: mencari, melakukan pemberdayaan ekonomi, dan mengelola harta (*artha*) sesuai dengan tuntunan *dharma* untuk memenuhi *kama* serta untuk mencapai kebebasan (*moksa*).

Untuk melakukan pemberdayaan ekonomi atau meningkatkan kesejahteraan umat Hindu, *Manawa Dharmacastra* II.224 mengajarkan prinsip keseimbangan antara *dharma*, *artha*, dan *kama*, dengan menyatakan, “*creyah ewa hi dharmarthau tad darcayati, dharmathawucyate creyah karmarthau dharma ewa ca, artha ewaha wa creyastri it tu sthitih*”, artinya: ada yang mengatakan bahwa mengejar kebaikan rohani (*dharma*) yang tertinggi; ada yang mengatakan mengejar harta (*artha*) yang lebih utama; ada juga yang mengatakan memuaskan nafsu adalah kebaikan tertinggi; tetapi sebenarnya kebahagiaan tertinggi adalah pada keseimbangan ketiga unsur tadi: *dharma*, *artha*, dan *kama* (Pudja, G dan Tjokorda Rai Sudharta, 2002:123).

Penyuluh Agama Hindu

Agama Hindu mengajarkan tentang catur guru atau empat guru sebagai pember-daya yang wajib dihormati oleh umat Hindu, yakni: (a) Tuhan (Hyang Widhi), (b) orang tua, (c) guru (dalam arti sempit), dan (d) pemerintah. Keberadaan Penyuluh (counselor) Agama Hindu merupakan perwujudan atau kepanjangan dari komponen guru yang keempat dan ketiga, yakni pemerintah dan guru, yakni seseorang yang mewartakan, mengajarkan, dan memberikan penerangan atau pencerahan tentang ajaran-ajaran suci Weda kepada umat Hindu yang masih kurang pemahamannya tentang ajaran Weda.

Tugas pokok dari seorang Penyuluh Agama Hindu yaitu melaksanakan bimbingan dan Pembinaan kepada kelompok sasaran umat Hindu yang belum atau kurang berdaya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seorang penyuluh adalah seorang pemberdaya, seseorang yang memiliki kekuatan (sakti) untuk memberdayakan orang lain. Tugas Penyuluh Agama Hindu yakni melaksanakan bimbingan penyuluhan dengan materi agama dan materi pembangunan dalam arti luas dengan bahasa agama Hindu.

Pratyaksa dan Putri (2021) mengutip pendapat Wulandari & Utara (2020) menyatakan, fungsi penyuluh di antaranya: (a) fungsi informatif yaitu sebagai sumber informasi (komunikator),

tempat untuk memperoleh informasi tentang kehidupan keagamaan dan masalah kehidupan/pembangunan, (b) fungsi edukatif yaitu sebagai guru atau pendidik, melaksanakan fungsi mendidik umat Hindu yang belum berdaya sesuai dengan kitab suci Weda dan Susastra Weda, serta (c) fungsi konsultatif yaitu sebagai konsultan ahli, tempat bertanya atau konsultasi bagi umat Hindu dalam memecahkan dan menyelesaikan masalah, khususnya masalah keagamaan dan masalah pembangunan dalam arti luas.

Keberadaan Penyuluh Agama Hindu di setiap wilayah di seluruh Indonesia dalam hal pembinaan umat Hindu menunjukkan suatu kekonsistenan program yang dilaksanakan walaupun pada masa Pandemi Covid-19. Hal ini tentu tidak menyurutkan kewajibannya sebagai seorang dharma duta untuk membina umat di setiap wilayah (Dwipayana, 2020). Metode atau cara yang digunakan oleh para penyuluh agama Hindu umumnya (sebagian besar) adalah dharma wacana (ceramah, komunikasi satu arah) dan dharma tula (tanya jawab atau diskusi, komunikasi dua arah). Di samping itu, beberapa penyuluh yang kreatif dan memiliki motivasi tinggi juga telah menggunakan metode penyuluhan yang lebih modern, yakni kegiatan penyuluhan Agama Hindu melalui dunia maya (virtual space) sebagai ruang publik melalui mailing list, website, twitter, groups whatsapp, facebook, instagram (IG), dan lain-lain (Bontot, 2020).

Untuk memahami motivasi (dorongan) seseorang menjadi Penyuluh Agama Hindu, dan bagaimana tingkat motivasi seorang penyuluh dalam menjalankan program kerjanya, antara lain dapat dianalisis dengan teori motivasi Maslow. Abraham Maslow menggolongkan kebutuhan manusia menjadi lima kebutuhan dasar yang dijelaskan dalam bentuk piramida tingkatan yang dimulai dari kebutuhan fisiologis atau kebutuhan fisik, kebutuhan rasa keamanan (*safety*), kebutuhan sosial (untuk mendapat *belonging and love*), kebutuhan berprestasi, dan kebutuhan aktualisasi diri (lihat Muhibbin dan Marfuatun, 2020; mengutip pendapat Ginting, 2018).

Seorang penyuluh yang memiliki motivasi yang tinggi atau sangat tinggi akan mampu memberdayakan umat Hindu dalam bidang ekonomi sebagai program kerja penyuluhannya apabila ia telah memiliki motivasi pada level keempat, yakni motivasi untuk menjadi orang yang berprestasi, dan pada level kelima, yakni motivasi untuk aktualisasi dirinya di tengah-tengah masyarakat (umat Hindu).

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan.

Strategi komunikasi dapat berwujud berbagai macam aktivitas seperti: memilih cara berkomunikasi secara konvensional atau cara modern, memilih dan merencanakan *new media* atau media sosial (*social media*) yang akan digunakan, memilih atau menggunakan dukungan peralatan yang berbasis *information technology* (IT), dan lain-lain.

Dalam beberapa tahun terakhir, *new media* atau *social media* dapat dijadikan sebagai sarana sekaligus strategi komunikasi dalam menjalankan program kerja seorang Penyuluh Agama Hindu. Salah satu contohnya adalah menggunakan *new media* sebagai strategi komunikasi di bidang promosi pariwisata di desa wisata Sudaji, kabupaten Buleleng, Bali. Sejumlah pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) berperan serta dalam mempromosikan desa wisata Sudaji kepada calon wisatawan, termasuk Pemerintah Kabupaten Buleleng dengan menerbitkan *website* profil desa wisata Sudaji, juga inisiatif masyarakat melalui media sosial yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap promosi dan komunikasi pariwisata desa wisata Sudaji (Pratyaksa, 2020).

Media sosial (*social media*) yang baru, seperti: *FB*, *IG*, *Twitter*, *GWA*, dan lain-lain merupakan *platform* media yang bersifat sangat terbuka, memungkinkan siapapun untuk menggunakan, memproduksi isi pesan (*content*), dan mengkonsumsinya. Ciri-ciri *social media* antara lain: (a) adanya keterlibatan yang tinggi, di mana pengguna dapat berinteraksi dengan pemilik akun (*admin*), (b) komunikasi di media sosial berlangsung dua arah dan *real time*, (c) adanya kemudahan dalam mengoperasikan media tersebut memungkinkan masyarakat (umat Hindu) yang memiliki pengetahuan yang minim tentang internet dan teknologi informasi (IT) dapat mengelola suatu akun media sosial.

Strategi Marketing

Pemasaran (*marketing*) merupakan proses manajerial, mulai dari perencanaan (*planning*), membentuk organisasi, struktur, dan jaringan (*organizing*), memberikan pengarahan (*directing*), membuat keputusan (*decision making*), melaksanakan rencana yang telah dibuat (*actuating*), mengontrol aktivitas (*controlling*), sampai kepada mengevaluasi (*evaluation*) dan memberikan umpan balik (*feedback*), yang menjadikan individu atau kelompok masyarakat mendapatkan apa yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau semua kegiatan yang menyangkut penyampaian produk

dari produsen kepada konsumen. Aktivitas pemasaran (*marketing*) umumnya dilakukan oleh pelaku usaha atau bisnis yang berorientasi untuk mendapatkan keuntungan. Pada lingkup yang lebih terbatas, selain melakukan pemasaran (*marketing*), para pelaku usaha atau bisnis juga melakukan apa yang disebut dengan penjualan (*selling*).

Sebagai contoh, Dinas Pariwisata Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, telah melakukan berbagai strategi pemasaran (*marketing*) guna mempromosikan obyek wisata alam Situ Gede, salah satunya dengan *promotion mix* atau bauran promosi yang merupakan gabungan strategi dalam melakukan strategi promosi untuk mencapai tujuan guna menjadikan obyek wisata alam tersebut banyak dikenali masyarakat dan ramai pengunjung, sehingga akan menambah pendapatan daerah dan dapat meningkatkan pendapatan penduduk setempat (Priantana dan Santoso, 2019).

Terdapat beberapa komponen yang membentuk komunikasi pemasaran yang disebut bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi atau *promotion mix*. Komponen atau unsur-unsur komunikasi pemasaran yang dapat digunakan sekaligus menjadi strategi pemasaran, yakni: (a) memasang iklan melalui media massa (*media advertising*), (b) melakukan pemasaran langsung (*direct marketing*), (c) melakukan promosi penjualan (*sales promotion*), (d) melakukan penjualan personal (*personal selling*), (e) melakukan pencitraan atau *public relations*, dan (f) melakukan pemasaran interaktif.

Upaya yang dilakukan dinas pariwisata melalui berbagai strategi yang digunakan tentunya menghasilkan perubahan yang lebih baik bagi obyek wisata alam tersebut, dari yang semula sangat sepi pengunjung karena lokasi tersebut tidak dikenal banyak orang dan mengalami keterbengkalaiannya, kini obyek wisata alam Situ Gede banyak diminati masyarakat, terutama kalangan milenial. Melalui strategi pemasaran yang dilakukan oleh dinas pariwisata yang menggunakan strategi campuran, yakni periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, *public relations*, dan pemasaran interaktif, telah berhasil meningkatkan jumlah wisatawan.

Saat ini dan di masa depan, dunia usaha atau masyarakat bisnis mulai meninggalkan strategi pemasaran tradisional, dan sedikit demi sedikit beralih ke strategi pemasaran modern, yaitu dengan strategi *digital marketing*. Menurut *American Marketing Association* (AMA), *digital marketing* adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi *digital* dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan

menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen serta pihak yang berkepentingan lainnya. *Digital marketing* merupakan upaya penggunaan internet dan teknologi informasi dalam aktivitas pemasaran yang tujuannya untuk memperluas dan meningkatkan fungsi *marketing* tradisional (Prasetyo, 2020). Ciri-ciri strategi *digital marketing* antara lain: (a) kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan berbagai teknologi informasi, (b) aktivitas untuk memperluas pasar ke tingkat dunia (mengglobal) dan meningkatkan volume penjualan, (c) memungkinkan calon pelanggan potensial untuk mendapatkan segala macam informasi tentang produk dan/atau jasa, (d) komunikasi dan transaksi bisnis dapat dilakukan setiap waktu (*real time*), dan (e) memasarkan sebuah produk dan/atau jasa dengan cepat, luas, dan murah.

Dunia usaha atau masyarakat bisnis yang tidak mengikuti perubahan akan ditinggalkan oleh konsumen atau pelanggan (*customer*) mereka, karena keinginan dan perilaku konsumen pun ikut berubah pada era revolusi industri 4.0 saat ini. Pemanfaatan *digital marketing* pada era industri 4.0 dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk dan/atau jasa agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, sedangkan dari sisi calon konsumen dapat digunakan sebagai media yang memudahkan dalam pencarian informasi produk (Irfani, dkk., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi pesan (*content analysis*) secara kualitatif dengan teknik pengumpulan data *purposive sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah analisis konten kualitatif karena peneliti lebih tertarik pada makna terkait dengan isi pesan yang disampaikan oleh responden (*sample*) penelitian daripada dengan berapa kali variabel pesan terjadi. Penelitian ini bersifat deskriptif karena bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran aspek-aspek ataupun karakter isi pesan yang disampaikan oleh responden. Penelitian ini bukan untuk mencari hubungan ataupun menguji hipotesis.

Dalam pengambilan *sample* penelitian digunakan teknik *purposive sampling*, dengan cara peneliti sengaja memilih responden tertentu dengan maksud/tujuan tertentu. Total responden (*sample*) yang dipilih dalam penelitian ini sebanyak 18 orang Penyuluh Agama Hindu di 6 provinsi di Indonesia, yakni: Jawa Timur, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Lampung, Bangka Belitung, dan Sulawesi Tengah. Total populasi Penyuluh Agama Hindu di 6 provinsi tersebut adalah 343 orang penyuluh, dengan rincian jumlah penyuluh di provinsi Jawa Timur sebanyak 65 orang, Jawa

Tengah sebanyak 78 orang, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebanyak 32 orang, Lampung sebanyak 78 orang, Bangka Belitung sebanyak 20 orang, dan Sulawesi Tengah sebanyak 70 orang. Penyuluh Agama Hindu yang dipilih sebagai *sample* penelitian ini baik yang statusnya PNS maupun yang Penyuluh Non-PNS, yang baru beberapa bulan bergabung sebagai penyuluh maupun yang sudah menjadi penyuluh lebih dari 15 tahun, baik yang wilayah binaannya di perkotaan maupun yang di pedesaan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis induktif untuk mengembangkan kategori-kategori ke dalam sebuah model atau kerangka dengan meringkas data mentah yang kompleks. Analisis secara induktif merupakan prosedur untuk menemukan konsep, tema, ataupun model berdasarkan interpretasi peneliti melalui pembacaan yang detail terhadap isi pesan yang diungkapkan oleh responden (*sample*) penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program Pemberdayaan Ekonomi Umat Hindu

Dari 18 orang *sample* penelitian, yakni Penyuluh Agama Hindu di 6 provinsi di Indonesia, program yang dilaksanakan oleh para penyuluh dalam periode 1 tahun *sangat bervariasi*, setiap penyuluh menjalankan antara 2 sampai 6 program kerja. Variasi program kerja yang dilaksanakan oleh para penyuluh tergantung lamanya mereka bergabung/bekerja sebagai penyuluh, pengalaman penyuluh, wilayah binaan, dan status penyuluh: PNS atau non-PNS. Berikut ini contoh program kerja dari dua orang penyuluh di dua wilayah binaan berbeda, yakni: (a) Bambang Wahyu Utomo, S.Pd.H, status Penyuluh Non-PNS, honor Rp 1 juta per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 2 tahun, wilayah binaan di perkotaan di kota Mojokerto, Jawa Timur, dan (b) I Gede Suwardana, status Penyuluh PNS, gaji Rp 3.250.000 per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 11 tahun, wilayah binaan di pedesaan di kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

“Program kerja saya sebagai Penyuluh Agama Hindu yakni: (a) Membentuk kelompok-kelompok binaan umat Hindu, dan (b) Memberikan penyuluhan kepada umat Hindu di kota Mojokerto”. (*Bambang Wahyu Utomo, S.Pd.H mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA dan wawancara tatap muka, pada 12 Maret 2022*).

“Nama Program kerja saya sebagai Penyuluh Agama Hindu yakni: (a) Program pendataan umat Hindu, (b) Program peningkatan kemampuan umat Hindu di bidang IT, (c) Program Peningkatan

Penyuluhan Agama Hindu melalui siaran *digital*, (d) Program peningkatan penguasaan wawasan kitab suci bagi umat Hindu, (e) Program peningkatan moderasi beragama bagi umat Hindu, dan (f) Program pemberdayaan mina tani”. (I Gede Suwardana, mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022).

Rangkuman nama-nama program kerja umum penyuluhan dalam periode 1 tahun yang dilaksanakan oleh para Penyuluh Agama Hindu di 6 provinsi di Indonesia, sebagai berikut:

1. membentuk kelompok binaan umat Hindu,
2. melakukan pembinaan/penyuluhan terhadap umat Hindu di wilayah binaan,
3. memberikan informasi (*ber-dharma wacana*) tentang ajaran-ajaran agama Hindu di Pura dan di wilayah binaan,
4. menyelenggarakan pelatihan senam dan/atau yoga terhadap umat Hindu di wilayah binaan,
5. melakukan pembinaan terhadap Pasraman/Sekolah Hindu,
6. melakukan pembinaan terhadap remaja/generasi muda Hindu,
7. melakukan pembinaan terhadap ibu-ibu WHDI,
8. melaksanakan bhakti sosial,
9. pembinaan kesenian tradisional,
10. posyandu lansia umat Hindu,
11. melaksanakan siaran agama di RRI wilayah,
12. pembinaan terhadap penyungsong sanggar pemujaan (di Jawa),
13. penyuluhan tentang moderasi beragama,
14. melaksanakan perayaan hari-hari suci Hindu,
15. melakukan pembinaan/pendampingan/penyuluhan terhadap calon pengantin Hindu (pra-nikah),
16. melakukan koordinasi, kola-borasi, dan bersinergi dengan lembaga/organisasi Hindu di wilayah binaan,
17. melaksanakan pelatihan/pendampingan *dharma gita*,
18. melaksanakan pelatihan/pendampingan gamelan tradisional,
19. melaksanakan pelatihan/pendampingan *dharma sadhana*, melaksanakan konsultasi bagi umat Hindu di wilayah binaan,
20. melaksanakan *ajeg* Agama Hindu,
21. penyuluhan tentang bahaya narkoba,
22. melakukan pendataan umat Hindu, dan
23. melaksanakan program pemberdayaan ekonomi umat Hindu.

Sebagian besar, yakni 13 dari 18 orang Penyuluh Agama Hindu (72,22%) yang dijadikan responden penelitian tidak melaksanakan program

pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program tahunannya. Hal ini disebabkan kurangnya wawasan dan tidak adanya pelatihan yang diberikan kepada para Penyuluh Agama Hindu di bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat ataupun pelatihan di bidang kewirausahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan, hanya 2 dari 18 orang penyuluh (11,11%) yang pernah mendapatkan tambahan wawasan dan/atau pelatihan yang terkait dengan program pemberdayaan ekonomi masyarakat dan/atau pelatihan kewirausahaan.

Dari penelitian ini diketahui, hanya 5 dari 18 orang Penyuluh Agama Hindu (27,78%), yang dijadikan responden, yang melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu dalam program tahunannya. Di Jawa Timur, dari dua penyuluh yang dijadikan responden penelitian, tidak ada yang memprogramkan pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu. Di Provinsi Jawa Tengah, dua dari 4 penyuluh (50%) yang dijadikan responden penelitian melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dua dari 4 penyuluh (50%) yang dijadikan responden penelitian melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu. Di Provinsi Lampung, satu dari 2 penyuluh (50%) yang dijadikan responden penelitian melaksanakan program pemberdayaan ekonomi. Di Provinsi Bangka Belitung (Babel), dari 5 orang penyuluh yang dijadikan responden penelitian, tidak ada yang melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu yang menjadi binaannya. Uniknyanya, di Provinsi Bangka Belitung, ada 4 dari 5 orang (atau 80%) penyuluh yang dijadikan responden penelitian memiliki usaha atau bisnis, namun mereka tidak memasukkan pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program tahunannya. Kondisi yang sama terjadi di Provinsi Sulawesi Tengah, dari 1 orang penyuluh yang dijadikan responden penelitian, penyuluh tersebut tidak melaksanakan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu yang menjadi binaannya. Padahal penyuluh di Provinsi Sulawesi Tengah tersebut memiliki usaha atau bisnis, namun beliau tidak memasukkan pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program tahunannya.

Salah satu Penyuluh Non-PNS bernama Mujirah, S.Pd.H, honor Rp 1.000.000 per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 7 tahun, wilayah binaan di seluruh wilayah DIY, secara pribadi penyuluh memiliki usaha/bisnis toko ritel kebutuhan bahan pokok di rumahnya, mengungkapkan:

“Program Kerja Penyuluh yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi umat

Hindu yang saya laksanakan adalah: (a) Kelompok Budi Daya Ikan (non-Lele), dan (b) Pembudidayaan Lele. Total ada dua kelompok usaha/bisnis umat Hindu di wilayah DIY yang saya bina atau dampingi dalam program penyuluhan selama periode satu tahun”. (Mujirah, S.Pd.H mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA dan telepon Hp, pada 12 Maret 2022).



Gambar 2. Foto Mujirah, S.Pd.H (baju putih), Penyuluh Non-PNS di Kecamatan Banguntapan, Kab. Bantul, DIY, sedang melayani pembeli kebutuhan bahan pokok di toko ritel di rumahnya (Dok. Pribadi).

I Gede Suwardana, Penyuluh PNS, dengan gaji Rp 3.250.000 per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 11 tahun, wilayah binaan di Kabupaten Bantul, DIY, memiliki program pemberdayaan ekonomi umat Hindu, seperti diungkapkannya di bawah ini.

“Program Kerja Penyuluh yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi umat Hindu yang saya laksanakan adalah Pemberdayaan Umat Mina Tani Banguntapan dalam bentuk Budidaya Lele Lahan Kering”. (I Gede Suwardana, mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022).

Di bawah ini program pemberdayaan ekonomi umat Hindu dari seorang penyuluh di wilayah Provinsi Jawa Tengah, bernama Kusnaeni, S.Pd., status Penyuluh Non-PNS, honor Rp 1.000.000 per bulan, wilayah binaan: Kab. Pekalongan, Jawa Tengah, bergabung menjadi penyuluh selama 10 tahun lebih 3 bulan, secara pribadi penyuluh memiliki usaha/bisnis Jasa Jahit Pembuatan Produk Pakaian Sembahyang Kebaya di rumahnya.

“Program Kerja Penyuluh yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi umat Hindu yang saya laksanakan adalah: (a) Kelompok Pemberdayaan Ekonomi

Koperasi Wanita Dewi Laksmi bidang usaha warung sembako dan simpan pinjam, dan (b) Kelompok Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Tani Berkahing Wiji usaha pertanian tanaman kapulaga dan peternakan sapi”. (Kusnaeni, S.Pd., mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 13 Maret 2022).



Gambar 3. Kegiatan di Koperasi Dewi Laksmi dalam usaha warung sembako koperasi bekerja sama dengan Pengempon Pura di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, mengadakan bakti sosial (Dok. Pribadi).

Seorang penyuluh lainnya di wilayah Provinsi Jawa Tengah bernama Lilik Dwi Fajar Riyanto, status Penyuluh Non-PNS, honor Rp 1.000.000 per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 5 tahun, wilayah binaan di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, secara pribadi penyuluh memiliki usaha/bisnis Pengrajin Gamelan dan Souvenir di rumahnya melaksanakan upaya pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program penyuluhannya.

“Program Kerja Penyuluh yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi umat Hindu yang saya laksanakan adalah: Kelompok Binaan Penyuluh Kabupaten Sukoharjo pemberdayaan umat Hindu dalam bentuk makanan (*snack*)”. (Lilik Dwi Fajar Riyanto, mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 13 Maret 2022).



Gambar 4. Tempat usaha/bisnis umat Hindu berupa Pengrajin Gamelan di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah (Dok. Pribadi).

Di Provinsi Lampung, Dewa Putu Antara, M. Pd., status Penyuluh Non-PNS, honor Rp 1.000.000 per bulan, bergabung menjadi penyuluh selama 4 tahun, wilayah binaan di wilayah Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung memiliki 2 program penyuluhan yang terkait pemberdayaan ekonomi umat Hindu, seperti diungkapkannya berikut ini.

“Program Kerja Penyuluh yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi umat Hindu yang saya laksanakan adalah: (a) memberikan dorongan atau motivasi di wilayah binaan saya untuk membentuk kelompok usaha/bisnis bagi yang belum ada, dan (b) Bagi yang sudah ada kelompok usaha/bisnis, saya memberikan dorongan agar lebih berkembang seperti mengurus legalitas Akta Notaris dan NPWP agar dapat mengajukan proposal bisnis ke bank atau ke perusahaan, dll.”. (*Dewa Putu Antara, M. Pd., mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022*).

Program pemberdayaan ekonomi umat Hindu seharusnya berbasis kearifan lokal (*local wisdom*) dan/atau kecerdasan lokal (*local genius*). Penggunaan konsep kearifan lokal dalam program pemberdayaan masyarakat (umat Hindu) dimaksudkan agar terjadi/terdapat peran serta yang aktif di semua lapisan masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan ekonomi.

Partisipasi masyarakat (umat Hindu) tersebut terlihat dari penentuan tujuan maupun pelaksanaan tindakan perubahan yang tersusun dan terencana dalam program pemberdayaan ekonomi. Di samping itu, program pemberdayaan ekonomi umat Hindu juga harus berkelanjutan dan benar-benar bermanfaat dalam meningkatkan taraf hidup kelompok umat Hindu yang menjadi sasaran pembinaan atau pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh para Penyuluh Agama Hindu.



Gambar 5. Kolam Milik Anggota Kelompok Ikan Mina Merta Rahayu, Desa Restu Rahayu, Kecamatan Raman Utara, Kabupaten Lampung Timur (Dok. Pribadi).

Ajaran Agama Hindu, khususnya yang bersumber dari *Filsafat Yoga* mengajarkan tentang tiga cara atau metode mencari, menemukan, menerima, dan mengajarkan pengetahuan baru kepada masyarakat, yakni: pertama, *pratyaksa pramana*, yakni dengan cara menghadapi objek melalui panca indera dan membentuk kesan terhadap obyek; kedua, *anumana pramana*, yakni melalui logika dan langkah-langkah atau prosedur ilmiah dalam mengambil simpulan; ketiga, *agama pramana*, yakni melalui "kesaksian lisan", sebagai landasan teori dalam melakukan langkah-langkah saintifik. *Agama pramana* merupakan pengetahuan valid yang diterima yang berupa penyampaian informasi yang akurat melalui media kata-kata oleh orang yang "dapat dipercaya" yang telah merasakan atau menyimpulkan keberadaan suatu objek (Vedananda, 2021). Tantangan bagi Penyuluh Agama Hindu adalah bagaimana mengajarkan ilmu pengetahuan baru secara holistik melalui tiga cara, yakni: *pratyaksa pramana*, *anumana pramana*, dan *agama pramana*.

Di dalam melaksanakan program pemberdayaan umat Hindu melalui pembelajaran kontekstual dengan pendekatan saintifik Hindu, seorang Penyuluh Agama Hindu hendaknya melakukan langkah-langkah secara bertahap, mulai dari aspek *ontologis*, kemudian *epistemologis*, dan terakhir *aksiologis* (Suja, 2021). *Pertama*, memahami aspek *ontologis*, yakni menentukan objek yang ingin dipahami atau dijadikan materi pembelajaran atau pemberdayaan. Langkah *kedua*, epistemologi, yakni melakukan langkah-langkah saintifik yang terdiri atas *catur pramana*, yakni: *pratyaksa pramana* (melakukan observasi atau

kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022).

Di Provinsi Sulawesi Tengah, dengan wilayah binaan di Kabupaten Parigi-Moutong yang jaraknya lebih dari 100 kilo meter dari kota Palu, setelah melewati jalan berkelok-kelok, gunung yang sering runtuh dan jurang yang dalam, namanya Ni Made Suariani, status PNS Non-PNS, honor Rp 1.000.000 per bulan, juga menyatakan memiliki motivasi yang sangat tinggi sebagai Penyuluh Agama Hindu. Ni Made Suariani yang telah mengabdikan sebagai penyuluh selama 2 tahun mengungkapkan alasannya di bawah ini.

"Saya ingin menanamkan sikap dan perilaku yang baik berakhlak mulia yang berdasarkan *dharma* kepada anak-anak, generasi muda, serta nantinya saya ingin meningkatkan perekonomian masyarakat (umat Hindu) yang ada di sekitar saya berada (wilayah binaan)". (*Ni Made Suariani, mengisi questionnaire dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022*).

Dari temuan penelitian tentang tingkat motivasi para Penyuluh Agama Hindu di atas dapat dikatakan bahwa para penyuluh merencanakan dan melaksanakan aktivitas atau program sebagai penyuluh bukan karena motivasi kebutuhan fisik atau motivasi mencari honor atau gaji. Dorongan untuk melakukan *karma* baik (*subha karma*) untuk kepentingan orang lain (umat Hindu) jauh lebih kuat mendasari seseorang menjadi penyuluh. Para penyuluh ingin menjadi teladan, pencerah, menjadi guru/pendidik dan konsultan bagi umat Hindu, serta menjadi motivator bagi umat Hindu yang juga memiliki dorongan kuat (motivasi) untuk lebih maju dan lebih berdaya dari kondisi sebelumnya.

Ada nilai-nilai spiritual yang mendorong seseorang menjadi penyuluh, seperti nilai *swadharma*, merasa bahwa hal itu merupakan kewajibannya, dan nilai *tanggung jawab*, bahwa hal itu merupakan tanggung jawabnya, dan mereka merasa dibutuhkan oleh masyarakat (umat Hindu) untuk memberikan penyuluhan, pembinaan, membimbing, melatih, atau menjadi guru luar sekolah bagi masyarakat lingkungannya.

Penyuluh adalah seorang pemimpin yang menunjukkan arah dan menggerakkan ke mana umat Hindu harus melangkah/bergerak mencapai tujuan (*artha*). Seseorang menjadi penyuluh bukan untuk dirinya sendiri, melainkan ia yang telah berdaya (memiliki *sakti*) ada karena dibutuhkan dan berguna/bermanfaat untuk orang lain (umat Hindu di sekitar-nya). Di dalam *Sarasigaradhara Padhati Niti*, sloka 62 (ilmu *Kepemimpinan Hindu*) dikatakan: *paropakaraya duhanti gavaha*, artinya:

bukan untuk dirinya sapi betina mengeluarkan susu; *paropakaraya phalanti vriksha*, artinya: bukan untuk dirinya pohon berbuah; *paropakaraya vahanti nadiyaha*, artinya: bukan untuk dirinya sungai mengalir; *paropaka-rama idam sariram*, artinya: bukan untuk dirinya sendiri tubuh manusia diciptakan (Donder, 2021).

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi artinya memilih cara, sarana, media, dan lain-lain yang diyakini paling efektif dan efisien dalam berkomunikasi untuk mencapai tujuan. Para Penyuluh Agama Hindu umumnya melakukan/memilih dua strategi yang paling konvensional, yakni: ber-*dharma wacana* (komunikasi satu arah) dan melakukan *dharma tula* (acara tanya jawab, komunikasi dua arah). Seperti yang diungkapkan oleh Basuki, penyuluh di wilayah Kabupaten Klaten, Jawa Tengah,

"Strategi komunikasi atau cara yang saya gunakan dalam menyampaikan program kerja kepada umat Hindu, sbb: (a) melalui *dharma tula*, dan (b) *dharma wacana*". (*Basuki, mengisi questionnaire dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022*).

Ada juga penyuluh yang telah mengkombinasikan beberapa strategi komunikasi yang tercantum di dalam *sad dharma*, seperti: *dharma wacana*, *dharma tula*, dan *dharma sadana*, khususnya ketika memberi materi atau pelatihan tentang yoga sesuai ajaran Hindu. Terkait dengan kondisi Pandemi Covid-19, hal itu memaksa para penyuluh untuk juga menggunakan *new media* atau *media social* atau *media information technology* (IT), seperti: *Grup WA, Facebook, Instagram* (IG), dan lain-lain. Hal itu disampaikan, antara lain, oleh Dewa Putu Antara, M.Pd., Penyuluh Non-PNS di wilayah Lampung Tengah, yang telah mengabdikan sebagai penyuluh selama 4 tahun.

"Strategi komunikasi atau cara yang saya gunakan sebagai penyuluh dalam menyampaikan program kerja kepada umat Hindu, sbb: (a) Penyampaian informasi secara langsung waktu penyuluhan di wilayah binaan, (b) Penggunaan media sosial, dan (c) Menjalin kerja sama dengan Parisada Kecamatan setempat". (*Dewa Putu Antara, M.Pd., mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022*).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), seorang Penyuluh Agama Hindu yang berstatus Penyuluh PNS, I Gede Suwardana, sudah sangat *familiar* dengan media sosial berbasis *information*

technology (IT). Di wilayah binaannya di Kabupaten Bantul DIY beliau telah menggunakan media sosial atau *new media* dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam program penyuluhannya.

“Strategi komunikasi atau cara yang saya gunakan dalam menyampaikan program kerja kepada umat Hindu adalah melalui media sosial, sebagai berikut: (a) *YouTube channel*, (b) *FB*, (c) *Twitter*, dan (d) *Instagram*. (I Gede Suwardana, mengisi *questionnaire dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 12 Maret 2022*).

Beberapa orang penyuluh telah melakukan program penyuluhan bagi umat Hindu dengan strategi komunikasi yang telah memasukkan unsur keterlibatan atau partisipasi masyarakat (umat Hindu). Hal ini diungkapkan oleh Dwi Setyawan, Penyuluh PNS, gaji Rp 4.481.500, wilayah binaan di Kabupaten Boyolali, yang telah mengabdikan selama 17 tahun lebih 2 bulan.

“Strategi komunikasi atau cara yang saya gunakan sebagai penyuluh dalam menyampaikan program kerja kepada umat Hindu, sebagai berikut: (a) mengidentifikasi latar belakang penerima pesan, yakni kelompok binaan umat Hindu Kabupaten Boyolali, (b) menentukan tujuan program, (c) menyusun materi pesan yang akan disampaikan, (d) menetapkan metode dan memilih media yang digunakan, termasuk media sosial. (Dwi Setyawan, mengisi *kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 13 Maret 2022*).

Berbagai macam strategi komunikasi dapat dilakukan oleh seorang penyuluh yang kreatif dan yang memiliki *motivasi tinggi* atau memiliki *motivasi sangat tinggi*. Seorang penyuluh dapat memilih dalam menggunakan berbagai strategi komunikasi mulai dari strategi komunikasi yang konvensional sampai kepada strategi komunikasi modern yang berbasis *information technology (IT)*. Di samping itu, di dalam memilih strategi komunikasi yang digunakan, seorang penyuluh hendaknya memerhatikan unsur kebijaksanaan atau kearifan lokal (*local wisdom*) dan kecerdasan lokal (*local genius*), misalnya terkait dengan upaya meningkatkan partisipasi atau peran serta masyarakat (umat Hindu), melibatkan budaya lokal, bahasa lokal, kesenian lokal, sampai kepada adat atau *dresta* yang secara khusus hanya ada di wilayah binaan para penyuluh.

Bagaimana strategi komunikasi yang dipilih oleh masing-masing penyuluh bisa berhasil, teks *Chanakya Niti 4.18* menyatakan sebagai berikut: *kah kālāḥ kāni mitrāṇi ko deśaḥ kau vyayāgamau, kaścāham kā ca me śaktiriti cintyaṃ muhurmuḥuḥ*. Artinya: pertimbangkan lagi dan lagi berikut ini: waktu yang tepat, teman yang tepat,

tempat yang tepat, sarana pendapatan yang tepat, cara pembelanjaan yang tepat, dan dari mana para penyuluh memperoleh/menggunakan kekuatan (*power*) dalam melakukan pemberdayaan masyarakat atau umat Hindu (Chaturvedi. 2020).

Strategi komunikasi bisa juga mengambil inspirasi dari teks *Chanakya Niti 4.18* di atas, yakni kapan waktu berkomunikasi secara baik antara penyuluh dengan umat Hindu yang menjadi sasaran pembinaannya, karena waktu juga menentukan keberhasilan suatu kegiatan.

Pilihan waktu yang tepat, Kalender Hindu yang diturunkan dari ilmu *Jyotisa*, ilmu perbintangan Hindu, bisa dijadikan pedoman. Kemudian dengan siapa berkomunikasi, yakni kelompok sasaran pembinaan dari masing-masing penyuluh, apakah kalangan remaja atau orang tua, apakah masyarakat perkotaan atau perdesaan, apakah dari kalangan pendidikan tinggi atau dari kalangan pendidikan rendah, apakah kelompok pria atau wanita, dan lain-lain, karena masing-masing orang/kelompok memiliki sifat, gaya, karakter, dan perspektifnya. Lokasi tempat berkomunikasi juga sangat menentukan keberhasilan suatu kegiatan penyuluhan sehingga mereka yang ingin berkomunikasi serius akan memilih tempat yang tepat, misalnya di rumah warga binaan atau di ruang pertemuan (*wantilan*) Pura, apakah ruangan itu memiliki sarana *wifi* dan memiliki koneksi dengan internet atau tidak, dan lain-lain. Seorang penyuluh akan sukses berkomunikasi juga ditentukan oleh *wawasan lebih* yang dikuasainya terkait topik atau program yang disampaikan, serta keterampilan (*skills*) individu dari si penyuluh dalam berkomunikasi.

Strategi Marketing

Di dalam penelitian ini ditemukan bahwa 5 dari 18 orang Penyuluh Agama Hindu sudah mulai memasukkan materi pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program penyuluhan tahunannya. Ada potensi yang besar untuk mengembangkan atau meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat Hindu melalui para Penyuluh Agama Hindu. Hal itu disebabkan karena para penyuluh sebenarnya adalah orang-orang yang telah berdaya yang memiliki kekuatan (*sakti*) untuk melakukan pemberdayaan ekonomi kepada umat Hindu. Hanya saja, umumnya para Penyuluh Agama Hindu belum pernah mendapatkan pengembangan *wawasan*, penjualan, akuntansi, perpajakan, dll), serta belum pernah mendapatkan pelatihan di bidang kewirausahaan. Jika beberapa penyuluh memiliki usaha atau bisnis, hal itu karena mereka melakukannya secara *autodidak* atau belajar sendiri tanpa guru, dan karena mereka memiliki motivasi yang tinggi untuk maju dan berdaya secara mandiri

di bidang ekonomi. Contohnya, di Provinsi Bangka Belitung, ada penyuluh yang berstatus Sulinggih sebenarnya memiliki usaha/bisnis ayam petelur, namun beliau tidak memasukkan program pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program penyuluhan tahunannya.

Di Provinsi Jawa Tengah, seorang Penyuluh Non-PNS, Kusnaeni, S.Pd., dengan wilayah binaan di Kabupaten Pekalongan, dan telah mengabdikan selama 10 tahun lebih 3 bulan, mulai merintis dan mengembangkan usaha bisnis pribadinya, yakni Usaha Jahit Pembuatan Produk Pakaian Sembahyang Kebaya, dll. Saat ini, Kusnaeni masih melakukan pemasaran dari usaha/bisnisnya secara terbatas. Kusnaeni telah memasukkan upaya pemberdayaan ekonomi umat Hindu sebagai program penyuluhan tahunannya.

“Strategi atau cara yang saya gunakan dalam memasarkan produk dan/atau jasa bisnis yang saya rintis masih sangat terbatas, yakni pemasaran secara *offline* dari mulut ke mulut”. (Kusnaeni, mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 13 Maret 2022).

Penyuluh yang telah berdaya secara ekonomi, karena memiliki usaha atau bisnis tertentu, memiliki wawasan lebih di bidang ekonomi, akan mampu melakukan strategi *marketing* yang bisa ditularkan kepada usaha atau bisnis kelompok binaannya (umat Hindu).

Salah satu contohnya diungkapkan oleh Lilik Dwi Fajar Riyanto, berstatus Penyuluh PNS di wilayah Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Beliau pernah mendapatkan/mengikuti pelatihan di bidang *marketing* secara *online*, khususnya dalam hal pemasaran produk/jasa dari Astra Indonesia. Saat ini beliau menekuni dan mengembangkan bisnis sebagai pengrajin gamelan Jawa dan bisnis souvenir.

“Strategi atau cara memasarkan produk dan/atau jasa yang saya lakukan untuk bisnis yang saya kembangkan, sebagai berikut: (a) pemasaran secara *online* (*digital marketing*), (b) Melakukan hubungan dengan pelanggan, dan (c) dengan cara memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen baru. (Lilik Dwi Fajar Riyanto, mengisi kuesioner dengan pertanyaan terbuka via WA, pada 13 Maret 2022).

Dengan masih sangat terbatasnya jumlah yang memasukkan tentang pemberdayaan ekonomi umat Hindu dalam program penyuluhan tahunannya, yang disebabkan karena para penyuluh belum pernah diberikan materi pelatihan di bidang pemberdayaan ekonomi, khususnya di bidang

strategi *marketing*, maka melalui penelitian ini diusulkan agar di masa yang akan datang agar dilakukan pelatihan tentang strategi *marketing*, baik yang konvensional, melalui strategi *marketing mix* dan *promotion mix*, maupun strategi *marketing* yang lebih modern, yakni pelatihan *digital marketing* dan mampu menggunakan internet untuk melakukan pemasaran.

Dengan meningkatnya kemampuan para penyuluh dalam melakukan pemasaran produk atau jasa diharapkan dapat membantu umat Hindu di wilayah binaannya untuk memberdayakan diri secara ekonomi melalui upaya memperoleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing bisnis sebagai pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

SIMPULAN

Dari uraian/pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut: *pertama*, para Penyuluh Agama Hindu menjalankan program penyuluhan yang bervariasi mulai 2 sampai 6 program dalam periode satu tahun. Masih sedikit di antara penyuluh yang ada di enam provinsi yang melaksanakan program pemberdayaan ekonomi umat Hindu. Penyuluh yang melaksanakan program pemberdayaan ekonomi umat Hindu disebabkan karena mereka memiliki usaha atau bisnis pribadi dan telah mendapatkan pelatihan di bidang pemberdayaan ekonomi, atau minimal pernah mendapatkan pelatihan di bidang manajemen pemasaran (*marketing*) atau kewirausahaan sosial.

Dua, Penyuluh Agama Hindu memiliki motivasi yang tinggi atau sangat tinggi dalam menjalankan program pemberdayaan umat Hindu di wilayah binaannya. Motivasi para penyuluh bukan disebabkan oleh *motivasi eksternal* atau *motivasi kebutuhan fisik*, bukan karena faktor mencari gaji atau honor, namun lebih disebabkan oleh *motivasi internal*, karena *kebutuhan ingin menjadi pribadi yang berprestasi* di mata umat Hindu, *ingin mengaktualisasikan diri* sebagai pribadi yang berdaya dan bermanfaat atau berguna bagi lingkungan masyarakat atau umat Hindu, serta karena didorong oleh nilai-nilai spiritual yang telah tertanam di dalam diri penyuluh, seperti nilai *swadharma*, tanggung jawab, dan lain-lain.

Tiga, sebagian penyuluh masih mengandalkan menggunakan strategi komunikasi konvensional dalam bentuk *dharma wacana* dan *dharma tula* dalam menjalankan program penyuluhannya. Penyuluh yang lain sudah mulai beralih, berubah, beradaptasi, dan menggunakan strategi komunikasi modern yang berbasis *information technology* (IT) dalam menjalankan

program penyuluhannya, seperti melalui: FB, IG, Twitter, Grup WA, YouTube channel, dan lain-lain.

Empat, penyuluh yang telah melaksanakan pemberdayaan ekonomi umat Hindu, sebagian masih menggunakan strategi *marketing* konvensional dengan lingkup yang terbatas, namun sebagian penyuluh telah mulai menggunakan

strategi *marketing* modern, yakni *digital marketing*, *marketing* interaktif, dengan menggunakan *new media* atau media sosial baru dalam menjalankan usaha atau bisnis pribadinya, serta dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi bagi umat Hindu di wilayah binaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bontot, I Nyoman. 2020. "Manajemen Penyuluhan Agama Hindu Pada Generasi Milenial". *Satya Sastraharing, Vol 04, No. 02, Tahun 2020*. Penerbit: IAHN-TP Palangka Raya.
- Chaturvedi. 2020. *Chanakya Neeti with Sutras of Chanakya Included*. Delhi, India: Diamond Books.
- Donder, I Ketut. 2021. "Konsep Wirausaha Hindu dan Peluang Pengembangan Ekonomi Umat di Era Global". *Materi Focus Group Discussion (FGD)*, Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Dharma Nusantara, Jakarta, 24 November 2021.
- Dwipayana, A.A. Putra. 2020. "Pemanfaatan Media Infomasi Online Sebagai Strategi Penyuluhan Agama Hindu Di Masa Pandemi Covid-19". *Maha Widya Duta, Volume 4, No. 2, Oktober 2020*. Penerbit: Universitas Hindu Indonesia Denpasar, Bali.
- Habib, Muhammad Alhada Fuadilah. 2021. "Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif". *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, Penerbit: Fakultas of Islamic Economic and Business, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, 2021.
- Irfani, Hadi; Fitri Yeni, dan Rika Wahyuni. 2020. "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0". *JCES (Journal of Character Education Society), Vol. 3, No. 3, Oktober 2020, hal. 651-659*. Penerbit: Program Studi Manajemen, Universitas Putra Indonesia "YTPK" Padang, Sumatera Barat, Indonesia.
- Jannatin, Rahmatul, dkk. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM". *Jurnal Impact: Implementation and Action, Volume 2, Nomor 2, 2020*. Penerbit: Politeknik Negeri Banjarmasin, Kalimantan Selatan.
- Jatmiko, Udik. 2020. "Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Sebelum dan Sesudah Pengalokasian Dana Desa". *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, JMK 5 (2) 2020, 107-121. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri Kediri.
- Palguna, I Kadek Edi, dan I Gede Sutana. 2020. "Meningkatkan Sinergitas Penyuluh Agama Hindu dengan Prajuru Adat di Bali". *Jurnal Maha Widya Duta, Volume 4, No. 2, Oktober 2020*. Penerbit: Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singa-raja, Bali.
- Peraturan Perundang-undangan Nomor 6 Tahun 2014 tentang *Desa*.
- Pratyaksa, I Gede Titah. 2020. "New Media sebagai Strategi Komunikasi Online Pariwisata untuk Mempromosikan Potensi Lokal Desa Wisata Sudaji". *Jurnal Cultoure, Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu, Vol 1, No. 2, Oktober 2020*. Penerbit: Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja, Bali.
- Pratyaksa, I Gede Titah, dan Niluh Wiwik Eka Putri. 2021. "New Media sebagai Sarana Penyuluhan Agama Hindu oleh Digital Native". *Danapati, Jurnal Komunikasi, Vol. 1, No. 1, 2021*. Penerbit: Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singa-raja, Bali.
- Priantana, Ajeng Puspita, dan Edi Santoso. 2019. "Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya". *Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 1, 2019*. Penerbit: Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah.
- Pudja, Gede. 2012. *Bhagavadgita*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu dan Buddha.
- Sastrawan. 2007. *Membangkitkan Kesadaran Atman: Sangkan Paraning Dumadi*. Sido-arjo: Brilian Internasional.
- Subagiasta, I Ketut. 2022. "Nilai-Nilai Filsafat dalam Pustaka Suci *Bhagavadgita*". Makalah. Institut Agama Hindu Negeri (IAHN) Tampung Penyang, Palangka Raya.
- Suja, I Wayan. 2021. *Epistemologi Catur Pramana untuk Memahami Aparavidya dan Paravidya*. Materi Webinar DHI seri ke-11 secara online. Jumat, 30 April 2011.
- Sukmasetya, Pristi, dkk. *Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry*. Universitas Muhammadiyah Magelang, Jawa Tengah.

- Susanto, Barkah, dkk. 2020. “Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM”. *Community Empowerment*, Vol. 6, No.1 (2020) pp. 42-47. Penerbit: Universitas Muhammadiyah Magelang, Jawa Tengah.
- Titib, I Made (Vedananda, Acharya). 2021. *Menjabarkan Epistemologi Hindu: Para-Aparavidya*. Makalah Webinar DHI seri ke-11, via zoom, Jumat, 30 April 2021.

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT HINDU MELALUI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

ECONOMIC EMPOWERMENT OF THE HINDU COMMUNITY THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP PROGRAMS

I Nyoman Bontot

Universitas Hindu Negeri IGB Sugriwa Denpasar. Email: inyoman.bontot@gmail.com

Abstrak

Tiga kerangka yang mendasari agama Hindu, yaitu tattwa (*philosophy*), susila (*ethic*), dan acara (ritual), harus dilaksanakan secara seimbang. Pada kenyataannya, cenderung lebih berat pada pelaksanaan ritual (upacara yajña). Pelaksanaan upacara yajña yang memerlukan biaya besar, apalagi yang tidak sesuai dengan tattwa dan susila akan memberatkan masyarakat yang melaksanakan. Pelaksanaan upacara yajña (panca yajña) merupakan bentuk kewajiban (dharma) untuk membayar hutang moral (Tri Rna) bagi manusia Hindu. Agar dapat melaksanakan kewajiban (dharma) dan menikmati kepuasan batin (kama), diperlukan sarana (artha) untuk melaksanakannya. Oleh karena itu, masyarakat Hindu penting untuk memberdayakan ekonominya. Agama Hindu tidak melarang umatnya untuk meraih artha (ekonomi), bahkan artha dalam agama Hindu merupakan salah satu tujuan. Salah satu upaya untuk memberdayakan ekonomi masyarakat adalah melalui kewirausahaan sosial.

Kata kunci: pemberdayaan ekonomi, masyarakat Hindu, kewirausahaan sosial

Abstract

The three frameworks that underlie Hinduism, namely tattwa (philosophy), susila (ethic), and events (ritual), must be carried out in a balanced manner. In fact, it tends to place more weight on the performance of rituals (yajña ceremonies). Implementation of yajña ceremonies that require large costs, especially those that are not in accordance with tattwa and morals will burden the community who implement it. Yajña ceremony (panca yajña) is a form of obligation (dharma) to pay the moral debt (Tri Rna) for Hindu humans. In order to carry out obligations (dharma) and enjoy inner satisfaction (kama), we need means (artha) to carry them out. Therefore, the Hindu community is important to empower its economy. Hinduism does not forbid its people to achieve artha (economy), even artha in Hinduism is one of the goals. One of the efforts to empower the community's economy is through social entrepreneurship.s.

Keywords: economic empowerment, Hindu community, social entrepreneurship

PENDAHULUAN

Agama Hindu diperuntukkan bagi umat manusia yang menganut ajaran-ajaran pustaka suci weda, yang merupakan wahyu (*sabda* suci) Tuhan. Sebagaimana halnya rumah, agama Hindu dibangun dengan tiga kerangka dasar. Tiga kerangka dasar ajaran agama Hindu, yaitu: *Tattwa* (filsafat), *Susila* (etika), dan *Ācara* (ritual). Ketiga kerangka dasar tersebut merupakan satu kesatuan yang saling terkait, saling mendukung secara seimbang. Melaksanakan ajaran agama Hindu tidak cukup hanya memahami *tattwa* (filsafat) agama saja sebagai sumber ajaran, tanpa melaksanakan ajaran-ajaran *susila* (etika) dan melaksanakan ajaran agama yang nyata melalui ritual. Demikian juga dalam

melaksanakan ritual tanpa tattwa (filsafat) sebagai pedoman dan tanpa dilaksanakan dengan etika yang baik, akan tersesat dan salah arah (Sudharta dan Punia Atmaja, 2001:5).

Walaupun ketiga kerangka dasar ajaran agama Hindu di atas harus dilaksanakan secara seimbang, namun pada praktiknya pelaksanaan ritual (*Ācara*) umumnya lebih dominan. Karena pelaksanaan *Ācara* (ritual) merupakan pelaksanaan ajaran agama Hindu yang nyata dan terlihat dalam kehidupan sehari-hari.

Ācara agama Hindu adalah tradisi-tradisi atau kebiasaan-kebiasaan yang bersumber pada kaidah-kaidah hukum yang *ajeg* baik yang berasal dari sumber tertulis maupun tradisi setempat yang diikuti secara turun-temurun sejak lama oleh umat

Hindu. *Ācara* agama Hindu meliputi ajaran tentang *yajña*, hari-hari suci, tempat suci, sarana suci (banten/upakara), dan orang suci (Sukrawati, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, *Ācara* agama Hindu berkaitan dengan ajaran tentang pelaksanaan upacara *yajña* (ritual) yang pelaksanaannya tidak bisa dilepaskan dari hari-hari suci dalam agama Hindu, tempat suci (pura, *mrajan*, *mandir*) dilaksanakannya upacara *yajña*, menggunakan sarana berupa *banten* (*upakara*), dan dilaksanakan oleh orang suci atau yang disucikan (*pemangku*, *sulinggih*, *pandita*). Pada intinya, *Ācara* agama Hindu lebih banyak berkaitan dengan pelaksanaan upacara.

Pelaksanaan upacara *yajña* yang memerlukan biaya besar, apalagi pelaksanaannya tidak didasarkan pada *tattwa* sebagai sumber dan *susila* (etika), yang tidak sesuai dengan kemampuan masyarakat yang melaksanakannya. Hal tersebut akan memberatkan masyarakat dalam melaksanakan ajaran agama Hindu. Oleh karena itu, banyak wacana yang mengatakan bahwa beragama Hindu dengan ritual-ritualnya akan memiskin masyarakat (Sindonews.com, Kamis 3 Juli 2014). Pada sisi lain, pelaksanaan upacara agama Hindu seperti di Bali justru dapat menggerakkan ekonomi masyarakat, karena adanya konsumsi oleh masyarakat (Bontot, 2021). Untuk mempertemukan dua permasalahan yang saling bertentangan tersebut, maka ekonomi masyarakat Hindu perlu diberdayakan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengajukan permasalahan, yaitu: (1) bagaimanakah pandangan Hindu tentang ekonomi? (2) mengapa ekonomi penting bagi masyarakat Hindu? (3) bagaimanakah cara memberdayakan ekonomi masyarakat Hindu?

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat Hindu melalui kewirausahaan sosial adalah penelitian sosial-ekonomi yang merupakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu dan wawancara mendalam terhadap informan terpilih yang memahami permasalahan.

Instrumen atau alat penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2012:305). Permasalahan dianalisis menggunakan Teori Konsumsi aliran Keynes, yaitu suatu teori yang menyatakan konsumsi yang dilakukan saat ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan *disposable* saat ini. Jika pendapatan *disposable* meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat (Raharja dan Manurung, 2008). Oleh karena itu, agar dapat melaksanakan ajaran agama melalui pelaksanaan

ritual (*Ācara* agama Hindu), masyarakat Hindu harus memiliki pendapatan melalui usaha (wirausaha) atau bekerja (menjual jasa).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandangan Agama Hindu Tentang Ekonomi

Pembahasan masalah ekonomi, tidak dapat dilepaskan dari kekayaan (*artha* dalam agama Hindu). Agama Hindu tidak memandang kekayaan (*artha*) sebagai sesuatu yang negatif, asalkan cara memperoleh kekayaan (*artha*) tersebut sesuai dengan ajaran agama (*dharma*). Bahkan, Hindu adalah satu-satunya agama yang secara tegas menyatakan *artha* sebagai salah satu tujuan hidup manusia (Madrasuta, 2010)

Sebagai tujuan hidup manusia, *artha* tercantum dalam ajaran *Catur Purusārtha* (empat tujuan hidup manusia menurut agama Hindu), yaitu: *dharma*, *artha*, *kama*, dan *moksa*. Empat tujuan hidup manusia tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua tahapan, yaitu tujuan hidup di dunia (*dharma*, *artha*, *kama*) disebut *Tri Warga* dan tujuan hidup tertinggi (akhirat) yaitu *moksa*. *Moksa* adalah kebebasan yang kekal abadi, bebas dari ikatan duniawi, dan terbebas dari penderitaan (hidup – mati berulang-ulang), dapat dicapai apabila tujuan hidup di dunia telah tercapai (Suhardana, 2007:2).

Tujuan hidup di dunia yang disebut *Jagadhita*, dapat dicapai apabila *Tri Warga* (*dharma*, *artha*, *kama*) harus terlaksana secara seimbang, tidak boleh terlepas antara satu dengan lainnya. *Dharma* (kewajiban) dapat dilaksanakan jika ada *artha*. Dan, *artha* dapat diperoleh jika dorongan (motivasi) dari *kama* (kepuasan). Untuk memperoleh *artha* dan menikmati *kama*, haruslah berdasarkan *dharma*.

Dharma sebagai tujuan pertama agama Hindu, diartikan sebagai kewajiban atau peraturan suci atau hukum suci untuk menuntun, memelihara, mengatur alam dengan segenap isinya termasuk manusia. *Dharma* juga diartikan sebagai ajaran suci untuk mengatur dan memelihara umat manusia dalam mencapai kesejahteraan jasmani dan rohani, serta kesempurnaan hidup lahir dan batin. *Artha* dalam pengertiannya sebagai uang, dana, kekayaan, dan harta benda, dipergunakan untuk melaksanakan kegiatan keagamaan dan memenuhi kebutuhan hidup keluarga (kewajiban), serta berinvestasi agar dapat meningkatkan kualitas hidup. Sementara, *kama* dapat dimaknai sebagai keinginan yang dapat memberikan kepuasan, baik jasmani maupun rohani (Suhardana, 2007).

Peran Ekonomi Dalam Kehidupan Masyarakat Hindu

Sebagaimana telah diuraikan di atas, bahwa untuk mencapai tujuan tertinggi agama Hindu yang disebut *Moksa*, maka tujuan hidup di dunia yang disebut *Tri Warga* (*dharma*, *artha*, dan *kama*) harus dicapai secara seimbang. Ketiga tujuan hidup di dunia tersebut juga saling melengkapi antara tujuan hidup yang satu dengan lainnya.

Dharma yang diartikan sebagai kewajiban, menuntut masyarakat Hindu untuk melaksanakannya dengan tulus ikhlas. Kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masyarakat Hindu terutama berkaitan dengan membayar hutang moral (*Rna*). Menurut ajaran agama Hindu, ada tiga hutang manusia yang harus dibayar yang disebut *Tri Rna*. Ketiga hutang moral tersebut, yaitu: hutang kepada Tuhan (*Dewa Rna*), hutang kepada Leluhur (*Pitra Rna*), dan hutang kepada para Rsi (*Rsi Rna*) (Wiana, 2004). Manusia berhutang kepada Tuhan, karena Tuhan memberikan manusia jiwa (hidup) melalui *Atman* (sebagai percikan/bagian dari *Brahman*). Tuhan juga memberikan raga-Nya kepada manusia untuk tempat dan sumber hidup, yang dilihat sebagai dunia ini (*Bhuana Agung*). Sehingga, dunia ini disebut sebagai *Maya* (bentuk palsu) dari raga Tuhan (Suamba, 2003). Kemudian, manusia berhutang kepada Leluhur (*Pitra Rna*), karena tanpa orang tua (Leluhur) manusia tidak mungkin lahir ke dunia. Manusia juga berhutang kepada orang tua (Leluhur) karena telah dirawat dan diberikan pendidikan dan pengalaman, sehingga manusia dapat hidup secara mandiri. Terakhir, manusia berhutang kepada para Resi (*Rsi Rna*), karena telah mengajarkan manusia pengetahuan tentang hidup melalui ajaran Weda (wahyu Tuhan) yang diterima oleh para Resi. Hutang kepada Tuhan, Leluhur, dan para Resi tersebut dibayar oleh manusia Hindu dengan melaksanakan *Dewa Yajña* dan *Bhuta Yajña* (*Dewa Rna*), *Pitra Yajña* dan *Manusa Yajña* (*Pitra Rna*) dan *Rsi Yajña* (*Rsi Rna*) (Wiana, 2004).

Pelaksanaan *Dewa Yajña* di antaranya: membangun tempat suci (pura), merawat tempat suci (pura), dan melaksanakan upacara seperti upacara *piodalan* di masing-masing tempat suci (pura) dan upacara peringatan hari suci keagamaan (Galungan, Kuningan, Nyepi, Siwaratri, Pagerwesi, Purnama, Tilem, Tumpek, Kajeng Kliwon, dan lain-lain) (Sudarsana, 2003). *Bhuta Yajña* adalah persembahan kepada alam semesta (*bhuta*) seperti *banten saiban*, *segehan*, dan *caru/tawur*, biasanya dilaksanakan bersamaan (dirangkai) dengan pelaksanaan *Dewa Yajña*.

Pitra Yajña dilaksanakan dalam tiga tahapan. Tahap *pertama* dilaksanakan pada saat orang tua (Leluhur) sudah lanjut usia, tidak sanggup mencari nafkah sendiri dan sakit-sakitan, merupakan tugas anak untuk merawat orang tua. Tahap *kedua*, pada saat orang tua meninggal, dengan melaksanakan

upacara *ngaben* mengembalikan unsur *Panca Maha Bhuta* (badan kasar) dan penyucian jiwa sampai *ngelinggihang* di *Pelinggih Rong Tiga* (*Pemrajan*). Dan, tahap *ketiga* setelah *melinggih* di *Mrajan* dengan mempersembahkan air suci (*Tirtha*) secara berkala pada saat *piodalan* di *Mrajan*. Sedangkan, *Manusa Yajña* sebagai cara membayar hutang kepada Leluhur, dilaksanakan dengan memelihara dan merawat anak-anak yang lahir, seperti pelaksanaan upacaranya (*upacara tutup kambuhan*, *mecolongan*, *telu bulanan*, *otonan*, potong gigi, dan pernikahan) dan memberikan pendidikan yang layak sesuai kemampuan (Wiana, 2001).

Selain upacara yang telah diuraikan di atas, pelaksanaan *Manusa Yajña* juga dilaksanakan dengan memberikan pelayanan kepada umat manusia. Seperti memberikan bantuan kepada fakir miskin, pelayanan pengobatan kepada orang sakit, bantuan kepada masyarakat yang tertimpa bencana, memberikan makan kepada masyarakat pada ketika mendapatkan rezeki dan menikmati kebahagiaan, dan lain-lain (Titib, 2004). Terakhir, *Rsi Yajña* dilaksanakan dengan mempelajari dan melaksanakan ajaran suci Weda serta memberikan *punia* (sedekah) kepada para orang suci (pendeta).

Terpenuhinya kewajiban membayar hutang moral (*Rna*) di atas, akan membuat mereka yang melaksanakan dapat mencapai kepuasan batin (*Kama*). Untuk mencapai tujuan hidup masyarakat Hindu di dunia tersebut melalui pelaksanaan kewajiban (*dharma*) dan mencapai kepuasan batin (*kama*), maka diperlukan biaya, sarana, arta benda. Biaya (uang), sarana, arta benda tersebut dalam agama Hindu tergolong *artha* yang merupakan salah satu tujuan agama Hindu di dunia (*Jagadhita*). Uang dan arta benda dapat diperoleh melalui usaha yang disebut kegiatan ekonomi. Motivasi untuk memperoleh uang dan arta benda (*artha*) untuk melaksanakan kewajiban (*dharma*) akan terbentuk apabila dalam diri manusia telah mengalami kepuasan batin (*kama*). Kepuasan (*kama*) yang ingin dicapai dan cara untuk mendapatkan uang dan arta benda (*artha*), haruslah berdasarkan aturan atau ajaran agama (*dharma*). Dengan demikian, *dharma*, *artha*, dan *kama* memiliki hubungan saling terkait antara satu dengan lainnya.

Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani, dari kata *oikos* yang berarti keluarga atau rumah tangga dan kata *nomos* yang berarti peraturan. Sehingga, ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Menurut Alfred Marshall, ekonomi juga diartikan sebagai ilmu tentang manusia dalam urusan kehidupan sehari-hari, terutama manusia yang sudah membentuk rumah tangga dan memiliki kewajiban (Mankiw, 2019).

Definisi ekonomi menurut Alfred Marshall di atas, sangat tepat jika dikaitkan dengan pencapaian tujuan hidup manusia Hindu di dunia. Bahwa ekonomi mengkaji tentang keputusan dan kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan kewajibannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut John Maynard Keynes, kebutuhan manusia dalam memenuhi kewajiban seperti diuraikan di atas, dapat dibagi menjadi tiga. Yaitu: (1) kebutuhan primer, yaitu pengeluaran untuk makan, minum, pakaian, perumahan, kesehatan dan lain-lain; (2) kebutuhan sekunder, yaitu pengeluaran untuk pendidikan, transportasi, listrik, dan lain-lain; dan (3) kebutuhan tersier, yaitu pengeluaran untuk kepuasan jasmani dan rohani seperti kegiatan keagamaan (ritual), budaya, dan lain-lain. Keynes berpendapat bahwa faktor utama yang menentukan konsumsi (pemuenuhan kebutuhan) masyarakat (rumah tangga) adalah pendapatannya (Sukirno, 2007).

Sesuai dengan pendapat Keynes di atas, untuk dapat melaksanakan kewajiban (*dharma*) masyarakat Hindu harus memiliki pendapatan (penghasilan) yang memadai. Pendapatan (penghasilan) dibutuhkan sebagai biaya, baik untuk melaksanakan kewajiban maupun untuk meningkatkan kualitas hidup pada masa yang akan datang, melalui investasi atau tabungan.

Pada umumnya rumah tangga memperoleh pendapatan (penghasilan) dari tiga sumber, yaitu: (1) upah atau gaji, (2) keuntungan usaha (bisnis), dan (3) imbal hasil tabungan/investasi. Untuk mendapatkan upah atau gaji, seseorang harus menjadi karyawan atau pegawai, baik pada lembaga pemerintah maupun swasta. Namun pada era industri 4.0 saat ini, sebagian tenaga kerja manusia sudah digantikan dengan mesin atau robot dengan memanfaatkan teknologi digital. Tenaga kerja yang terpakai hanya mereka yang memiliki keterampilan khusus yang tidak dapat digantikan oleh mesin atau robot. Peluang untuk memperoleh pendapatan (penghasilan) dari upah atau gaji kian kecil pada era industri 4.0 (digital).

Untuk memperoleh pendapatan dari keuntungan usaha (bisnis), diperlukan keterampilan berbisnis (kewirausahaan), keberanian dalam mengambil resiko, dan modal usaha yang cukup. Tidak banyak masyarakat yang memiliki jiwa wirausaha (*entrepreneur*), berani mengambil resiko (*risk taker*), dan memiliki modal yang cukup. Terakhir, untuk memperoleh pendapatan dari imbal hasil tabungan/investasi juga tidak banyak masyarakat yang memiliki jumlah tabungan dan investasi yang memadai. Agar dapat memberdayakan ekonomi masyarakat banyak pada era industri 4.0, perlu adanya terobosan yaitu ada pihak-pihak yang menggerakkan ekonomi

masyarakat melalui program kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*).

Menurut Hulgard (2010), kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Cukier (2011) menguraikan bahwa *social entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurship*) untuk melakukan perubahan sosial. Sementara, sebagai penggagas *social entrepreneurship* adalah Bill Drayton yang terinspirasi dari pemikiran Mahatma Gandhi, mengatakan bahwa keberhasilan *social entrepreneurship* adalah adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat dan hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha, dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut (Sofia, 2015).

Memperhatikan pengertian yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa wirausaha sosial adalah usaha yang dapat memberikan dampak yang bermanfaat bagi masyarakat atau menjadi solusi bagi permasalahan sosial (ekonomi) yang ada. Ada beberapa jenis usaha yang dapat dikembangkan untuk menjadi solusi bagi permasalahan sosial di masyarakat, sebagaimana program yang dikembangkan Bank DBS Indonesia melalui DBS Foundation, melalui *Social Enterprise Bootcamp* (<https://www.republika.co.id>, 20 November 2019). Jenis wirausaha sosial yang dapat dikembangkan, seperti berikut: (1) *Tanijoy*, bertujuan membentuk ekosistem pertanian yang menghubungkan petani melalui teknologi. Melalui teknologi dapat memberdayakan masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan petani, dan menciptakan *agripreneur* baru di pedesaan; (2) *Ecodoe*, wirausaha sosial yang bergerak dalam sektor *e-commerce*, menawarkan souvenir dan hadiah buatan tangan untuk perusahaan dan klien pemerintah. Penyediaan souvenir dengan melibatkan pengrajin lokal (masyarakat) sesuai dengan kebutuhan pasar; (3) *Studio Dapur*, bekerja sama dengan pengrajin bambu untuk meningkatkan mata pencaharian dan ekonomi masyarakat dengan kerajinan bambu; dan lain-lain. Wirausaha sosial berbentuk startup seperti yang dibina Bank DBS Indonesia tersebut, banyak yang dapat dikembangkan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Seperti usaha-usaha untuk membantu pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat, mengembangkan produk kerajinan yang dapat menyerap tenaga kerja padat karya, dan lain-lain.

Berbagai jenis wirausaha sosial yang dikemukakan di atas, dapat meningkatkan

pendapatan (penghasilan) dan memberdayakan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui kewirausahaan sosial membuat masyarakat dapat melaksanakan kewajibannya (*dharma*) dengan baik. Sehingga, tujuan hidup manusia di dunia (*Jagadhita*) dan tujuan tertinggi (*Moksa*) dapat tercapai.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan kajian yang dilakukan, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- (1) Agama Hindu tidak memandang kekayaan (*artha*) yang merupakan bagian dari ekonomi, sebagai sesuatu yang negatif, asalkan cara memperoleh kekayaan (*artha*) tersebut sesuai dengan ajaran agama (*dharma*). Bahkan, Hindu secara tegas menyatakan bahwa *artha* merupakan salah satu dari tujuan agama Hindu.
- (2) Ekonomi (*artha*) sangat berperan sebagai sarana untuk melaksanakan kewajiban

(*dharma*) dan mencapai kepuasan batin (*kama*) sebagai manusia Hindu.

- (3) Yang memegang peranan dalam dalam ekonomi untuk melaksanakan kewajiban (*dharma*) adalah pendapatan (penghasilan). Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan dan menjamin keberlanjutan penghasilan (pemberdayaan ekonomi) bagi masyarakat adalah melalui kewirausahaan sosial.

Saran-saran

- (1) Untuk dapat memberdayakan ekonomi masyarakat Hindu, masyarakat perlu diberikan bekal kewirausahaan sejak dini agar dapat menjalankan profesinya secara profesional.
- (2) Perlu adanya seseorang yang berjiwa wirausaha dan sosial yang dapat merubah perilaku masyarakat menjadi kreatif, inovatif, dan berkelanjutan serta berdampak positif pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, I Nyoman. 2007. "Upacara Nandan di Desa Gunaksa Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung". Bontot, I Nyoman. 2021. Upacara Agama Hindu Merupakan Kewajiban dan Penggerak Ekonomi di Bali. Prosiding Seminar Nilai Ekonomi Upacara Agama Hindu, Kolaborasi antara FDD UHN IGB Sugriwa Denpasar, FEB Unmas Denpasar, dan Bank Indonesia KPw Provinsi Bali. NISN...
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl. 2011. Social Entrepreneurship: A Content Analysis. Journal of Strategic Innovation and Sustainability.
- Hulgard, Lars. 2010. Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme? EMES European Research Network.
- Madrasuta, Ngakan Made. 2010. *Tuhan, Agama, dan Negara*. Jakarta: Media Hindu.
- Mankiw, N. Gregory. 2019. *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 7*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Raharja, P dan Manurung, M. 2008. Teori Ekonomi Makro. Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sofia, Irma Paramita. 2015. Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. Jurnal Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2 Maret 2015.
- Suamba, I.B. Putu. 2003. *Dasar-dasar Filsafat India*. Denpasar: Program Magister Ilmu Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia bekerjasama dengan Penerbit Widya Dharma.
- Sudarsana, I.B. Putu. 2003. *Ajaran Agama Hindu, Acara Agama*. Denpasar: Yayasan Dharma Acarya.
- Sudharta, Tjok. Rai dan Ida Bagus Punia Atmaja. 2001. *Upadeśa Tentang Ajaran-ajaran Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- Sukirno, Sadono. 2007. *Makro Ekonomi Modern, Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sukrawati, Ni Made. 2019. *Acara Agama Hindu*. Denpasar: UNHI Press.
- Titib, I Made. 2004. *Purana Sumber Ajaran Hindu Komprehensif*. Surabaya: Paramita.
- Wiana, I Ketut. 2001. *Mana Upacara Yajna Dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- Wiana, I Ketut. 2004. *Makna Upacara Yajña Dalam Agama Hindu II*. Surabaya: Paramita.

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM KONTEKS WACANA DHARMA DI INDONESIA

PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN THE CONTEXT OF DHARMA DISCOURSE IN INDONESIA

Ida Bagus Putu Supriadi

Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Email: ibpsihdn2018@gmail.com

Abstrak

Makalah ini berkontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dan penerangan Hindu Fakultas Dharma Duta UHN IGB Sugriwa Denpasar melalui seminar nasional. Makalah ini merupakan makalah pendamping untuk menggenapkan informasi ilmiah sesuai tema seminar ini. Membahas beberapa pokok bahasan antara lain: teknik-teknik persuasif dalam wacana dharma, cara menetapkan daya tarik motif dalam wacana dharma, penggunaan bahasa agama yang menyentuh rasa keagamaan khalayak atau pencitraan, isi pesan wacana dharma wacana dharma persuasif, dan organisasi pesan persuasif

Kata kunci: Wacana Dharma

Abstract

This paper contributes to the development of Hindu communication and information science, Faculty of Dharma Duta UHN IGB Sugriwa Denpasar through national seminars. This paper is a companion paper to fulfill scientific information according to the theme of this seminar. Discusses several topics, including: persuasive techniques in dharma discourse, how to determine the attractiveness of motives in dharma discourse, the use of religious language that touches the audience's religious sense or imagery, the content of dharma discourse messages in persuasif dharma discourse, and organization of persuasive messages.

Keywords: *Dharma discourse*

PENDAHULUAN

Dalam perkiraan Kementerian Dalam Negeri tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia sebesar 272,32 juta jiwa. Bila dirinci menurut agama, diproyeksikan jumlah umat Islam sebesar 86,88 %, jumlah umat Kristen Protestan sebesar 7,49 %, jumlah umat Katolik sebesar 3,09 %, jumlah umat Hindu sebesar 1,74 %, jumlah umat Buddha sebesar 0,75 %, jumlah umat Konghucu sebesar 0,03 %, dan penganut lain-lain sebesar 0,05 %. Berdasarkan prosentase itu, jumlah penganut Hindu di Indonesia sebesar 474 juta jiwa, masih tergolong minoritas di Indonesia, namun khusus di pulau Bali penganut Hindu mayoritas (hampir 87 % atau sekitar 427 juta jiwa) (<https://databoks.katadata.co.id>). Walau secara nasional jumlah umat Hindu relative kecil, namun karena telah cukup banyak yang menyebar di luar pulau Bali dilihat dari kebutuhan pembinaan umat Hindu, kiranya upaya peningkatan *sraddha bhakti* patut menjadi perhatian pemerintah dan Parisada Hindu Indonesia.

Salah satu fenomena tingkah laku umat Hindu di Bali, yang kurang patut menurut ajaran dharma seperti pertentangan dalam keluarga, perjudian, pencurian, perkosaan, pembunuhan (walau jumlahnya tidak banyak, namun sudah terjadi, dan akan terus terjadi di kemudian hari. Hal ini dapat dijadikan semacam tanda bahaya bagi pembinaan umat Hindu baik di Bali maupun di luar Bali. Artinya lembaga tertinggi umat Hindu yakni PHDI perlu melakukan antisipasi terhadap gejala yang mengindikasikan menurunnya ketaatan umat Hindu menjalankan ajaran dharma. Upaya pembinaan umat Hindu mesti segera dilakukan secara lebih terencana dan metode pembinaan yang tepat. Untuk itu data pembinaan umat Hindu perlu dimuthakirkan, selama ini belum ada data berapa jumlah pembina umat Hindu, selain jumlah guru agama Hindu ASN dan honorer yang tercatat. Fakta tentang kurangnya jumlah Pembina agama Hindu, termasuk terbatasnya jumlah penyuluh agama di desa, kecamatan, kabupaten/kota, dan propinsi di seluruh Indonesia. Apalagi berbicara mengenai kualitas dan kompetensi Pembina agama Hindu

masih sangat minim, nyaris tidak mendapat perhatian baik dari pemerintah maupun dari PHDI. Berapa ratio perbandingan antara jumlah umat Hindu yang dilayani oleh seorang pembina agama dalam suatu wilayah binaan? Tampaknya Kementerian Agama belum sanggup menyediakan tenaga penyuluh agama sesuai kebutuhan riil, apalagi PHDI yang tidak memiliki sumber keuangan yang jelas, yang mempersulit melakukan rekrutmen tenaga pembina agama Hindu (Dana, 2006).

Selama ini tenaga pembina agama Hindu banyak diisi oleh tenaga relawan yang merangkap sebagai pengurus organisasi keumatan Hindu dan atau tokoh adat di desa setempat. Contoh riil di Bali asumsi ratio satu orang pembina agama berbanding 500 orang umat yang dilayani untuk kepentingan pembinaan belum tercapai, apalagi kebutuhan umat Hindu di luar Bali mungkin ratio 1:1000 belum banyak yang tercapai, mengingat konsentrasi umat Hindu di luar Bali kebanyakan berada di daerah-daerah transmigrasi (Dana, 2006).

Konsep pembinaan umat Hindu sebagaimana ditetapkan Parisada yang disebut *Sad Dharma*, yang terdiri dari *Dharma Wacana*, *Dharma Tula*, *Dharma Gita*, *Dharma Yatra*, *Dharma Shanti*, dan *Dharma Sadhana* tampaknya belum diwujudkan secara merata sesuai kebutuhan umat. Selain itu pemanfaatan media komunikasi literer dan digital belum maksimal, masih terfokus pada penggunaan media komunikasi langsung *face to face* antara komunikator dengan komunikan. Karena itu, upaya penyebaran wacana dharma akan tetap mengalami hambatan bila tidak melakukan perencanaan komunikasi dengan melibatkan semua komponen komunikasi secara maksimal Ngurah (2009).

Melakukan perencanaan komunikasi berarti memilih dan menetapkan strategi komunikasi yang jitu (Soyomukti, 2010). Dalam konteks wacana dharma yang bertujuan mengajak, menghimbau atau memengaruhi umat untuk taat dan disiplin mengamalkan dharma dibutuhkan strategi komunikasi persuasif, yang bertujuan menghimbau dan memengaruhi khalayak agar mau menambah khasanah pengetahuan dan pengalaman dalam memahami wacana dharma secara sukarela dan menyenangkan. Mampu membangun persepsi yang benar dalam meyakini dan mengimplementasikan ajaran dharma dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam proses ini umat Hindu membutuhkan informasi keagamaan melalui media *dharma wacana*, *dharma tula*, *dharma gita*, *dharma yatra*, *dharma shanti*, dan *dharma sadhana* (Ngurah, 2009). Akan timbul wawasan baru dari jawaban atas pertanyaan kritis dalam kegiatan pembinaan agama. Umat bertanya kepada pembina agama atau

penyuluh agama, atau kepada siapa saja yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih luas. Jawaban yang dikehendaki biasanya adalah jawaban yang mampu membangun pemahaman yang rasional dan memuaskan daya nalarnya. Pembina agama dituntut memberikan jawaban-jawaban seperti itu.

Komunikasi persuasif dalam konteks *wacana dharma* bertujuan memengaruhi *audience* untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai ajaran dharma. Ternyata memengaruhi *audience* adalah sebuah keterampilan berkomunikasi yang dapat diamati dan diukur dengan kriteria tertentu. Berkenaan dengan itu, menjadi penting mempelajari dan memahami: (1) apa saja teknik-teknik persuasi, yang dapat digunakan dalam wacana *dharma* persuasif? (2) bagaimana menetapkan daya tarik motif untuk mencapai tujuan persuasi dalam wacana *dharma*?, (3) mengapa penggunaan bahasa agama yang menyentuh alat-alat indera *audience* (pencitraan) penting dilakukan dalam wacana *dharma* persuasif? (4) Isi pesan persuasif apa saja yang perlu disampaikan dalam wacana *dharma* persuasif? Keempat pertanyaan diatas akan dijawab melalui pembahasan berikut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik-Teknik Persuasi Dalam Wacana Dharma

Sebagaimana dinyatakan oleh para ahli, seperti Ehninger, Monroe, dan Gronbeck dalam *Principles and Types of Communication*, bahwa tidak ada teknik persuasi yang berlaku secara universal. Faktor waktu, situasi dan khalayak sangat berperan dalam menetapkan pilihan teknik persuasi yang tepat (Rakhmat, 2009:98). Dari sumber di atas diketahui beberapa teknik persuasi berdasarkan jenis khalayaknya, meliputi: (1) Jenis Khalayak Tak Sadar; (2) Jenis Khalayak Apatitis; (3) Jenis Khalayak yang Tertarik tetapi Ragu; (4) Jenis Khalayak yang Bermusuhan.

Jenis Khalayak Yang Tidak Sadar Akan Adanya Suatu Masalah

Jenis khalayak seperti ini secara faktual masih mendominasi umat Hindu di Indonesia. Ini dapat terjadi karena kurangnya informasi, terutama bagi umat Hindu yang berada di pedesaan. Kurangnya kegiatan yang mewacanakan ajaran dharma menyebabkan tidak disadari adanya masalah yang mesti dipecahkan. Contoh, wacana dharma tentang kerangka dasar agama Hindu baru diwacanakan secara intensif kepada siswa di sekolah mulai SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi karena telah masuk dalam kurikulum

pendidikan agama Hindu di sekolah. Dalam keluarga, anak-anak hampir tidak pernah mendapat penjelasan tentang pengamalan ajaran *tattwa*, *susila*, dan *acara* yang dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Para orang tua menganggap hal itu bukan masalah karena mereka beranggapan bahwa pengetahuan itu sudah diperolehnya di bangku sekolah. Ini salah satu contoh khalayak yang tidak sadar akan adanya masalah yang sedang dihadapi (Rakhmat, 2009:99). Bagaimana mempersuasi khalayak agar mereka menyadari adanya masalah dan perlu segera mengambil langkah-langkah pemecahannya?. Untuk kepentingan itu, disajikan langkah-langkah yang meliputi beberapa tahap, yakni tahap perhatian, dan tahap kebutuhan, dalam hal ini digunakan contoh wacana dharma dengan topik kerangka dasar agama Hindu.

Pada tahap perhatian, pewacana dharma mampu menunjukkan beberapa fakta tentang ketidaksadaran khalayak akan fungsinya sebagai kepala keluarga yang membutuhkan pengetahuan tentang kerangka dasar agama Hindu. Untuk itu, perlu membangkitkan minat khalayak untuk: (1) mengenal konsep tiga kerangka dasar agama Hindu; (2) mengenal materi yang terkandung dalam *tattwa*, *susila* dan *acara* agama; (3) mengenal contoh pemahaman ajaran *tattwa*, *susila* dan *acara* yang benar; (4) mengenal cara penyampaian pesan ajaran *tattwa*, *susila*, dan *acara* yang mudah dipahami anggota keluarga; (5) bersedia melatih diri untuk mampu menyampaikan pesan keagamaan minimal kepada anggota keluarga. Hal ini berarti bahwa pewacana dharma hendaknya mampu menumbuhkan perhatian khalayak, dengan cara menerangkan peristiwa yang menarik yang dialami seseorang pemula yang sangat tertarik mempelajari ajaran agama Hindu.

Setelah pewacana dharma berhasil menarik perhatian khalayak, langkah berikutnya adalah menumbuhkan kesadaran khalayak akan kebutuhan untuk: (1) memahami konsep tiga kerangka dasar agama Hindu; (2) memahami perilaku umat Hindu yang mampu mengamalkan ajaran *tattwa*, *susila* dan *acara* agama dalam kehidupan sehari-hari; (3) merasakan pengalaman melaksanakan ajaran *tattwa*, *susila* dan *acara* yang benar; (4) menguasai cara penyampaian pesan ajaran *tattwa*, *susila*, dan *acara* yang mudah dipahami anggota keluarga; (5) mampu menjadi pewacana dharma minimal di lingkungan keluarga sendiri.

Khalayak Yang Apatis

Jenis khalayak seperti ini secara faktual masih ada dan terjadi di kalangan umat Hindu di Indonesia. Ini dapat terjadi pada umat Hindu dimanapun mereka berada. Contoh pada kebanyakan umat Hindu di pedesaan Bali atau

daerah transmigrasi. Mereka beranggapan bahwa dengan melakukan acara agama sesuai dengan warisan leluhur sudah merasa sebagai umat Hindu yang baik, merasa tidak perlu penjelasan tentang kegiatan keagamaan yang biasa mereka lakukan itu. Sikap apatis ini juga dapat disebabkan oleh kurangnya kegiatan yang mewacanakan ajaran dharma. Contoh, kebiasaan leluhur yang tidak mewacanakan dharma di pura atau balai banjar, sebagai bukti tidak dibutuhkan pembinaan agama. Mereka beranggapan bahwa penjelasan tentang kerangka dasar agama dilakukan siswa di sekolah mulai SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi untuk sekedar dapat nilai untuk rapor. Dalam keluarga hal itu tidak diperlukan, karena agama itu adalah pengamalan ajaran dalam bentuk perbuatan baik saja. Bagaimana kiat atau tip menghadapi jenis khalayak seperti ini?, dapat dibahas menurut urutan bermotif, mulai dari upaya menarik perhatian khalayak, dilanjutkan dengan upaya menunjukkan kebutuhan mengatasi masalah yang sedang dihadapi khalayak. Kemudian menguraikan langkah-langkah pemecahan masalah untuk memuaskan khalayak. Dan upaya berikutnya adalah memvisualisasikan langkah-langkah pemecahan masalah dan terakhir mengajak dan memengaruhi khalayak agar ikut berperan serta dalam tindakan pemecahan masalahnya. Urutan kronologis langkah-langkah tersebut dapat dirinci sebagai berikut.

Pewacana dharma perlu menggali kiat-kiat praktis untuk menyingkirkan sikap apatis tersebut dengan menyentuh beberapa hal yang berkaitan dengan kepentingan memahami dan melaksanakan tiga kerangka dasar agama Hindu dalam kehidupan sehari-hari. Pewacana dharma perlu menyampaikan satu atau dua fakta atau angka yang mengejutkan di seputar penjelasan tentang kerangka dasar agama Hindu. Kiranya juga diperlukan menggunakan ungkapan-ungkapan yang hidup untuk menunjukkan bagaimana kepentingan-kepentingan khalayak itu ditentukan secara langsung oleh persoalan pemahaman kerangka dasar agama Hindu sebagai contoh.

Bila sudah tumbuh minat dan perhatian, pewacana dharma melanjutkan dengan menunjukkan secara langsung dan dramatis bagaimana masalah pemahaman kerangka dasar agama Hindu tersebut memengaruhi setiap orang yang hadir. Uraikan masalah dengan menunjukkan (1) efeknya secara langsung terhadap mereka; (2) efeknya terhadap keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya; (3) kemungkinan efek masa depan bagi anak – anak mereka. Dalam menunjukkan efek-efek itu, gunakanlah bukti yang sekuat mungkin. Dan tegaskan dengan fakta dan kondisi yang kurang dikenal atau yang mengejutkan.

Dalam membangun tahap pemuasan, pewacana dharma perlu menegaskan kembali usulan atau pemecahan yang ditawarkan berpengaruh langsung pada kepentingan khalayak sendiri atau sekitarnya. Selanjutnya pewacana dharma mampu memvisualisasikan secara jelas keuntungan yang akan diperoleh khalayak, sekiranya mereka menerima gagasan yang telah disampaikan; dan kerugian besar jika mereka tetap tak mengacuhkannya. Berdasarkan visualisasi ini, mintakan pada mereka untuk mempelajari masalah ini atau untuk bertindak mengatasinya.

Khalayak Yang Tertarik Tetapi Ragu

Sebagian khalayak tahu dan sadar adanya masalah, tetapi mereka belum mengambil keputusan karena masih meragukan keyakinan yang akan diikuti atau tindakan yang akan dijalankan. Dalam situasi seperti itu, seorang pewacana dharma hendaklah mampu meyakinkan khalayak, bahwa himbauan atau ajakan pewacana dharma benar. Untuk itu gunakanlah tahap-tahap seperti berikut:

Karena khalayak sudah tertarik dengan persoalannya, langsung saja menunjukkan pokok persoalan. Namun tetap menjaga untuk selalu memusatkan perhatian khalayak, pada pokok persoalan. Jelaskan secara singkat latar belakang historisnya. Uraikan juga beberapa situasi yang ada, dan tunjukkan mengapa perlu mengambil keputusan.

Usul pemecahan masalah oleh pewacana dharma, perlu dinyatakan kembali serta memaparkan secara ringkas rencana tindakan yang harus dilakukan. Selanjutnya menunjukkan secara spesifik bagaimana usulan itu memenuhi kriteria yang benar sesuai sejumlah fakta, angka, dan testimoni. Ini akan memuaskan hati khalayak. Pewacana dharma penting untuk memilih dan menggunakan kata-kata yang hidup dan persuasif. Mampu memproyeksikan khalayak ke masa depan dan dapat melukiskan gambaran realistis dari kondisi-kondisi yang dikehendaki, yang akan terjadi bila orang menerima usulan dari pewacana dharma atau mendukungnya. Pewacana dharma dapat menyatakan kembali dengan bahasa yang jelas dan kuat. Membuat ikhtisar singkat dari argumen-argumen penting dalam pembicaraan sebelumnya tentang tindakan terencana yang akan dilakukan khalayak.

Khalayak Yang Bermusuhan

Ada kalanya pewacana dharma menghadapi situasi yang pelik karena ide atau gagasan untuk memecahkan masalah yang dihadapi pendengar tidak disetujui. Apapun kejadiannya, bila tujuan

pewacana dharma adalah mengatasi keberatan-keberatan khalayak dan mengupayakan agar mereka menerima gagasan Anda, ikutilah urutan bermotif, mulai dari upaya menarik perhatian khalayak, lanjut ke upaya menunjukkan apa yang mereka butuhkan, dan kemudian memvisualisasikan kelebihan atau keuntungan yang diperoleh jika khalayak mau mengikuti ide atau gagasan pemecahan masalah yang ditawarkan pewacana dharma. Tahap urutan bermotif dalam rangka mempersuasi khalayak dapat dijelaskan sesuai uraian Rakhmat (2009:98) sebagai berikut:

(1) Upaya Menarik Perhatian Khalayak.

Pewacana dharma hendaklah bersabar, jangan emosi, seraya mencari upaya yang dapat diterima khalayak. Disini harus ada usaha yang brilian untuk menyambungkan “persahabatan” dengan khalayak. Berusaha mengajak dengan kata-kata lemah lembut tetapi rasional, memengaruhi mereka agar mau mendengarkan argumentasi anda. Lakukan pembahasan masalah secara tidak langsung, perlahan tetapi pasti satu demi satu berangsur-angsur. Dimulai dari gagasan yang paling kecil kemungkinannya menimbulkan penentangan dan bergeraklah menuju isu-isu yang lebih kontroversial secara perlahan-lahan agar mereka merasa bahwa Anda memang secara tulus ingin mencapai hasil yang juga mereka inginkan.

(2) Upaya Menyadarkan Khalayak Tentang Apa Yang Dibutuhkan.

Setelah tawaran pemecahan masalah disepakati, sesuai kriteria untuk mengukur kebenaran tawaran pemecahan masalah tadi. Perlu ditegaskan kepada khalayak bahwa itulah hal yang dibutuhkan oleh khalayak, yang selama ini saling dipertentangkan menurut persepsi individu, yang sebenarnya tidak perlu dipertentangkan.

(3) Upaya Memvisualisasikan dan Menyarankan Tindakan Yang Perlu Dilakukan.

Sekiranya khalayak sudah berada berada dalam posisi tertarik dengan masalah yang dibicarakan tetapi masih ragu, berilah tekanan lebih banyak pada visualisasi atau keuntungan-keuntungan.

Penetapan Daya Tarik Motif Dalam Wacana Dharma Persuasif

Wacana dharma persuasif tidak dapat dilepaskan dari upaya memengaruhi khalayak. Karena itu seorang pewacana dharma wajib menguasai seni persuasi sebagaimana diajarkan dalam *public speaking*. Secara konseptual, persuasi

adalah penggunaan manipulasi psikologis dalam proses memengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang agar orang yang dipengaruhi tersebut seolah-olah bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Pendapat, sikap, dan tindakan ini diasumsikan sebagai fenomena kepribadian. Itulah sebabnya pewacana dharma yang ingin mempersuasi khalayak yang dihadapinya hendaknya mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepribadian manusia, yang dalam konsep psikologi disebut motif. Motif adalah dorongan dari dalam diri individu khalayak yang mampu menggerakkan tingkah laku menuju arah tertentu. Sedangkan daya atau tenaga pendorongnya disebut daya tarik motif. Juga berarti bahwa daya tarik motif berfungsi sebagai tenaga penggerak motif (*motive appeals*). Dalam hubungan ini, seorang pewacana dharma dapat memanipulasi daya tarik ini untuk mencapai tujuan persuasi dalam wacana dharma (Ross, Raymond S (1974); Rakhmat, 2009:102).

Motif dan Daya Tarik Motif

Rakhmat (2009) mengenalkan terminologi psikologi, tentang 2 jenis motif, yaitu motif biologis dan motif psikologis. Keduanya memiliki daya tarik motifnya masing-masing. Contoh motif psikologis: (1) Motif organisme, motif ini ada 2 bentuk, yaitu: (a) ingin tahu, daya tarik motifnya pengetahuan, pengalaman, petualangan dan variasi; (b) prestasi, daya tarik motifnya perjuangan, kemampuan, ambisi, kreasi, hasrat membangun. (2) Motif social, motif ini ada 3 bentuk, yaitu: (a) kasih sayang, daya tarik motifnya kesetiaan, kekeluargaan, simpati, rasa belas, hasrat meniru; (b) harga diri, daya tarik motifnya kebanggaan, kemuliaan, gengsi, perhatian; dan kekuasaan, daya Tarik motifnya kekuatan, paksaan, pengaruh kebebasan; (3) Transendental ada 2 bentuk, yaitu: (a) rasa agama, daya tarik motifnya pemujaan, kesucian, mirakel, kegaiban, kepercayaan; (b) nilai psikologis. daya tarik motifnya keindahan, keagungan, keadilan, kebenaran.

Dalam wacana dharma, seorang pewacana dapat menghubungkan konsep motif dan daya tarik motif khalayak (Turner, William (1985); Rakhmat 2009:103). Pewacana dharma dapat mengasumsikan khalayak sebagai entitas organisme, yang memiliki organisasi biokimia. Tubuhnya dibentuk dari triliunan sel yang tersusun rapi dalam sistem tubuh, otot dan tulang. Sebagai entitas organisme, manusia membutuhkan makanan, minuman, seks, udara, istirahat, dan kelangsungan hidup. Kebutuhan inilah yang mendorong manusia bergerak, mewarnai seluruh tingkah lakunya sampai gerak pikirannya. Motif biologis ini disebut motif primer oleh kaum behavioris. Dari motif biologis itu, pewacana dharma berasumsi bahwa khalayak menyebarkan

daya tarik motif: kenikmatan, kemewahan, rekreasi, permainan, pelepasan dari ketegangan, daya tarik seks, kebersihan, rasa aman dan perlindungan dari kecelakaan. Dengan demikian dapat ditarik benang merahnya. bahwa motif biologis terdiri dari: (1) Motif biologis lapar dan dahaga, daya tarik motifnya berupa kenikmatan, kesenangan, kemewahan; (2) Motif biologis lelah, daya Tarik motifnya rekreasi, permainan, pelepasan dari ketegangan; (3) Motif biologis seks, daya Tarik motifnya daya Tarik seks, penistaan, perkosaan; (4) Motif biologis keselamatan, daya Tarik motifnya kesehatan, keamanan, perlindungan, ketentraman.

Selain itu, diuraikan bahwa, dalam menghubungkan konsep motif dan daya tarik motif, seorang pewacana dharma, dapat pula mengasumsikan adanya motif psikologis. Dalam kategori ini terdapat tiga kelompok motif, yaitu: motif organisme, motif social, dan motif transcendental (Rakhmat, 2009:103-105).

Menggunakan Daya Tarik Motif Dalam Wacana Dharma Persuasif

Untuk menggunakan daya tarik motif ini dalam wacana dharma, seorang pewacana dharma dapat mengikuti kiat-kiat dalam Rakhmat (2009: 106), antara diuraikan sebagai berikut: (1) Harap dipahami bahwa tidak ada daya tarik motif yang bersifat universal, yang berlaku dimana saja. Karena itu usahakan memilih motif sesuai dengan situasi dan khalayak yang dihadapi. (2) Dari sekian banyak motif khalayak, pilihlah motif utamanya saja, dan gunakan motif-motif yang lain sebagai penunjangnya. Contoh bila pewacana dharma ingin menanamkan daya tarik kesetiaan kepada khalayaknya, maka ia harus menonjolkan hubungan kesetiaan dengan kebanggaan (motif biologis) namun motif kesetiaan tetap diutamakan.

Unsur Emosi Sebagai Intensifikasi Daya Tarik Motif

Kekuatan daya tarik motif ditentukan oleh kekuatan emosi yang mewarnainya. Menurut Emil Dofivat (Rakhmat, 2009:106) memaparkan bahwa, ada beberapa penggerak emosi diantaranya: (1) Kebencian; (2) Rasa belas; (3) Unsur seks; (4) Hasrat menonjol; (5) Dasar kesusilaan; (6) Dorongan pelepasan etis. Uraian ringkasnya adalah sebagai berikut.

Kebencian dapat digunakan alat perangsang untuk membangkitkan semangat berjuang. Dalam paraktik wacana dharma, kegagalan khalayak mengatasi godaan sad ripu dapat dijadikan pemicu perjuangan melawan hawa nafsu dalam diri sendiri. Kebencian disini diasumsikan tidak sebagai sesuatu yang negatif, itu sangat bergantung pada objek yang dibencinya.

Rasa belas atau simpati dapat digunakan menyemangati daya Tarik motif dengan menonjolkan penderitaan yang dialami seseorang atau mendramatisasi cerita kepahlawanan. Bila dikombinasikan dengan nilai-nilai agama maka dapat menghasilkan semangat berkorban, yang dalam ajaran beryadnya.

Unsur seks atau libido dapat digunakan sebagai pendorong daya Tarik motif. Misalkan dengan menekankan pada tata nilai kesopanan dan harga diri, pelecehan atau pemerkosaan dapat membangkitkan kemarahan massa atau kebencian yang luar biasa. Penistaan agama terhadap agama tertentu terbukti sangat ampuh membakar kemarahan penganut agama yang dinistakan itu.

Hasrat menonjol juga dapat dimanfaatkan sebagai perangsang munculnya daya Tarik motif. Hal ini didasarkan pada teori psikologi bahwa manusia sebagai individu ingin lebih dari orang lain. Sebagai anggota kelompok, ia pun ingin lebih baik dari kelompok lain. Para penganut agama tertentu juga mengalami hal serupa. Karena itu, secara positif dapat digunakan untuk meningkatkan ketaatan pada ajaran agama yang dianutnya.

Dasar kesusilaan yang dipegang teguh penganut agama mengandung nilai yang tinggi bagi agama itu, dapat juga dimanfaatkan sebagai pendorong daya Tarik motif. Misalnya, untuk mewujudkan tujuan jagadhita umat Hindu dituntut untuk taat pada ajaran trikaya parisuda, catur paramita, melaksanakan panca yadnya dan selalu waspada godaan sad ripu, dan sapta timira. Dengan membangkitkan motif berpegang teguh pada kebenaran dan kebaikan bersama dalam hidup bermasyarakat, pewacana dharma dapat menggunakan nilai-nilai susila ini untuk menggugah kesadaran khalayak untuk selalu berpegang teguh pada kebenaran dan kebaikan sesuai ajaran agama yang dianutnya.

Dorongan penglepasan etis juga dapat dijadikan pendorong daya Tarik motif. Ketika seseorang mengalami stress atau frustrasi karena suatu hal, mereka harus segera terbebas dari himpitan tekanan batin itu, kebebasan itu didorong dari kekuatan dari dalam diri. Keberhasilan bebas dari himpitan bebas psikologis itu disebut dorongan pelepasan etis. Pewacana dharma dapat menggunakan fenomena seperti itu untuk merangsang tindakan dalam memperjuangkan kebaikan diri, kelompok atau masyarakatnya.

Faktor Penentu Kepribadian (*Personality Determinants*)

Faktor-faktor penentu kepribadian manusia diuraikan dalam beberapa teori, diantaranya menurut Galen (Rakhmat, 2009), teori ini menyatakan bahwa kepribadian manusia ditentukan

oleh empat macam cairan dalam tubuhnya. Bila cairan darah yang dominan, maka Anda bersifat riang, gembira, optimis dan lincah. Cairan hitam menyebabkan pribadi yang melankolis, muram dan penyedih. Cairan kuning menjadikan orang mudah tersinggung dan pemarah. Teori menurut Ernest Kretschmer, Sheldon, Stevens dan Tucker (1940-an) manusia dapat digolongkan dalam tiga kategori: endomorfi, mesomorfi dan ekstomorfi. Dalam hubungannya dengan retorika teori Kluckhohn dan Murry mereka menyebutkan empat macam penentu kepribadian: constitution (struktur jasmani), group membership (keanggotaan kelompok), Role (peranan) dan situation (situasi). Teori-teori ini dapat digunakan sebagai dasar pemikiran dalam menetapkan daya Tarik motif.

Pencitraan (*Imagery*)

Dalam wacana dharma persuasif, seorang pewacana dharma harus menyentuh alat-alat indera khalayak, agar mereka akan merasakan apa yang dirasakan oleh pewacana dharma atau ungkapan sebaliknya. Pewacana dharma juga harus merangsang alat-alat indera khalayaknya dengan kata-kata yang jelas, lemah lembut dan menarik. Salah satu di antara keajaiban kata-kata, adalah kemampuan untuk merangsang manusia secara fisik. Misal jika pewacana dharma menyajikan berita tentang lezatnya makanan yang lezat. Air liur khalayak akan terbit karenanya. Tubuh manusia ternyata bukan hanya dipengaruhi oleh objek-objek stimuli, tetapi juga oleh gambaran tentang stimuli. Penggunaan bahasa untuk menggambarkan stimuli disebut *imagery* (pencitraan). Pencitraan atau alat-alat indera yang kita pakai dalam menerima informasi dari lingkungan dapat berupa: pencitraan visual, Pencitraan auditif, pencitraan cita rasa, pencitraan ciuman, pencitraan sentuhan, pencitraan kinestetis, dan pencitraan orfanik (Rakhmat, 2009:110-114).

Isi Pesan Persuasif

Pertanyaan mendasar yang perlu dijawab terkait dengan isi pesan wacana dharma persuasif, “Apa yang harus diucapkan pada wacana dharma persuasif?” Teknik pengembangan pokok bahasan yang bagaimana yang paling efektif? atau apa saja yang dimasukkan dalam naskah wacana dharma persuasif? Jawaban atas pertanyaan itu ada di seputar isi pesan persuasif. Dalam hubungan ini, pewacana dharma dapat mengacu pada Wayne N.Thomson sebagaimana dikutip oleh Rakhmat (2009). Isi pesan persuasif menyangkut tiga hal, yaitu: (1) bagaimana pewacana dharma menarik perhatian khalayak; (2) bagaimana pewacana dharma meyakinkan khalayak; (3) bagaimana

pewacana dharma menyentuh perasaan atau menggerakkan hati khalayak.

Untuk menarik perhatian khalayak, pewacana dharma hendaknya: (1) menunjukkan topik yang erat hubungannya dengan kepentingan khalayak; (2) menghindari satu jenis teknik pengembangan bahasan. Artinya agar mengembangkan berbagai teknik yang beragam, seperti kutipan, analogi, contoh, definisi, puisi, peribahasa. Demikian pula bentuk kalimat yang berubah-ubah seperti pertanyaan, perintah, harapan, dan berita; (3) menggunakan contoh-contoh yang spesifik dan konkrit terjadi disekitar khalayak; (4) menceritakan kisah-kisah yang menarik, dalam itihasa, purana atau cerita rakyat yang populer dalam tradisi local; (5) mengorganisasikan semua bahan-bahan itu dalam susunan kalimat yang mengandung makna, yang merupakan ide atau gagasan yang orisinal, kreatif, dan informative.

Untuk meyakinkan khalayak, pewacana dharma hendaknya dapat menunjukkan bukti. Ada empat bukti yang harus dimasukkan dalam naskah wacana dharma persuasif yaitu fakta, contoh, statistic, dan testimony. Dan ada empat cara penyajian bukti tersebut, yaitu deduksi, induksi, hubungan kausal, dan analogi.

Perlu diketahui bahwa bahan-bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Uraian di atas tentang daya tarik motif sangat relevan. Penggunaan daya tarik motif melalui tiga tahap: analisis, seleksi, adaptasi. Pertama, temukan keinginan, harapan, cita-cita khalayak tertentu; Kedua, pilihlah bahan bahan yang sesuai dengan keinginan khalayak; dan ketiga, hubungkan usulan yang sesuai keinginan khalayak dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan khalayak.

Organisasi Pesan Persuasif

Dalam menyusun organisasi pesan persuasif dapat ditempuh empat pola yang lazim digunakan dalam pidato persuasif, yaitu: (1) pola pemecahan masalah; (2) pola sebab akibat; (3) pola pro-kontra; dan (4) pola urutan bermotif. Keempat pola tersebut secara ringkas diuraikan sebagai berikut.

Pola Pemecahan Masalah

Dalam wacana dharma, pewacana dharma ada kalanya harus menjelaskan berbagai alternatif pemecahan masalah dan menunjukkan alternatif terbaik. Busby dan Marjos, dalam *Basic Speech Communication* (Rakhmat, 2009) menyajikan ikhtisar pola pemecahan masalah sebagai berikut: I. Pendahuluan; II. Isi Pesan Persuasif, meliputi: (a) Masalahnya apa? Dengan sub-sub bahasan: Apa penyebabnya?; Siapa yang bertanggung jawab?; Sejauh mana urgensinya? (b) Apa saja alternatif pemecahannya?, dengan sub-sub bahasan: Adakah pemecahan masalah?; (Apa yang dapat dilakukan

untuk mencegah masalah?; Siapa yang dapat bertindak mengatasi masalah? (c) Tunjukan pemecahan terbaik, dengan sub-sub bahasan: Apa yang pernah dilakukan orang untuk memecahkan masalah itu?; Mana pemecahan yang anda usulkan?; Mana pemecahan yang disukai khalayak? III. Kesimpulan / Penutup.

Pola Sebab-Akibat

Pola ini dimaksudkan untuk melukiskan situasi yang terjadi. Dengan pola ini khalayak diajak memahami masalah lebih jernih dan mengerti sebab-sebabnya. Sebagai bahan acuan, pewacana dharma dapat menggunakan bahan bacaan yang berjudul *Basic Speech Communication* karya Busby dan Majors untuk membahas masalah yang sebab-sebabnya tidak mudah diketahui oleh Busby dan Majors, sebagaimana dikutip Rakhmat (2009), yang telah disesuaikan untuk kepentingan wacana dharma, menjadi ikhtisar berikut: I. Pengantar/Pendahuluan; II. Isi Pesan Persuasif, meliputi: (a) Narasi yang memuat sebab-sebab timbulnya kasus, dengan sub-sub bahasan Faktor apa yang menimbulkannya?; Apakah kasus itu merupakan respon pada kasus lain?; Siapa bertanggung jawab? (b) Narasi yang memuat akibat-akibat kasus, dengan sub-sub bahasan: bagaimana indikasi kasus?; siapa yang dikenai kasus?; factor-faktor apa bagi yang terpengaruh?. (c) Apa yang dapat / harus lakukan? dengan sub-sub bahasan: Apa jalan keluarnya?; Bagaimana jalan keluar itu menimbulkan efek yang dikehendaki?; Apa faedah-faedahnya? Siapa yang harus melakukannya?. III. Kesimpulan.

Pola Pro-Kontra

Para pewacana dharma di lapangan sering harus mengubah pola isi pesannya sesuai dengan kebutuhan lapangan. Artinya bila topik pembicaraan tidak dapat disusun berdasarkan pola pemecahan masalah atau pola sebab-akibat, maka dapat ditempuh pola pro-kontra. Pedharma wacana mungkin mengajukan usulan jalan tengah atas sikap khalayak yang pro-kontra terhadap wacana ajeg dresta Bali yang menolak eksistensi dresta non Bali di Bali, maka pedharma wacana harus dapat menunjukkan keuntungan dresta Bali (pandangan pro) dan kerugian dresta non Bali bila dibiarkan berkembang di Bali (pandangan kontra). Tentu saja pewacana dharma itu harus menunjukkan keuntungannya lebih besar dari kerugiannya. Inilah ikhtisar antara pro-kontra. I. Pengantar/Pendahuluan; II. Isi Pesan Persuasif meliputi (a) Tunjukan keuntungan-keuntungannya, dengan sub-sub bahasan: Aspek mana dari pokok pembicaraan yang paling menarik?; Keuntungan apa yang bakal diperoleh khalayak. (b) Tunjukan kerugian-kerugiannya, dengan sub-sub bahasan:

Aspek mana yang paling tidak menarik?; Adakah kerugian atau biaya tersembunyi yang akan dialami pendengar?; (c) Tunjukkan bagaimana khalayak memperoleh keuntungan, dengan sub-sub bahasan: Apakah keuntungan lebih besar dari kerugian?; Langkah-langkah apa yang harus diambil untuk memperoleh keuntungan?; Bagaimana pendengar dapat berperan serta?; Bila tindakan itu harus dilakukan?

Pola Urutan Bermotif

Pola ini seperti diketahui lazim disebut pola Monroe (dari perumusannya Alan H Monroe). Ia menyarankan pola urutan bermotif dengan ikhtisar sebagai berikut.

I. Pengantar/Pendahuluan, meliputi unsur urutan bermotif: (a) Perhatian dengan sub-sub bahasan: bagaimana menarik perhatian?; Bagaimana memusatkan perhatian? (b) Kebutuhan, dengan sub-sub bahasan: apa masalah yang dihadapi? Apa yang sudah diketahui khalayak?; Bagaimana membuat khalayak merasakan kebutuhan itu? II. Isi Pesan Persuasif, meliputi: (a) Pemuasan, dengan sub-sub bahasan: Bagaimana kebutuhan khalayak dapat dipuaskan?; Apa tanda-tanda pemuas kebutuhan?; Di mana pemuas itu dapat diperoleh? (b) Visualisasi, dengan sub-sub bahasan: Apa keuntungan bagi khalayak?; Bagaimana keadaannya bila keadaannya terpenuhi? .III. Kesimpulan/Penutup. Meliputi: Imbauan/tindakan, dengan sub-sub bahasan: Apa yang harus khalayak lakukan untuk memperoleh pemuas kebutuhan?; Kapan mereka harus bertindak?

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut,

1. Untuk menyusun naskah dan menyampaikan pesan persuasif dalam wacana dharma, pewacana dharma penting menguasai teknik-teknik persuasi yang berbeda-beda sesuai jenis khalayaknya, apakah khalayak tergolong yang tidak sadar, yang apatis, yang tertarik tetapi ragu, ataukah tergolong yang bermusuhan.
2. Demikian pula penting untuk diketahui cara menetapkan dan menggunakan daya tarik motif, yang sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan pewacana dharma melakukan pendekatan persuasif. Termasuk memanfaatkan unsur emosi sebagai intensifikasi daya Tarik motif dan faktor penentu kepribadian.
3. Selain itu, yang tidak kalah pentingnya mengetahui cara menyentuh alat indera

khalayak dengan bahasa agama dengan kata-kata yang jelas dan menarik, yang disebut pencitraan. Dan yang lebih penting lagi para pewacana dharma terampil mengembangkan pokok bahasan yang disusun sedemikian rupa sesuai urutan bermotif, yakni teknik berbicara yang menarik perhatian, mampu meyakinkan khalayak dengan argumen-argumen yang masuk akal didukung dengan penguasaan data, angka, dan testimoni. Selain mampu meyakinkan khalayak, isi pesannya mampu menyentuh atau menggerakkan khalayak untuk mengatasi masalah sesuai ide/gagasan yang disarankan oleh pewacana dharma.

4. Pewacana dharma juga perlu memiliki keterampilan menyusun pesan sesuai dengan cara mengorganisasikan pesan persuasif berdasarkan pola yang berbeda-beda agar tidak tampak monoton. Apakah akan memilih pola pemecahan masalah, pola sebab-akibat, pola pro-kontra, ataukah pola urutan bermotif sesuai situasi dan kemampuan pewacana dharma di lapangan.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas dapat disarankan hal-hal sebagai berikut.

1. PHDI disarankan bekerja sama dengan Kementerian Agama R.I. untuk melaksanakan pendidikan dan latihan pewacana dharma agar mampu menguasai teknik-teknik persuasi yang berbeda-beda sesuai jenis khalayaknya.
2. PHDI disarankan bekerja sama dengan Kementerian Agama R.I. untuk melaksanakan pendidikan dan latihan pewacana dharma menguasai cara menetapkan daya tarik motif.
3. PHDI disarankan bekerja sama dengan Kementerian Agama R.I. untuk melaksanakan pendidikan dan latihan pewacana dharma agar pewacana dharma terampil mengembangkan pokok bahasan yang disusun sedemikian rupa sesuai urutan bermotif.
4. PHDI disarankan bekerja sama dengan Kementerian Agama R.I. untuk melaksanakan pendidikan dan latihan pewacana dharma agar pewacana dharma secara personal memiliki keterampilan menyusun pesan sesuai dengan cara mengorganisasi pesan persuasif berdasarkan pola yang berbeda-beda agar tidak tampak monoton masih memiliki ikatan dengan tanah leluhurnya melalui pembuatan-pembuatan upacara yang tidak terlalu jauh berbeda dengan di daerah asal. Karena itu, identitas mereka masih dapat ditelusuri melalui praktik-praktik keagamaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Busby, Rudolph E. dan Randall E. Majors. 1987. *Basic Speech Communication: Principles, and Practices*. New York: Campbell, Karlyn K.
- Dana. I Nengah. 2006. *Kompilasi Dokumen Literer 45 Tahun Parisada*. Jakarta: PHDI Pusat
- Ehninger, Douglas. Alan H. Monroe, dan Bruce E. Gronbeck. 1978. *Priciples and Types of Speech*. Glenview: Scot, Foresman, and Co
- Goodall, H. Lloyd dan Christopher Wageen' 1986. *Persuasive Presentation*. New York: Harper and Row
- Miller, Gerald R. dan Michael Burgoon. 1973. *New Techniques of Presentation*. New York: Harper and Row
- Ngurah, I Gusti Made. 2011. *Samhita Vacana Agama Hindu*. Surabaya: Paramita
- Rakhmat, Jalaludin. 1992. *Psikologi Komunikasi*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Ross, Raymond S. 1974. *Persuasion: Communication and Interpersonal Relations*. New York Jersey: Prentice-Hall
- Thomson, Wayne N. 1957. *Fundamentals Communication*. New York: McGraw Hill

FAKTOR-FAKTOR KETAHANAN AGAMA PEKERJA BALI DI LUAR BALI

RELIGIOUS RESILIENCE FACTORS OF BALINESE WORKERS OUTSIDE BALI

I Gede Sutarya¹, I Made Adi Surya Pradnya², Astrid Krisdayanthi³

Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar^{1,2,3}, Email: Email: igedesutarya20@gmail.com

Abstrak

Sensus tahun 2020 mencatat perpindahan penduduk Bali ke luar Bali berjumlah 333.859 jiwa. Perpindahan penduduk tersebut terjadi karena mencari pekerjaan di luar daerah, sebab Bali juga mengalami masalah pengangguran. Pada tahun 2020, pengangguran terbuka di Bali berjumlah 144.500 orang. Pengangguran ini memerlukan kesempatan kerja di luar daerah. Sebagai penganut Hindu, pekerja Bali di luar daerah menjadi minoritas. Secara ideologi Pancasila, seluruh keyakinan mendapatkan kesempatan yang sama untuk beribadah dan berkeyakinan sesuai agama dan kepercayaannya. Akan tetapi, secara sosiologis, mereka melakukan interaksi dengan masyarakat mayoritas yang bisa mendominasi keyakinan terhadap warga setempat. Artikel ini mengungkap tentang kondisi keyakinan, ketahanan, dan faktor-faktor ketahanan pekerja Bali di luar Bali. Teori interaksi kebudayaan digunakan untuk menjelaskan masalah-masalah ini, melalui teori adaptasi. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah studi pustaka, observasi, dan wawancara. Data-data dianalisis secara kualitatif. Hasilnya pekerja Bali di luar Bali melakukan adaptasi terhadap praktik-praktik keagamaan Hindu di wilayahnya masing-masing sesuai dengan situasi dan kondisi setempat.

Kata kunci: Pekerja Bali, Luar Bali, Hindu, Ketahanan.

Abstract

The 2020 census recorded the displacement of the Balinese population outside Bali amounting to 333,859 people. This migration occurred due to looking for work outside the area, because Bali is also experiencing unemployment problems. In 2020, Bali's open unemployment will amount to 144,500. This unemployment requires job opportunities outside the region. As Hindus, Balinese workers outside the area are a minority. In the ideology of Pancasila, all beliefs have the same opportunity to worship and believe according to their religion and beliefs. However, sociologically, they interact with the majority community who can dominate the beliefs of local residents. This article describes the condition of belief, resilience, and factors of resilience of Balinese workers outside Bali. Cultural interaction theory is used to explain these problems, through adaptation theory. The method used in collecting data is literature study, observation, and interviews. The data were analyzed qualitatively. As a result, Balinese workers outside Bali adapt to Hindu religious practices in their respective areas according to local situations and conditions.

Keywords: Balinese Workers, Outside Bali, Hinduism, Resilience.

PENDAHULUAN

Penduduk Bali terus bertambah pada setiap tahunnya karena faktor kelahiran dan perpindahan penduduk. Pada sensus tahun 2010, penduduk Bali berjumlah 3,907 juta lebih. Pada tahun 2019, penduduk Bali diperkirakan berjumlah 4,336 juta. Jumlah angkatan kerja di Bali tahun 2019 berjumlah 2,466 juta. Penduduk Bali kebanyakan bekerja pada sektor jasa yang berjumlah 1,417 juta,

industri pengolahan berjumlah 552.881, dan pertanian 458.430 (Pemprov Bali, 2020).

Jumlah pengangguran terbuka di Bali (BPS, 2019) tahun 2020 diperkirakan berjumlah 144.500. Pengangguran terbesar berasal dari lulusan diploma (13,15 persen), SMA Kejuruan (10,12 persen) dan SMA Umum (7,79 persen). Pengangguran ini berpotensi untuk mencari pekerjaan di luar daerah. Data resmi penduduk Bali yang bekerja di luar daerah dalam negeri belum ada. Sensus 2020 mencatat penduduk Bali yang berpindah ke luar

daerah berjumlah 333.859 (BPS, 2021). Penduduk Bali yang bekerja di luar negeri dicatat Badan Perlindungan Pekerja Migran Indonesia (BP2MI). Berdasarkan data BP2MI (2020), tahun 2018, pekerja Bali yang bekerja di luar negeri berjumlah 4.181, tahun 2019 berjumlah 3.323, dan tahun 2020 berjumlah 895.

Pekerja Bali di luar daerah dalam negeri bekerja di berbagai kota di Indonesia. Pekerja Bali di luar negeri pada tahun 2018 terbanyak ke Italia (1.203), berikutnya Polandia, Turkey, dan Maldives. Pekerja Bali di luar negeri terbanyak bekerja sebagai spa therapy, waiter dan tukang masak. Pendidikan mereka terbanyak dari SMA dan Diploma (BP2MI, 2020). Pekerjaan-pekerjaan ini merupakan perkembangan dari keterampilan orang Bali pada sektor pariwisata.

Pekerja Bali di luar daerah tersebut tinggal sebagai minoritas. Kondisi mereka sebagai pekerja juga menyebabkan mereka berada dalam kondisi terpinggirkan dalam keyakinan mayoritas setempat. Deklarasi hak-hak asasi manusia, menjamin kebebasan beragama bagi setiap penganut keyakinan. Deklarasi hak-hak asasi manusia bahkan harus dimasukkan ke dalam setiap konstitusi negara di dunia. Akan tetapi, secara sosiologis, pekerja Bali di luar daerah melakukan interaksi budaya dengan masyarakat asli. Interaksi ini menimbulkan berbagai persoalan dalam masyarakat minoritas. Artikel ini mengungkapkan kondisi, ketahanan, dan faktor-faktor keberlanjutan pekerja Bali di luar daerah.

Masalah dalam artikel ini dijelaskan dengan teori perubahan kebudayaan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, observasi non-partisipan, dan wawancara mendalam. Data-data tersebut dianalisis secara kualitatif, melalui pemilahan data, pengkategorian, menghubungkan satu kategori dengan kategori lainnya, dan menarik kesimpulan. Artikel ini disajikan secara deskriptif kualitatif.

Pekerja Bali dan Diaspora

Sejarah pekerja Bali bekerja di luar daerah mulai dari abad ke-17 Masehi, sebagai budak yang diperjualbelikan ke Batavia. Pada abad ke-17 Masehi ini, setiap tahun jumlah budak Bali yang diperdagangkan berjumlah 1.000 orang ke Batavia (Pardi, 2018). Persebaran orang-orang Bali ke Batavia hampir tak berbekas pada era modern ini. Masyarakat Bali hanya mendengar peninggalan-peninggalan Kampung Bali di Jakarta (dulu Batavia), tetapi tidak mendengar adanya orang Bali di kampung tersebut. Hal ini menunjukkan orang-orang Bali telah kehilangan identitasnya di Jakarta menjadi orang Batawi pada masa kolonial.

Pasca kolonial, Bali menjadi terkenal sebagai daerah pariwisata. Keterkenalan Bali ini menjadi

kebanggaan orang-orang Bali, sehingga mereka selalu menunjukkan identitasnya di mana pun berada. Pada tahun 1960-an, orang-orang Bali melakukan transmigrasi ke berbagai daerah. Transmigrasi ini sampai pada tahun 2020-an ini masih memperlihatkan identitasnya sebagai orang Bali. Penelitian di transmigrasi Bali di Lampung misalnya membuktikan bahwa orang-orang Bali masih mempertahankan Bahasa Bali sebagai Bahasa sehari-hari (Malini, 2012).

Studi pekerja Bali di luar negeri (Narottama et al., 2017) membuktikan juga pembangunan identitas Bali sebagai promosi pariwisata Bali di Eropa. Studi ini membuktikan kuatnya identitas Bali pasca kolonial. Ketahanan identitas Bali di luar daerah terjadi karena pengaruh modernisasi yang berpengaruh pada faktor teknologi informasi. Ketahanan seperti ini terjadi juga pada diaspora India di California, Amerika (Mazumdar & Mazumdar, 2009). Diaspora China di Indonesia juga membangun identitas budayanya yang kuat (Allen, 2003).

Studi-studi tentang diaspora pada pasca kolonial membuktikan bahwa terjadi hubungan antara diaspora dengan tanah leluhurnya. Hubungan ini membangun identitas diaspora yang berorientasi etnis, daerah asal, dan identitas (Brubaker, 2005; Elo & Mollel, 2019). Pembangunan identitas yang berhubungan dengan tanah leluhurnya terjadi pada diaspora China, India, dan Afrika (Allen, 2003; Hall, 2021; Mazumdar & Mazumdar, 2009). Karena itu, pasca kolonial terjadi penguatan identitas diaspora di berbagai negara.

Penguatan ini terjadi juga pada pekerja Bali di luar Bali, tetapi studi-studi tentang hal ini sangat terbatas. Narottama et al., (2017) baru membahas tentang pembangunan identitas sebagai promosi pariwisata pada studinya di Eropa. Pada studi tersebut belum dibahas tentang usaha-usaha diaspora dalam menghadapi tantangan. Studi (Narottama et al., 2017) baru sebatas tenaga kerja Bali di Eropa, belum menyusuri kasus-kasus pekerja Bali di luar daerah dalam negeri. Karena itu, artikel ini merupakan masalah baru dalam penelitian tentang pekerja Bali di luar daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pekerja-pekerja Bali di luar daerah menghadapi tantangan berinteraksi dengan kebudayaan setempat. Interaksi yang paling keras terjadi apabila mereka membangun keluarga (menikah) dengan orang asli. Pengalaman I Wayan Warta, pembimas Yogyakarta menunjukkan pekerja-pekerja Bali di kotanya biasanya sudah menikah secara Hindu, tetapi mengalami masalah keluarga dalam perjalanan keluarga mereka. Komunikasi antar keluarga tidak terjadi sehingga tidak menjalankan Hindu secara baik.

Pengalaman Ketua Parisada Hindu Dharma Indonesia (PHDI) NTT, I Wayan Darmawa juga menunjukkan hal itu. Di daerahnya, ada istri-istri umat Hindu kembali ke agamanya semula setelah suaminya meninggal karena suaminya tidak pernah mengajarkan agama Hindu kepada istrinya. Pembimas NTT, Ni Wayan Sunarsih mengakui hal itu terjadi karena komunikasi keluarga tidak terjadi, sehingga istri-istri yang ditinggalkan tidak mengerti agama Hindu.

“Ada yang dari awal, sudah menyepakati Hindu, tetapi dalam perjalanan karena suaminya meninggal, dan dulu suaminya tidak ngajarin apa-apa, jadi dia balik ke agama semula” (Darmawa, Wawancara 21 Juni 2021).

Pengalaman Ketua PHDI Sulawesi Selatan, I Nyoman Sumarya menunjukkan hal yang berbeda. Sumarya yang memiliki pengalaman menikah dengan wanita asli Sulawesi, menyatakan istrinya memahami Hindu dengan baik. Istrinya bahkan bisa membuat banten. Hal itu terjadi karena diadakan berbagai pelatihan di pura setempat. Pelatihan-pelatihan ini yang membuat istri-istri dari warga asli bisa memahami Hindu secara filsafat dan praktis.

Pembimas Sulawesi Selatan, Simon Kendek Paranta menyatakan, pembinaan menjadi kunci dari keberagaman istri-istri warga setempat. Warta dan Sunarsih juga menyatakan bahwa pembinaan menjadi kunci dari semua itu, tetapi Warta menyebutkan ada umat yang malas mengikuti pembinaan, karena kesibukan pekerjaan atau karena hal yang lainnya. Mereka datang ketika menghadapi masalah.

Generasi muda, I Dewa Gede Ganapati (33 Tahun) menyatakan, masalah pindah agama karena kawin campur terjadi pada masa lalu. Pada generasinya, perpindahan agama itu sudah jarang terjadi, karena sudah terbangunnya organisasi-organisasi Hindu modern dan tradisional. Organisasi modern seperti KMHDI dan Peradah misalnya membantu pemuda-pemuda Hindu untuk melakukan pergaulan. Dengan pergaulan ini, mereka bisa menyelesaikan berbagai persoalan.

Ganapati menyatakan, orang-orang berkeluarga, biasanya bergabung dalam banjar. Banjar ini biasanya memperhatikan anggota-anggotanya. Banjar juga menjadi tempat komunikasi jika terjadi masalah intern umat Hindu. Karena itu, masalah-masalah yang membuat umat Hindu berpindah agama, sudah tertangani dengan baik. Masalah-masalah itu biasanya adalah masalah kurangnya pergaulan.

Ketua PHDI Kota Cimahi, I Nyoman Sukadana (59 Tahun) sepakat dengan hal itu. Perpindahan agama Hindu ke agama lain, sudah jarang terjadi. Hal itu terjadi karena semua masalah umat Hindu sudah bisa ditangani. Masalah-masalah yang muncul adalah pembinaan dan keruwetan

upacara. Pembinaan sudah dilakukan secara rutin, sedangkan keruwetan upacara sudah ditangani dengan memberikan tafsir baru tentang upacara yang lebih sederhana sesuai keadaan setempat.

Sumarya juga menyatakan, Parisada Sulawesi Selatan selalu berkonsultasi dengan pendeta Hindu untuk merumuskan upacara-upacara sederhana yang bisa dilakukan umat Hindu dalam kondisi perantauan. Hasil-hasil konsultasi ini memberikan solusi sederhana kepada umat Hindu, sehingga mereka tidak perlu pulang ke Bali untuk melakukan upacara dari bayi lahir sampai meninggal.

Darmawa menyatakan, NTT sudah memiliki fasilitas lengkap bagi umat Hindu untuk melakukan upacara, karena itu persoalan umat tentang kerumitan upacara sudah teratasi. Masalah pembinaan, sudah dilakukan secara rutin di pura. Pembimas juga memiliki program untuk melakukan pembinaan. Karena itu, pihaknya sudah melakukan usaha maksimal untuk meningkatkan ketahanan umat Hindu sehingga kasus-kasus pindah agama, sudah sangat berkurang.

Sunarsih mengakui hal itu. Pembimas memiliki program rutin pembinaan umat. Program rutin ini ditambahkan dengan program parisada dan program-program organisasi Hindu. Karena itu, umat Hindu sudah mulai terjangkau pembinaan. Pembimas juga memiliki program konsultasi pranikah bagi umat Hindu yang menikah beda agama. Hal ini cukup efektif untuk menurunkan masalah-masalah pindah agama.

Pengalaman-pengalaman ini menunjukkan masalah-masalah pekerja Bali di dalam negeri adalah masalah keluarga dan kawin campur. Persoalan ini muncul karena sistem perkawinan di Indonesia yang mengharuskan perkawinan satu agama. Karena itu, istri-istri yang berasal dari warga setempat, memerlukan pembinaan. Pembimas sudah melakukan ini melalui program pembinaan pranikah yang dilakukan di seluruh Indonesia.

Pengalaman di Bandung dan Jakarta dari Ganapati dan Sukadana menunjukkan pembinaan ini cukup efektif, sebab perpindahan agama sudah sangat jarang terjadi. Hindu juga melakukan perubahan tafsir terhadap tradisi keagamaan yang disesuaikan dengan kondisi setempat. Contohnya adalah tradisi upacara yang disederhanakan sesuai kondisi setempat dengan tetap berpijak kepada sastra agama.

Penyederhanaan ini terjadi hampir di seluruh kota besar di Indonesia. Parisada NTT, Sulawesi Selatan, Yogyakarta, dan Jawa Barat menyatakan melakukan berbagai usaha penyederhanaan upacara keagamaan dengan tetap berpijak kepada sastra agama sehingga umat bisa melakukan upacara di wilayah setempat tanpa perlu pulang kampung. Penyederhanaan upacara ini terjadi karena pembinaan agama yang rutin. Pemahaman agama

dan kesadaran untuk melakukan upacara sederhana memiliki hubungan.

Tabel 1. Masalah dan Solusi untuk Ketahanan Umat Hindu

No	Masalah	Solusi
1.	Kawin campur	Pembinaan pranikah
2.	Keluarga	Pembangunan organisasi Hindu
3.	Kerumitan upacara	Penyederhanaan upacara dengan berpijak sastra

Sumber: Sutarya dkk (2021)

Masalah-masalah ini menunjukkan terjadinya interaksi pekerja Bali dengan masyarakat setempat. Interaksi yang paling intens terjadi ketika mereka melakukan pernikahan. Interaksi yang sedang terjadi dengan masyarakat sekitar. Interaksi ini menimbulkan perubahan sosial. Perubahan sosial yang terjadi adalah adaptasi, yaitu penyesuaian terhadap kondisi setempat. Soekanto (2017) menyatakan, adaptasi adalah proses penyesuaian diri individu, kelompok maupun unit sosial terhadap norma-norma, proses perubahan atau pun kondisi yang diciptakan.

Adaptasi berdasarkan Soekanto (2017) menyangkut perubahan norma dan kondisi yang diciptakan. Dalam kasus pekerja Bali di luar daerah, adaptasi terjadi karena kondisi yang diciptakan. Pekerja Bali masih menjalankan norma-norma Hindu, tetapi kondisi yang dialami berbeda. Karena itu, terjadi penyesuaian yang berhubungan dengan kondisi. Penyesuaian yang terjadi adalah penyesuaian tradisi upacara dengan tetap berpatokan kepada sastra agama.

Penyesuaian ini dimungkinkan agama Hindu, sebab Hindu mengenal berbagai bentuk upacara dari yang sederhana sampai yang menjelimit. Bentuk-bentuk upacara tersebut bisa dipilih sesuai dengan kondisi umat. Pembimas dan Parisada memiliki peranan penting dalam menuntun umat Hindu untuk melakukan penyesuaian ini. Karena itu, adaptasi yang terjadi adalah adaptasi yang terarah dalam bingkai agama Hindu.

Adaptasi seperti ini masih memperlihatkan warna asli dari pekerja Bali di luar daerah tersebut. Karena itu, adaptasi ini tidak mengubah identitas Bali para pekerja Bali tersebut. Adaptasi ini terjadi pada diaspora India di California, Amerika (Mazumdar & Mazumdar, 2009). Adaptasi yang dilakukan diaspora India tetap mengingatkan mereka terhadap identitas dari tanah leluhurnya. Misalnya, mereka membangun altar dan dekorasi India di rumah-rumah mereka.

Diaspora China di Indonesia juga melakukan adaptasi dengan kondisi Indonesia. Mereka bahkan beradaptasi dengan menggunakan nama Indonesia, tetapi mereka tetap memiliki nama China yang

merupakan nama kebudayaan. Hal ini menunjukkan diaspora China ini melakukan adaptasi dengan tetap membangun identitas mereka (Allen, 2003). Adaptasi ini masih tetap membangun hubungan dengan tanah leluhur.

Studi-studi terhadap diaspora India dan China ini menunjukkan adaptasi yang membangun identitas etnis. Identitas etnis ini dibangun untuk menjalin hubungan dengan tanah leluhur, sebab mereka memiliki ikatan kekeluargaan dengan tanah leluhur (Allen, 2003; Mazumdar & Mazumdar, 2009). Adaptasi seperti terjadi pada pekerja Bali di luar Bali. Mereka melakukan adaptasi dengan tanpa meninggalkan identitas mereka sebagai orang Bali, sehingga hubungan dengan tanah leluhur masih terus terjadi.

Pekerja Bali pada zaman kolonial tidak membangun identitas ini, karena mereka merasa terpinggirkan dengan budaya mayoritas. Karena itu, 1.000 budak dikirim ke Batavia pada sekitar abad ke-17-18 Masehi (Pardi, 2018), tetapi tidak meninggalkan identitas etnis Bali di Batavia. Orang-orang Bali ini hanya meninggalkan Kampung Bali yang penghuninya bukan orang Bali lagi. Hal ini menunjukkan orang-orang Bali pada masa kolonial lebur dengan warga-warga perantau lainnya.

Pada pasca kolonial, pekerja-pekerja Bali memiliki kebanggaan sebagai orang Bali. Hal itu terjadi karena Bali sangat terkenal sebagai destinasi wisata. Kebudayaan Bali dibicarakan di mana-mana. Karena itu, mereka ingin menunjukkan identitas mereka. Akan tetapi, mereka menghadapi masalah-masalah tentang ketidakpahaman mereka terhadap kebudayaan Bali. Masalah-masalah teratasi karena terbentuknya parisada di seluruh Indonesia dan terisinya pembimas-pembimas Hindu di daerah-daerah yang penting bagi umat Hindu.

Parisada dan pembimas Hindu mengadakan pembinaan pendalaman agama dan menuntun mereka untuk melakukan perubahan. Parisada adalah agen-agen perubahan yang dilakukan di berbagai daerah. Contohnya Sukadana, Parisada Cimahi, Jawa Barat, yang sangat bersemangat untuk memahami sumber-sumber sastra agama untuk melakukan perubahan tradisi sesuai situasi dan kondisi umat Hindu di Cimahi. Perubahan ini menghilangkan keruwetan agama pada pekerja-pekerja Bali di Cimahi, Jawa Barat.

Sumarya di Sulawesi Selatan, Warta di Yogyakarta, dan Darmawa di Nusa Tenggara Timur juga adalah pejuang-pejuang umat Hindu untuk mencari solusi bagi berbagai persoalan umat. Debat-debat mereka tentang keagamaan dan konsultasi-konsultasi mereka tentang keagamaan menghasilkan solusi penyederhanaan upacara yang menghilangkan keruwetan umat Hindu. Dengan solusi-solusi ini, umat Hindu menjadi lebih senang melakukan upacara di perantauan daripada pulang

kampung yang memerlukan biaya besar. Akan tetapi, adaptasi-adaptasi yang dilakukannya masih dalam kerangka sastra-sastra agama dan tradisi keagamaan di Bali.

Kreativitas-kreativitas mereka dalam melakukan pembinaan dan penyederhanaan upacara merupakan faktor-faktor yang membangun ketahanan umat Hindu. Pekerja Bali merasa mendapatkan solusi dari berbagai persoalannya sehingga tetap bertahan dalam dharma. Solusi-solusi ini, bahkan memberikan kemudahan kepada siapapun yang ingin berada di jalan dharma. Sukadana menyatakan, sebagai parisada sering melakukan *sudiwedani* untuk umat luar masuk Hindu, karena Hindu yang ditampilkan sangat mudah dipahami dan dijalani.

SIMPULAN

Pekerja Bali di luar daerah mengalami masalah-masalah keluarga dan kerumitan tertentu dalam beragama. Masalah keluarga terjadi karena

perkawinan campur dengan warga setempat. Masalah-masalah tersebut mendapatkan solusi dengan pembinaan dan penyederhanaan upacara. Pembinaan dilakukan melalui pembinaan pranikah dan pembinaan rutin. Penyederhanaan upacara dilakukan melalui dialog-dialog pemahaman agama sehingga ditemukan solusi penyederhanaan yang sesuai dengan sastra agama. Solusi-solusi ini adalah faktor-faktor yang membangun ketahanan pekerja Bali di luar daerah.

Faktor pembinaan dan penyederhanaan upacara ini membangun identitas pekerja Bali yang masih berhubungan dengan tanah leluhurnya. Faktor-faktor ini membangun penguatan identitas Bali sehingga identitas Bali masih tetap tampak di daerah-daerah rantauan. Pekerja-pekerja Bali ini pun masih memiliki ikatan dengan tanah leluhurnya melalui pembuatan-pembuatan upacara yang tidak terlalu jauh berbeda dengan di daerah asal. Karena itu, identitas mereka masih dapat ditelusuri melalui praktik-praktik keagamaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, P. (2003). Contemporary Literature From The Chinese “Diaspora” In Indonesia Pamela Allen (University of Tasmania). *Politics*, 1–36.
- BPS Bali. (2019). Statistik Ketenagakerjaan Provinsi Bali. BPS Provinsi Bali, 2301004.51(51520.2002).
- Brubaker, R. (2005). The “diaspora” diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, 28(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/0141987042000289997>.
- Elo, M., & Mollel, V. (2019). Diaspora Business. *Diaspora Business*, July. <https://doi.org/10.1163/9781848884038>.
- Hall, S. (2021). Cultural identity and diaspora. *Contemporary Postcolonial Theory: A Reader*, 110–121. <https://doi.org/10.4324/9781003135593-8>.
- Malini, N. L. N. S. (2012). Kebertahanan Bahasa Bali Pada Transmigran Bali di Provinsi Lampung. *Masyarakat Linguistik Indonesia*, 30, 2.
- Mazumdar, S., & Mazumdar, S. (2009). Religion, immigration, and home making in diaspora: Hindu space in Southern California. *Journal of Environmental Psychology*, 29(2), 256–266. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.07.004>.
- Narottama, N., Arun, A. A. A., & Arianty, S. (2017). Proses Pembentukan identitas budaya nasional Dan promosi pariwisata indonesia di eropa (studi kasus diaspora bali di perancis). *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1(2), 180–195. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/download/35370/21451>.
- Pardi, I. W. (2018). Perdagangan Budak di Bali Pada Abad Ke XVII-XIX : Eksploitasi , Genealogi , dan Pelarangannya. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 20(1), 61–74.
- Pemprov Bali, (2020). Provinsi Bali dalam Angka. Denpasar: Pemprov Bali.
- Soekanto, Soerjono (2007). Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sutarya, I Gede dkk (2021). Ketahanan Keyakinan Agama Tenaga Kerja Bali di Luar Daerah. Hasil Penelitian. Denpasar: UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar.

STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUH AGAMA HINDU KABUPATEN BULELENG DI MASA PANDEMI COVID 19

COMMUNICATION STRATEGIES FOR THE HINDU RELIGION OF THE BULELENG DISTRICT DURING THE COVID 19 PANDEMIC

I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih¹ dan I Gusti Ayu Diah Prameswara Padawati Indraswari²

¹UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, email: igustiayuratnapramesti@gmail.com

²Kementerian Agama Kabupaten Buleleng, Email: dinda.diah6594@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid 19 sebagai bencana global membawa perubahan baru dalam tatanan kehidupan manusia termasuk pada ranah sosial beragama. Penerapan pembatasan kegiatan masyarakat membawa dampak bagi penyuluh agama Hindu yang obyek kerjanya adalah masyarakat, sehingga diperlukan kreativitas dan strategi komunikasi untuk melaksanakan program kerjanya dalam kondisi *Work from Home* (WHF). Berdasarkan hal itu, strategi komunikasi yang dipergunakan yaitu: 1) Strategi komunikasi persuasif, merupakan suatu proses memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain secara verbal maupun nonverbal. Sehingga dengan memengaruhi diharapkan pesan dari komunikator dapat diterima oleh komunikan. 2) Strategi komunikasi non-digital, merupakan teknik yang digunakan dengan pemasangan spanduk yang berisi pesan atau himbauan yang wajib dipatuhi. 3) Strategi komunikasi digital melalui media sosial, yaitu digunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Whatsapp dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sesuai dengan program kerja. 4) Strategi komunikasi digital melalui media massa, merupakan teknik yang sudah lama digunakan oleh penyuluh agama Hindu khususnya melalui siaran radio dengan mengambil tema sesuai dengan program kerja. Keempat strategi tersebut dipandang efektif digunakan untuk melaksanakan program kerja dalam kondisi *Work from Home* (WHF).

Kata kunci: Pandemi Covid19, *Work from Home*, strategi komunikasi

Abstract

The Covid 19 pandemic as a global disaster brings new changes in the order of human life, including in the social and religious realm. The application of restrictions on community activities has an impact on Hindu religious instructors whose work objects are the community, so creativity and communication strategies are needed to carry out their work programs in Work from Home (WFH) conditions. Based on this, the communication strategies used are: 1) Persuasive communication strategy, is a process of influencing the attitudes, opinions and behavior of others verbally and nonverbally. So that by influencing the message from the communicator is expected to be accepted by the communicant. 2) Non-digital communication strategy, is a technique used by placing banners containing messages or appeals that must be obeyed. 3) Digital communication strategy through social media, namely using social media such as Instagram, Facebook, Youtube, and WhatsApp in conveying information to the public in accordance with the work program. 4) Digital communication strategy through mass media, is a technique that has long been used by Hindu religious educators, especially through radio broadcast by taking the theme according to the work program. The four strategies are considered to be effectively used to implement work programs in Work from Home (WFH) conditions.

Keywords: Covid19 Pandemic, *Work from Home*, communication strategies

PENDAHULUAN

Coronavirus merupakan kelompok virus yang bisa menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Beberapa jenis coronavirus diketahui dapat menyebabkan infeksi saluran pernafasan pada manusia seperti batu, pilek, atau yang lebih serius MERS dan SARS. Saat ini Coronavirus ditemukan jenis baru, yakni Covid 19 (who.int/Indonesia/news). Bencana global Covid 19 mampu melumpuhlantahkan sistem kehidupan manusia di dunia. Perkembangan kasus yang sangat cepat membuat WHO sebagai badan kesehatan dunia menyatakan sebagai pandemi.

Pandemi Covid 19 membawa perubahan pola hidup bagi masyarakat. Dampaknya dirasakan di semua sektor kehidupan manusia, tidak hanya mengancam dari segi kesehatan saja tetapi mendorong terjadinya perubahan sosial untuk mencegah penyebaran. Pemerintah menyerukan beberapa kebijakan dan prosedur penanggulangan yang wajib dipatuhi oleh masyarakat yakni 5M seperti mencuci tangan, menjaga jarak, memakai masker, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas. Perubahan kebiasaan secara mendadak bagi masyarakat, membuat tidak sedikit mengalami syok. Kurangnya pemahaman masyarakat di awal pandemi menambah kepanikan, sehingga memerlukan waktu untuk beradaptasi.

Kebiasaan manusia menyadari diri sebagai makhluk sosial yang memerlukan orang lain dalam mempertahankan hidup melalui proses interaksi dan komunikasi (Suranto, 2011:44). Pandemi Covid 19 menuntut perubahan sosial manusia yang terbiasa dengan aktivitas yang padat, seketika dibatasi oleh penerapan aturan-aturan pemerintah sebagai langkah pencegahan. Situasi ini secara tidak langsung menghadirkan pola-pola kebiasaan baru pada masyarakat sebagai respon terhadap kebijakan pemerintah dengan mematuhi protokol kesehatan. Perilaku-perilaku baru ditunjukkan sebagai wujud tindakan komunikatif (Sihabudin, 2013: 4).

Penerapan protokol kesehatan ini juga berdampak pada kehidupan sosial keagamaan masyarakat, karena adanya pembatasan pembatasan jarak dan interaksi sosial agar tidak berkerumun. Hal ini menjadi tantangan besar bagi penyuluh agama Hindu khususnya di Bali, yang mayoritas penduduknya beragama Hindu dan dikenal dengan rutinitas upacara agama. Konsep *ngayah* dan *menyamabraya* yang dianut masyarakat Bali akan berkontribusi pada kerumunan masyarakat. *Ngayah* dalam Kamus Bahasa Bali diartikan sebagai pekerjaan tanpa mendapat upah (Djendra, 2011). Sedangkan *menyamabraya* memiliki makna bahwa semua orang merupakan saudara atau keluarga (kulkul.co)

Upacara agama di Bali berpegang pada konsep *ngayah* dan *menyamabraya*. Hal ini menjadi perhatian penting bagi Pemerintah Provinsi Bali berkoordinasi dengan Kanwil Kementerian Agama Provinsi Bali dan PHDI mengeluarkan kebijakan pembatasan kegiatan upacara keagamaan. Kebijakan ini juga berimbas pada tugas dan fungsi penyuluh agama Hindu yang komunikasi utamanya adalah masyarakat. Begitupun yang dirasakan oleh para penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng.

Penyuluh agama Hindu sebagai pelaksana kegiatan ikut berkontribusi dalam kebijakan pemerintah dengan menyosialisasikan kepada masyarakat di masing-masing kecamatan yang menjadi binaannya. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait kebijakan pemerintah dalam upaya pencegahan Covid 19. Namun, dalam prosesnya terjadi pro dan kontra terkait kebijakan pembatasan kegiatan upacara di masyarakat. Banyak yang beralasan bahwa upacara agama sudah disepakati dan dipersiapkan jauh hari sebelum adanya pandemi Covid 19. Pendekatan dilakukan oleh penyuluh agama Hindu untuk menyamakan persepsi terkait kebijakan pemerintah dan pemahaman agama, terutama upacara agama sesuai dengan tattwa, etika, dan filosofinya.

Jumlah kasus Covid 19 di Bali semakin tinggi, pemerintah semakin memperketat kegiatan dan aktivitas masyarakat. Sosialisasi dan edukasi semakin digalakkan untuk menekan jumlah kasus, termasuk juga dalam pembatasan upacara agama semakin dipersempit. Sanksi hukum dan denda diberlakukan bagi masyarakat yang melanggar protokol kesehatan untuk memberikan efek jera. Tetapi masih banyak masyarakat yang tidak sadar dan mengabaikan protokol kesehatan. Seperti yang terjadi di Desa Sudaji Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng, yang menggelar upacara *ngaben* massal. *Ngaben* massal ini dianggap melanggar protokol kesehatan karena masyarakat berkerumun dalam upacara tersebut, dan banyak yang tidak menggunakan masker.

Kegiatan tersebut tetap dilaksanakan karena sudah disepakati menjadi agenda rutin setiap lima tahun sekali. Akibatnya, *Bendesa* sebagai penanggung jawab kegiatan adat dan agama ditetapkan menjadi tersangka. Dengan adanya masalah tersebut, Kementerian Agama Kabupaten Buleleng lebih menggalakkan penyuluhan ke masyarakat terkait pembatasan kegiatan agama, supaya tidak terjadi lagi kasus yang sama. Berbagai macam strategi digunakan oleh penyuluh agama Hindu untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Tujuannya agar masyarakat memahami dan mengerti langkah-langkah pencegahannya sehingga bisa terbebas dari Covid 19.

METODE PENELITIAN

Artikel ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena data diperoleh melalui proses penggalian informasi di lapangan berdasarkan teknik observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Lokasi penelitiannya di Kabupaten Buleleng, dengan waktu pengumpulan data selama tiga bulan. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada informan, dan data sekunder didapatkan melalui buku, jurnal, dan hasil penelitian yang relevan. Teknik penentuan informannya menggunakan purposive sampling, dengan pertimbangan informan dipilih dianggap paham terkait topik penelitian sehingga data yang diperoleh valid. Informan dalam penelitian ini yaitu penyuluh agama Hindu PNS dan Non PNS di Kementerian Agama Kabupaten Buleleng. Teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman yakni saat wawancara sudah dilakukan analisis terhadap jawaban informan, bila dirasa belum memuaskan maka akan dilanjutkan proses wawancara sampai data yang diperoleh dianggap kredibel. Sehingga aktivitas dalam analisa data melalui reduksi data, *display* data, dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2016: 334-337).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kementerian Agama Kabupaten Buleleng memiliki 7 orang penyuluh agama Hindu PNS dan 65 orang penyuluh agama Hindu Non PNS yang ditugaskan di 9 Kecamatan, dengan wilayah binaan terdiri dari 19 kelurahan dan 129 desa. Berdasarkan SE 20 Tahun 2021 tanggal 23 Juli 2021, disusul dengan SE 21 Tahun 2021 tanggal 26 Juli 2021 terkait pembatasan kegiatan masyarakat. Terkait surat edaran tersebut secara otomatis juga berdampak pada pembatasan kegiatan agama, maka seluruh penyuluh agama Hindu yang terdapat di Kementerian Agama Kabupaten Buleleng diberikan tugas untuk menyosialisasikan kepada masyarakat di wilayah binaannya masing-masing. Sedangkan situasi dan kondisi mengharuskannya bekerja dari rumah, tanpa turun langsung ke masyarakat. Dengan koordinasi yang dinamis, maka diperlukan strategi komunikasi efektif yang bisa dipergunakan oleh para penyuluh agama Hindu untuk melaksanakan tugasnya menyosialisasikan SE tersebut dalam kondisi WFH.

Strategi Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif diartikan sebagai sebuah pendekatan untuk dapat meyakinkan, membujuk dengan sebuah argumen yang menguraikan suatu masalah atau keadaan yang dibuktikan dengan data-data dan fakta-fakta yang bertujuan untuk memengaruhi dan agar mau mengikuti atau melakukan sebagaimana yang diharapkan. Komunikasi persuasif juga dianggap sebagai ajakan kepada seseorang dengan

memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan atau diistilahkan sebagai bujukan halus. Jadi, komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai suatu proses memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain secara verbal maupun nonverbal. Proses tersebut bisa berupa gejala atau fenomena yang menunjukkan suatu perubahan sikap atau perlakuan secara terus menerus (Roudhonah, 2019: 185-186).

Penggunaan strategi komunikasi persuasif dianggap sangat efektif, karena Penyuluh agama Hindu sebagai komunikator berupaya untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dengan memengaruhi pola pikirnya sehingga bisa bertindak sesuai dengan perubahan pola pikir yang baru tanpa ada perasaan terpaksa tetapi melalui kesadarannya sendiri. Teknik ini dapat diterima oleh masyarakat secara kognitif karena pemahaman masyarakat mengenai pandemi Covid 19 menjadi berkembang, dan secara bertahap mengikuti protokol kesehatan 5M yang diterapkan oleh pemerintah untuk mencegah semakin meluasnya penyebaran virus. Sikap masyarakat mulai berubah dengan menggunakan masker jika keluar rumah, dan untuk pelaksanaan upacara agama seperti odalan, ngaben, atau upacara manusa yadnya dilaksanakan dengan pembatasan jumlah orang yang hadir untuk mencegah kerumunan.

Tokoh masyarakat juga memiliki peran penting untuk mengawasi masyarakatnya dan berkoordinasi dengan penyuluh agama Hindu sehingga tidak menjadi polemik. Seperti halnya ketika ada odalan di pura saat Hari Raya Pagerwesi hanya menghaturkan upakara yang sederhana sehingga tidak memerlukan orang banyak, yang hadir pemangku, serati, tokoh masyarakat sebanyak 10-15 orang saja. Untuk krama dihimbau untuk ngayat ngaturang bhakti dari rumah masing-masing, sedangkan tirta akan diantarkan oleh petugas yang ditunjuk ke rumah krama (wawancara Sumertayasa, 3 September 2021).

Penyuluh agama Hindu sebagai seorang persuader harus memiliki kemampuan sebagai sumber kepercayaan dengan menguasai pesan yang hendak disampaikan kepada komunikannya. Sehingga menjadi daya tarik dengan menjaga sikap dan perilakunya, serta memiliki kekuatan secara kharismatik berkaitan dengan kedudukan formalnya. Hal ini menjadi penting, karena yang dihadapi oleh penyuluh agama Hindu adalah masyarakat yang memiliki karakteristik dan kepentingan yang berbeda-beda. Di samping itu juga, seorang penyuluh agama Hindu juga harus memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas sehingga mampu mengungkapkan gagasan dan menjawab tantangan ketika menjalankan tugas dan fungsinya (wawancara Pasek, 19 Agustus 2021).

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh penyuluh agama Hindu khususnya dalam pembatasan kegiatan agama di tempat ibadah

ataupun dalam kegiatan adat dapat berjalan efektif, terbukti dari disiplinnya masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan 5M. Bahkan banyak masyarakat yang dengan kesadaran penuh menunda melaksanakan upacara agama sampai keadaan kondusif. Kreativitas para penyuluh agama Hindu juga sangat menentukan keberhasilan strategi komunikasi persuasif karena bisa menarik perhatian komunikan.

Strategi Komunikasi Non-Digital

Maksud dari strategi komunikasi non-digital dalam artikel ini yakni teknik yang digunakan oleh penyuluh agama Hindu Kabupaten Buleleng dengan menggunakan media yang dipublikasikan tidak melalui media sosial maupun media massa, melainkan dengan pemasangan spanduk. Strategi ini dilaksanakan sesuai dengan instruksi dari SE 20 Tahun 2021 dan SE 21 Tahun 2021 dan ditindaklanjuti oleh surat Kanwil Kementerian Agama Provinsi Bali dengan memasang spanduk himbauan dan pengumuman di masing-masing pura kahyangan.

Pemasangan spanduk ini dilakukan oleh penyuluh agama Hindu di masing-masing desa binaannya dengan berkoordinasi langsung dengan kepala desa, bendesa, dan pemangku pura. Terkait dengan itu, penyuluh agama Hindu juga memberikan arahan dan sosialisasi terkait penerapan protokol kesehatan 5M di kawasan pura dan pembatasan kegiatan masyarakat termasuk dengan pembatasan kegiatan persembahyangan di pura. Spanduk dipasang pada tempat yang strategis sehingga bisa dibaca dengan jelas, sehingga pesan tersebut dapat dilaksanakan dan dipatuhi masyarakat. Seperti terlihat dalam Gambar 1.

Seperti yang diungkapkan oleh Sumiasih (wawancara, 27 Agustus 2021) pemasangan spanduk di pura kahyangan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait adanya pembatasan kegiatan persembahyangan di tempat ibadah sebagai langkah pencegahan klaster baru Covid 19. Masyarakat dihimbau untuk melakukan persembahyangan dari rumah masing-masing dengan sarana upacara sesuai kemampuan seperti canang, sodan, atau pejati. Dengan kesadaran dan kepedulian diri sendiri akan menjaga kesehatan orang banyak, dari keluarga dan lingkungan sekitar.



Gambar 1. Kegiatan Pemasangan Spanduk

Strategi komunikasi non-digital dengan pemasangan spanduk juga dianggap efektif dilakukan oleh penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng, karena masyarakat secara langsung mendapatkan informasi dan dilaksanakan. Terbukti dengan menurunnya kasus Covid 19 di Kabupaten Buleleng sangat signifikan, sehingga aktivitas masyarakat mulai menggeliat tetapi tetap mengedepankan protokol kesehatan.

Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial

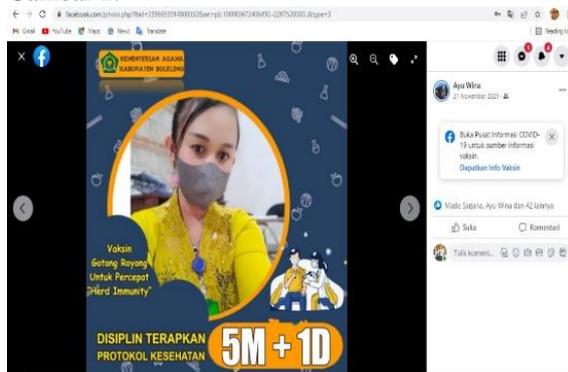
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat perubahan sosial dan gaya hidup masyarakat. Tanpa disadari, kebutuhan akan informasi menjadi semakin mudah dan tidak terbatas ruang dan waktu. Hal ini menjadi perhatian penting bagi masyarakat, khususnya di saat menghadapi pandemi Covid 19 yang mengharuskan untuk berdiam diri di dalam rumah dengan keterbatasan mobilitas. Kebiasaan baru tercipta akibat situasi pandemi Covid 19 seperti sekolah ditutup dialihkan dengan belajar dari rumah dengan teknik daring, perkantoran juga ditutup dialihkan dengan konsep WFH (*Work from Home*) sehingga aktivitas koordinasi dan rapat dialihkan pula dengan teknik daring.

Kecanggihan teknologi diikuti oleh keterbukaan pola pikir masyarakat menjadikan media sosial sebagai sarana untuk berkreaitivitas. Media sosial berkembang menjadi alat promosi dan branding yang bertujuan untuk menyampaikan pesan. Banyak bermunculan account baru di media sosial dengan menampilkan profil terbaik untuk menarik followers. Hal ini juga dimanfaatkan oleh penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng, untuk menunjang pelaksanaan tugasnya khususnya dalam memberikan sosialisasi pembatasan kegiatan masyarakat termasuk pembatasan kegiatan agama dengan tetap mematuhi protokol kesehatan 5M.

Penyuluh agama Hindu dituntut kreatif dan melek teknologi sehingga mampu mengembangkan imajinasinya dengan mengikuti perkembangan. Sosialisasi dilakukan melalui account pribadi

masing-masing penyuluh agama Hindu seperti Instagram, Facebook, atau Whatsapp. Postingan yang diunggah sesuai dengan jadwal dan program kerjanya, dan dilaporkan kepada Koordinator Penyuluh Agama Hindu Kabupaten Buleleng melalui screenshot. Khusus untuk channel youtube, masing-masing penyuluh agama Hindu memiliki kewajiban membuat video sesuai dengan programnya bisa berupa dharma wacana, sosiodrama, atau video sosialisasi lainnya (wawancara Sadiana, 19 Agustus 2021).

Aplikasi twibbon banyak digunakan untuk memberikan sosialisasi, dibuat dengan sangat menarik dan menampilkan foto sebagai komunikator, sehingga orang yang memberikan pesan diketahui oleh komunikannya. Twibbon juga dipergunakan oleh penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng, kemudian di posting pada account media sosialnya. Setiap hari ada saja penyuluh agama Hindu yang memposting twibbon sosialisasi di media sosial, seperti terlihat dalam Gambar 2.



Gambar 2. Penggunaan Aplikasi Twibbon untuk Sosialisasi

Strategi komunikasi melalui media sosial ini sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Penyuluh agama Hindu merasa sangat dipermudah dalam melaksanakan program kerjanya di saat WFH. Pandemi Covid 19 mengajarkan banyak hal terkait manajemen kerja menjadi lebih singkat dan terorganisir. Keterbatasan mobilitas mampu menyelesaikan program

Kerja bagi penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng

Strategi Komunikasi Melalui Media Massa

Sosialisasi tidak hanya dilakukan dengan face to face saja, tetapi seringkali melalui media massa untuk menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas. Sejak dulu media massa seperti televisi dan radio sudah dipergunakan sebagai penyampai informasi kepada masyarakat. Strategi komunikasi melalui media massa dalam artikel ini yakni penggunaan media radio dalam penyuluhan agama Hindu di Kabupaten Buleleng. Media radio yang digunakan yakni RRI, Radio Singaraja FM, dan

Radio Guntur. Penyuluh agama Hindu secara bergantian melakukan siaran di radio sesuai dengan jadwal dan tema yang disepakati bersama pihak radio. Untuk waktu siaran mengikuti program radio, karena dikemas siaran langsung dalam konsep dialog interaktif.

Situasi pandemi Covid 19 justru memberikan peluang lebih luas bagi radio untuk memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Rasa jenuh harus berdiam diri di rumah dengan aktivitas terbatas, menyebabkan kebanyakan masyarakat membutuhkan hiburan untuk mengkondisikan psikis dan imun tubuh tetap sehat. Selain hiburan, informasi yang benar juga dibutuhkan oleh masyarakat pendengar. Hal ini dijadikan kesempatan yang baik oleh penyuluh agama Hindu untuk memberikan sosialisasi yang tepat sesuai dengan instruksi pemerintah. Dalam setiap siaran, selalu ditekankan terkait penerapan protokol kesehatan 5M agar masyarakat pendengar tidak lengah dan saling menjaga. Seperti terlihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 3. Kegiatan Siaran pada Radio

Radio tidak lagi menggunakan komunikasi satu arah, banyak program acara dibuat dengan konsep komunikasi dua arah sehingga feedback diperoleh secara langsung. Saat ini, khalayak pendengar bisa berkomunikasi langsung dengan penyiar di studio, begitupun dalam dialog interaktif bisa langsung berkomunikasi dengan narasumber. Begitupun konsep yang dilakukan oleh penyuluh agama Hindu ketika melakukan siaran di radio. Materi dipaparkan sesuai dengan tema, selanjutnya dilakukan dialog interaktif bersama khalayak pendengar. Proses penyuluhan dan sosialisasi melalui radio dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan pendengar, kadang juga mampu menambah pengetahuan bagi penyuluh agama Hindu itu sendiri. Karena keterbukaan informasi melalui dialog interaktif secara tidak langsung memberikan pengetahuan baru bagi seorang penyuluh agama Hindu (wawancara Suwini, 19 Agustus 2021).

Penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng menganggap penting penggunaan strategi komunikasi melalui media massa khususnya radio,

terbukti program ini tiap tahunnya masih digunakan. Antusiasme masyarakat mendengarkan siaran rohani sebagai feedback langsung kepada penyuluh agama Hindu. Program ini juga tetap bertahan di tiga radio yang ada di Buleleng, sehingga memberikan kontribusi bagi penyuluh agama Hindu untuk memberikan pelayanan bagi umat.

PENUTUP

Pandemi Covid 19 menuntut setiap individu untuk mampu melakukan perubahan sosial baik itu secara pola pikir maupun dalam hal kebiasaan. Masyarakat dipaksa mengikuti ritme penyebaran kasus Covid 19, sehingga secara tidak langsung menyiapkan diri dengan kebiasaan baru seperti mengurangi interaksi dengan orang lain. Penerapan protokol kesehatan 5M berdampak pada setiap lini

kehidupan manusia, terutama dari segi aktivitas. Program WFH dengan bekerja dari rumah menjadi kebiasaan baru yang harus dijalankan. Hal ini menjadi tantangan yang sangat berat bagi masyarakat, termasuk penyuluh agama Hindu di Kabupaten Buleleng yang objek tugas dan programnya adalah masyarakat. Kondisi ini berlangsung sangat lama, sehingga diperlukan strategi untuk menjalankan tugas dan fungsinya sebagai penyuluh agama Hindu. Pola kerja baru diterapkan dengan dukungan strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial dan media massa. Pandemi Covid 19 membuka wawasan manusia untuk bisa beradaptasi dengan perubahan, termasuk bagi penyuluh agama Hindu harus kreatif dalam menentukan strategi agar tercipta inovasi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djendra, I Nyoman. 2011. *Kamus Visual Bahasa Bali*. Denpasar: Dharma Putra.
- Harun, Rochajat dan Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Depok: Rajawali Pers.
- Liliweri, Alo. 2016. *Konfigurasi Dasar Teori-Teori Antarbudaya*. Bandung: Nusa Media.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2014. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2015. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Roudhonah. 2019. *Ilmu Komunikasi*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suciati. 2017. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, A.W. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto, A.W. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

IMPLEMENTASI INTEGRASI PEMUJAHAN TRI MURTI DI PURA DALEM TAAK DESA BATUBULAN, KECAMATAN SUKAWATI, KABUPATEN GIANYAR

IMPLEMENTATION OF TRI MURTI WORSHIP INTEGRATION AT PURA DALEM TAAK BATUBULAN VILLAGE, SUKAWATI DISTRICT, GIANYAR REGENCY

I Nyoman Alit Supandi

Universitas I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Email: alitsupandi85@gmail.com

Abstrak

Artikel ini merupakan hasil penelitian kualitatif. Pura Dalem Taak memiliki konsep Tri Murti, karena mengalami integrasi antara Pura Dalem Bantas dan Pura Dalem Taak, hal ini dilakukan atas kesepakatan masyarakat setempat. Konsep Tri Murti umumnya dipuja di pura-pura tertentu, namun di Pura Dalem Taak Dewa Brahma, Wisnu, Siwa menjadi satu kesatuan pemujaan yang tidak dapat dipisahkan antara pelinggih yang satu dengan pelinggih lainnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimanakah implikasi integrasi pemujaan Tri Murti di Pura Dalem Taak Desa Batubulan Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar? Teori dalam penelitian ini antara lain: 1) Teori interaksionisme simbolik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yang peneliti tentukan adalah di Pura Dalem Taak, Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Metode pengumpulan data yang digunakan: 1) teknik observasi, 2) teknik wawancara, 3) teknik dokumentasi, dan 4) teknik studi kepustakaan. Hasil penelitian ini terkait (1) Implikasi Integrasi Pemujaan Tri Murti di Pura Dalem Taak: a) Penguatan hubungan sosial dilakukan mulai dari persiapan hingga akhir pelaksanaan piodalan. b) Implementasi Keyakinan Bersama ini dilakukan oleh masyarakat Jero Kuta, walaupun banyak penyebutan para dewa akan tetapi masyarakat jrokuta mempercayai bahwa tidak lain itu adalah Ida Sang Hyang Widhi Wasa. c) Penguatan nilai budaya yang dilakukan masyarakat jro kuta, nilai budaya di pura Dalem taak sangat kuat sehingga tetap dipertahankan dan dilestarikan oleh masyarakat jro kuta, baik para remaja maupun orang tua atau bisa disebut vertikal dan horizontal. d) Implementasi estetika Hindu ini terdapat pada Pura Dalem Taak Jro Kuta pada saat piodalan, terdapat tarian gambelan, lelontek, mudra dan kidung yang membuat suasana piodalan sangat estetik. Implikasi integrasi pemujaan tri murti di Pura Dalem Taak adalah penguatan hubungan masyarakat maupun keyakinan dan salah satu bentuk penguatan nilai sosial, budaya dan estetika dalam pemujaan tri murti di pura dalem taak.

Kata kunci: Implikasi Integrasi, Pemujaan Tri Murti, Pura Dalem Taak.

Abstract

This article is the result of qualitative research. Pura Dalam Taak has the concept of Tri Murti, because it experienced integration between Pura Dalem Bantas and Pura Dalem Taak, this was done with the agreement of the local community. The concept of Tri Murti is generally worshiped in certain temples, but at Pura Dalem Taak Dewa Brahma, Vishnu, Shiva becomes a worship unit that cannot be separated from one pelinggih to another. The formulation of the problem in this study is as follows: (1) What are the implications of the integration of Tri Murti worship at Dalem Taak Temple, Batubulan Village, Sukawati District, Gianyar Regency? Theories in this research include: 1) The theory of symbolic interactionism. This type of research is qualitative research. The research location that the researchers determined was Dalem Taak Temple, Batubulan Village, Sukawati District, Gianyar Regency. Data collection methods used: 1) observation techniques, 2) interview techniques, 3) documentation techniques, and 4) literature study techniques. The results of this study are related (1) Implications of the Integration of Tri Murti Worship at Dalem

Taak Temple: a) Strengthening of social relations is carried out starting from preparation to the end of piodalan implementation. b) The implementation of this Joint Belief is carried out by the people of Jero Kuta, although there are many mentions of the gods, but the people of jrokuta believe that it is none other than Ida Sang Hyang Widhi Wasa. c) Reinforcement of cultural values by the people of Jro Kuta, the cultural values at the Dalem Taak Temple are very strong so that they are maintained and preserved by the Jro Kuta community, both teenagers and parents or can be called vertical and horizontal. d) The implementation of this Hindu aesthetic is found at Pura Dalem Taak Jro Kuta during piodalan, there are gambelan, lelontek, mudra and kidung dances that make the piodalan atmosphere very aesthetic. The implication of the integration of tri murti worship at Dalem Taak Temple is strengthening public relations and beliefs and one form of strengthening social, cultural and aesthetic values in tri murti worship at Dalem Taak temples.

Keywords: *Implications of Integration, Tri Murti Worship, Pura Dalem Taak.*

PENDAHULUAN

Bali merupakan ekologi kecil terbatas dalam sumber daya alam, namun besar dalam potensi kebudayaannya. Bali adalah Pulau *Dewata* yang merupakan salah satu kepulauan di Indonesia yang sudah mendunia. Penduduk Bali memiliki corak agama, kebudayaan, dan adat yang unik dan dikagumi, oleh para wisatawan yang datang ke Bali.

Aktivitas umat Hindu memahami ajarannya *tattwa*, *susila*, dan *acara*, *tattwa* yang menitikberatkan masalah filsafat atau inti ajaran Agama Hindu, *susila* menekankan kepada pola perilaku yang berdasarkan etika, sedangkan upacara lebih difokuskan kepada acara ritual keagamaan. Ajaran *tattwa* dalam Agama Hindu di Bali diimplementasikan ke dalam konsep keyakinan melalui ajaran *panca sraddha*.

Ajaran *susila* adalah ajaran yang menitikberatkan kepada tata aturan dalam bertingkah laku yang tertuang dalam konsep *tri kaya parisudha*, adapun bagian *tri kaya parisudha* adalah, (1) *manacika parisudha* yaitu berpikir yang suci, (2) *wacika parisudha* yaitu berkata yang benar, (3) *kayika parisudha* yaitu berbuat yang benar. (3) *kayika parisudha* yaitu berbuat yang benar. Salah satu untuk pengendalian diri dari ketiga hal tersebut antara lain: tidak iri dengki pada milik orang lain, tidak bersikap cemas kepada semua makhluk, percaya akan adanya *karma phala*. Pengendalian dalam berkata-kata misalnya tidak berkata kasar, tidak berkata buruk, tidak memfitnah, tidak berbohong, sedangkan pengendalian dalam perbuatan adalah, tidak membunuh, tidak mencuri, tidak berzina.

Setiap pura memiliki fungsi masing-masing sesuai dengan fungsinya. Untuk melaksanakan kegiatan ritual, *sembah bhakti* atau upacara umat Hindu di Bali dilakukan di pura atau tempat suci, di tempat suci inilah umat Hindu pada umumnya, mengadakan pemujaan kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* atau Tuhan Yang Maha Esa. Selain

sebagai tempat bersembahyang *Pura Dalem Taak* juga dijadikan tempat kontak (komunikasi) antar sesama Desa Adat Jro Kuta dalam berbagai kegiatan keagamaan.

Masyarakat Desa Adat Jro Kuta dalam kesehariannya dapat meningkatkan *sraddha* dan *bhakti* melalui kegiatan ritual untuk meningkatkan kualitas kesucian umat manusia secara individu. *Pura Dalem Taak* juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas umat manusia sebagai makhluk sosial. *Pura Dalem Taak* atau tempat suci produk kebudayaan Bali dibangun berdasarkan konsep: *desa*, *kala*, dan *patra*. Semua ragam variasi tersebut merupakan suatu kesatuan budaya yang dikokohkan oleh adanya sistem religi. Struktur dalam kebudayaan Bali (dominannya nilai solidaritas, estetika dan religi). Struktur tersebut dimantapkan dan dialkutasikan melalui lembaga-lembaga tradisional seperti Desa *Pakraman*, *Banjar*, *Subak*, dan *Sekaa* yang fungsional dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat. (Sudirga, 2004: 1) istilah *Pura* sebagai tempat pemujaan oleh umat Hindu di Bali diperkirakan pada zaman *Dalem Watuenggong* yang berkuasa di Bali. Sebelum mengenal istilah *Pura*, untuk menunjukkan tempat pemujaan umat Hindu di Bali dikenal dengan istilah “*Kahyangan*”. Bahkan pada zaman Bali Kuno dipakai istilah “*Ulon*” yang berarti tempat yang dipakai untuk *sembah bhakti* dengan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*.

Titib (2003: 97-98) Menguraikan *Pura Dalem* banyak juga macamnya, namun *Pura Dalem* yang merupakan unsur *Kahyangan Tiga* adalah *Pura Dalem* yang memiliki *setra* (kuburan). Di samping itu banyak juga terdapat pura yang disebut *Dalem*, tetapi bukan merupakan *Pura* sebagai unsur *Kahyangan Tiga* diantaranya: *Pura Dalem Pauman*, *Pura Dalem Candi*, *Pura Dalem Gagelang* dan sebagainya. Ketiga pura ini adalah tempat pemujaan, dengan kata lain bahwa *kahyangan tiga* itu adalah pengikat kesatuan desa. Adapun *kahyangan tiga* tersebut yang merupakan tempat berstananya *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*

dengan sebutan *Tri Sakti*, Brahma, Wisnu dan Siwa menempati masing-masing *pura* sesuai dengan kekuasaannya. *Pura Dalem* merupakan salah satu bernilai sakral dalam tradisi Hindu di Indonesia, karena *pura* adalah sebagai tempat *sembahyang* atau sujud *bhakti* memuja *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* dan manifestasinya.

Setiap desa adat di Bali memiliki *pura khayangan tiga*. Menurut Ardana (2000 : 12), dalam bukunya *pura khayangan tiga*, menguraikan tentang *pura* di Bali yang dikelompokkan sesuai dengan ciri-ciri dan karakternya antara lain :

1. *Pura* umum yaitu *pura* yang memiliki ciri-ciri umum sebagai tempat pemujaan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* dengan segala *prabawa* atau perwujudan-*Nya*. *Pura* yang tergolong umum ini dipuja oleh seluruh umat Hindu, sehingga sering disebut *pura khayangan jagat*. *Pura* tergolong memiliki karakter tersebut adalah *Pura Besakih*, *Pura Batur*, dan *Pura Sad Kahyangan*.
2. *Pura* teritorial yaitu *pura* yang memiliki ciri kesatuan wilayah sebagai pemujaan suatu desa adat yaitu *pura khayangan tiga*.
3. *Pura* fungsional yaitu *pura* yang memiliki karakter fungsional karena umat *penyiwinya* terikat oleh ikatan *kekaryaan* atau *swagina* seperti *Pura Subak* dan *Pura Melanting*.
4. *Pura kawitan* yaitu *pura* yang mempunyai karakter yang ditentukan oleh adanya ikatan *wit* atau asal *leluhur* berdasarkan garis kelahiran (*geneologis*).

Dalam sebuah *pura* terdapat susunan berbagai *pelinggih* sesuai dengan kegunaan dan fungsinya masing-masing. Dalam setiap *pura* di setiap desa sudah pasti memiliki *pelinggih* yang jumlah dan bentuknya tidak semuanya sama. Hal ini disebabkan kepercayaan yang diyakini pada sesuatu yang meraka sembah. Sesuai dengan pengelompokan *pura* di atas, *Pura Dalem Taak* termasuk dalam kategori *Pura* teritorial yaitu *pura* yang memiliki ciri kesatuan wilayah sebagai pemujaan suatu desa adat yaitu *pura khayangan tiga*.

Fungsi *Pura Dalem Taak* meliputi, fungsi sosial, fungsi religi, fungsi pendidikan, fungsi kebudayaan, fungsi sosial sebagai tempat berkumpulnya seluruh umat Hindu yang membuahkan rasa kebersamaan dan kekeluargaan.

METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan tema dari penelitian yang berjudul “Integrasi Pemujaan Tri Murti di Pura Dalam Taak Desa Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar” Jenis pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang pada umumnya dilakukan dengan jalan

menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai subjek dan objek yang diteliti secara tepat. Penelitian ini lebih banyak membutuhkan jenis data yang berbentuk rangkaian kata-kata bukan angka. Prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis. Istilah penelitian kualitatif menurut pada awalnya bersumber pada pengamatan kualitatif. Karakteristik penelitian kualitatif terletak pada objek yang menjadi fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implikasi dalam integrasi pemujaan Tri Murti di *Pura Dalem Taak* Desa Batubulan Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar yaitu :

Penguatan hubungan sosial

Manusia selain makhluk individu, manusia juga sebagai makhluk sosial. Di dalam kehidupannya senantiasa berinteraksi dengan manusia lain, hal ini dilakukan dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dalam kehidupan masyarakat terdapat pola hubungan yang bermacam-macam, sesuai dengan kebutuhannya, karena keterbatasan yang dimiliki. Hubungan sosial dapat terjadi karena faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya integrasi. Kehidupan sosial masyarakat Desa Batubulan melihat persamaan hak setiap anggota masyarakat tanpa melihat status sosial berdasarkan keturunan, suku maupun agama.

Integrasi sosial yang terjadi antar masyarakat beragama di desa Batubulan, karena adanya sikap solidaritas yang kuat. Sehingga, mengarah pada integrasi sosial yang akomodatif seperti adanya kompromi (*compromise*) antara masyarakat secara bersama-sama (*adaptation*). Sosial merupakan suatu proses penyesuaian dan penyatuan berbagai kelompok sosial, dalam suatu wilayah tertentu guna mewujudkan kehidupan yang harmonis (Murdiyatomoko, 2000: 34). Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya integrasi masyarakat beragama disebabkan karena adanya kontak komunikasi dan interaksi satu sama lain antara pemeluk agama, baik itu individu dengan individu maupun individu dengan kelompok dalam suatu masyarakat. Terjadinya komunikasi dan interaksi disebabkan oleh berbagai kepentingan baik itu secara individu maupun kelompok dengan mempunyai tujuan yang sama.

Penguatan hubungan sosial yang terjadi dalam bentuk konkret yaitu berupa kerja sama, karena dengan adanya kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan, mereka mempunyai pengetahuan dan pengendalian diri sendiri untuk menghendaki, untuk memenuhi kepentingan tersebut dengan kerja sama, yang

diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari yaitu upaya untuk memenuhi berbagai kepentingan, baik kepentingan individu maupun kepentingan kelompok.

Dalam konsep Hindu, untuk mewujudkan keharmonisan dan kerukunan sesama umat manusia, terutama umat beragama serta lingkungan dan semua ciptaan Tuhan Yang Maha Esa (*Brahman* atau *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*), adalah berpedoman pada ajaran *Tri Hita Karana* dan *Tat Twam Asi*. Ajaran tersebut dijadikan konsep yang sangat esensial mengenai bagaimana caranya bisa hidup rukun dan harmonis dalam suasana multikultural yang mempunyai karakter tersendiri.

Integrasi sosial yang terwujud antar masyarakat beragama di Desa adat Jro Kuta ini tidak terlepas dari peran pemerintah, tokoh adat, tokoh masyarakat, tokoh agama sebagai mediator dan fasilitator dalam permasalahan intern dan ekstern yang mempengaruhi terwujudnya integrasi sosial di desa tersebut dengan cara mendukung dan mengadakan proses sosial seperti kerjasama dan akomodasi antar masyarakat beragama.

Dalam kerukunan Umat di *Desa Pakraman Jero Kuta* menggunakan beberapa konsep yaitu: 1) *Tri Hita Karana* (*Parhyangan, Pawongan dan Palemahan*), 2) *Tri Kaya Parisudha* (*Manacika parisudha, wacika parisudha, dan kayika parisudha*), *Tat Twam Asi*.

Sloka kerukunan yang terdapat dalam kitab suci agama Hindu sebagai berikut:

1. *Sam Gacchadhvan Sam Vadadhvam, Sam Vo Manamsi Janatam, Deva Bhagam Yatha Purvo, Sanjanano Upasate* (Rg Weda X.191.2).

Artinya:

Berkumpul-kumpul, bermusyawarahlah, satu sama lain satukanlah semua pikiranmu, dewa pada jaman dulu, senantiasa dapat bersatu.

2. *Samani Va Akutih, Samana Hridayani Vah, Samana Astu Vo Mano, Yatha Va Susahasati*, (Rg Weda X.191.4).

Artinya:

samalah hendaknya tujuanmu, samalah hendaknya hatimu, samalah hendaknya pikiranmu, semoga semua hidup bahagia bersama.

3. *Sarve Mandati Yasa Sagatena, Sabhasahena Sakhya Sakhyayah, Kilbisah Prt Pitusanir Hyosamaram, Hito Bhavati Vajinaya*, (Rg Weda X.17.10).

Artinya:

Semua teman senang hati dalam persahabatan yang datang, dengan kejayaan setelah berhasil dalam permusyawaratan, Tuhan sesungguhnya

pelindung kita dari kejahatan, yang memberi makan, bersiap baik untuk pemulihan.

4. *Yadi Na Syurmanusyesu, Ksaminah Prtivismah, Na Syat Sakhyam Manusyanam, Krodhamulahi Vigraha*, (*Sarasamuscaya*, 94).

Artinya:

Apabila tidak ada orang yang ksamawan, sabar, tahan uji, bagaikan Ibu Pertiwi niscaya tidak ada kepastian persahabatan, melainkan jiwa murka menyelubungi sekalian makhluk, karenanya pasti bertengkar satu sama lainnya.

5. *Japye Nalva Samsidhyed, Brahmano Natra Samcayah, Kuryan Anyan Na Va Kuryan, Maitro Brahmana Ncyate*, (*Manawa Dharmasastra II*, 87).

Artinya:

Tak dapat disangkal lagi seorang yang utama, dapat mencapai tujuan yang tertinggi dengan mengucapkan *mantra*, apakah beliau melakukan *yadnya* melalui orang lain atau melalaikannya, Ia yang bersahabat dengan semua makhluk dinyatakan manusia utama.

6. *Ye Yatha Mam Prapadyante, Tams Tathal Va Bhajamy Aham, Mama Vartma Nuvartante, Manusyah Partha Arvasah*, (*Bhagawadgita*, IV.II).

Artinya:

jalan manapun ditempuh manusia, ke arah-Ku semuanya Kuterima, dari mana-mana semua mereka.

7. *Devan Bhavayana Nana, Te Deva Bhavayantu Vah, Parasparam Bhavayantah, Suyah Param Avapsyatha*, (*Bhagawadgita*, III.II).

Artinya:

Dengan ini pujailah dewata, Semoga dewata memberkati engkau, Dengan saling menghormati begini, Engkau mencapai kebajikan tertinggi

Berdasarkan kitab suci diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua manusia mendambakan adanya penyesuaian pikiran dan tujuan untuk mencapai hidup bersama yang bahagia dan sekaligus untuk mengantisipasi sikap-sikap yang negatif yang sering muncul dalam masyarakat kita yang majemuk seperti misalnya sikap fanatisme buta yaitu sikap yang meyakini kebenaran mutlak yang ada pada agama yang dipeluknya.

Hubungan sosial sering kali dikonotasikan dengan interaksi sosial. Keduanya memang terkait erat baik secara konseptual maupun praktik. Interaksi sosial boleh dikatakan sebagai bentuk paling dasar dari hubungan sosial. Dalam menjaga

hubungan yang harmonis antar masyarakat beragama, dengan melakukan upaya-upaya seperti saling melakukan kunjungan dan mempererat silaturahmi antar pemeluk agama dengan upaya-upaya yang sifatnya saling berpartisipasi dalam hal yang baik, sehingga toleransi yang kuat dapat mewujudkan kondisi sosial masyarakat yang harmonis.

Penguatan hubungan sosial yang dilaksanakan oleh Desa Adat Jro Kuta adalah saling bantu dan tolong menolong dalam aktivitas kehidupan, baik itu sebelum *piodalan*, pelaksanaan *piodalan*, dan akhir *piodalan* maupun diluar *piodalan* tetap melaksanakan kegiatan sosial, untuk menjalin hubungan yang harmonis dalam kehidupan dan memberikan suatu bantuan, seperti pernyataannya (Suyadi, 2013: 9). Sikap dan tindakan yang selalu ingin memberi bantuan pada orang lain dan masyarakat yang membutuhkan merupakan nilai pendidikan karakter peduli sosial.

Implementasi Keyakinan Bersama

Keyakinan umat Hindu terhadap ajaran *panca sraddha*, memang jika tidak memiliki kepercayaan yang kuat, dalam kehidupan ini akan sia-sia karena tidak memiliki arah, tuntunan atau tujuan dari agama Hindu. Konsep pemujaan *tri murti* di *Pura Dalem Taak*, bahkan dibuatkan dalam bentuk *pelinggih*, inipun melalui kesepakatan. Di samping itu *Padma Rong Lima* di puja oleh masyarakat Jro Kuta dan ada pula yang di luar masyarakat Jro Kuta, biasanya sebagian besar *Padma* terdapat patung dewa. Sedangkan *Padma Rong Lima* di *Pura Dalem Taak* terdapat patung *lanang* dan *istri*.

Keyakinan bersama masyarakat Desa Adat jro Kuta, maupun di luar masyarakat Jro Kuta memiliki *sraddha* yang kuat bahwa, *Ida Sang Hyang Widi Wasa* adalah sumber segala-galanya sehingga melaksanakan *sembah bhakti* di *Pura Dalem Taak*. *Sraddhaya satyam apnoti*; dengan *sraddha* orang akan mencapai Tuhan (*Yajur Weda*) *Sraddham satye parajapatih*; Tuhan menetapkan, dengan *sraddha* menuju *satya*. *Janmadhyasya yatah*; Tuhan ialah dari mana mula (asal) semua ini (*Brahma Sutra*). *Aham sarwasya prabhawo, Mattah sarwam prawartate, iti matwa bhayante mam, buhda bhawasaman wita* (*Bhagawad Gita*); Aku adalah asal dari semua, dari Aku makhluk muncul, mengetahui ini, orang bijaksana menyembah Aku, dengan penuh rasa penyatuan diri. Meskipun tidak Nampak Tuhan itu tetap ada, seperti minyak dalam susu, api dalam kayu, air dalam awan, air dalam udara semua itu tidak nampak, (Suardana 2010:66).

Menurut (Covarrubias, 2013: 291) orang Bali sangat menghormati leluhurnya, yang merupakan cikal-bakal kehidupannya. Rasa hormat

dan rasa berhutang kepada leluhur, mendorong tiap orang Bali untuk menyelenggarakan berbagai aktivitas termasuk upacara yang rutin dalam rangkaian membalas budi leluhurnya, memohon keselamatan dan kesejahteraan keluarga yang masih hidup. Terkait dengan berbagai aktivitas di atas, masyarakat Bali mengabdikan dan mengukuhkan pemujaan terhadap leluhurnya melalui media tertulis dalam daun lontar atau *tal* yang mereka sebut *babad* atau prasasti.

Implikasi integrasi pemujaan *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak* mampu memperkuat hubungan antar masyarakat, sangat terlihat saat upacara berlangsung, dimana masyarakat saling berbaur melakukan persembahyangan, tanpa membedakan warna dan asalnya. Masyarakat melakukan persembahyangan dengan keyakinan yang kental, tanpa saling membeda-bedakan inilah penguatan keyakinan masyarakat setempat dalam melaksanakan sembah di *Pura Dalem Taak*.

Dalam Kitab *Sarasamuccya* 250 ada empat pahala yang mulia jika Anak berbakti terhadap orang tua yaitu 1) *Kirti ngarania palem ring ayu*, 2) *Ayusa ngaraning urip*, 3) *Bala ngaraning kesaktin*, 4) *Yasa ngaraning patitinggal rahayu*.

Adapun kewajiban leluhur dengan anaknya terdapat dalam *kakawin niti sastra* yaitu *Sang ametwaken*, *Sang maweh binojana*, *Sang mangupadyaya*, *Sang anyangaskara*, dan *Sang matulung urip rikalaning bhaya*.

Suarbhawa (2000: 137) Terkait pandangan tersebut *babad* di Bali biasanya berisi perintah leluhur untuk menjaga, merawat, dan menyelenggarakan upacara pada tempat suci. Selain itu juga perintah untuk menjaga kerukunan keluarga, mengatur tata upacara ketika meninggal sesuai dengan tingkatan yang berlaku. Termasuk dalam pemakaian kajang yang dikenal dengan *kajang kawitan*, mencari *tirta tunggang*, pada tempat suci yang tertera di dalam *babad*, *bancangah* dan *pangeling-eling*.

Kesejahteraan diawali dengan menjaga keharmonisan hubungan manusia dengan Tuhan. Jika manusia mampu menjaga hubungan manusia dengan Tuhannya yang diwujudkan dengan mengaplikasikan ajaran agama yang dianutnya dengan demikian manusia memiliki kesadaran rohani dan jasmani yang begitu kuat keseimbangan ini sangat penting. *Tri hita karana* merupakan tiga penyebab (wujud, dimensi) kesejahteraan. Ketiga telah mencakup aspek kehidupan *sekala* (*propan*, duniawi, material) dan aspek kehidupan *niskala* (sakral, rohaniah, spiritual) (Gunarta 2008:36).

Penguatan Nilai Budaya

Nilai adalah sesuatu yang berharga, bermutu, menunjukkan kualitas dan berguna bagi manusia. Sesuatu itu bernilai berarti sesuatu itu

berharga atau berguna bagi kehidupan masyarakat. Budaya adalah suatu gaya hidup yang berkembang dalam suatu kelompok atau masyarakat dan diwariskan secara turun temurun, dari generasi ke generasi berikutnya. Ciri khas berpikir positif akan kekayaan budaya itu yang paling menonjol adalah kedinamisan dalam berpikir, berpikir yang dinamis artinya ada Langkah-langkah hidup yang pasti (Tanra 2013:3). Salah satu bentuk penguatan nilai budaya pemujaan *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak* terlihat saat upacara *piodalan* berlangsung, penguatan nilai budaya ditampilkan. Nilai secara universal yang terdapat ada etikanya, logika, estetika, solidaritasnya, kreativitas dan spiritualnya dan budaya sangat nampak sehingga budaya itu semakin maju, maka dari itu arus pelestariannya ada pengembangan, pemanfaatan dan pembinaan.

Banyak kesenian yang menjadi bagian dari ritual, juga budaya saat upacara di *Pura Dalem Taak* berlangsung, seperti *gamelan*, *kekawin*, *dharmagita*, dan tarian. Selain *kekawin* juga terdapat rentetan acara pada saat *piodalan* ritual di *Pura Dalem Taak*, yaitu dilaksanakannya *tarian Gabor*, yang berperan dalam prosesi *piodalan*, *tarian gabor* adalah *pemudi* dari setiap *seka truna* dimasing-masing *banjar* *Desa Adat Jro Kuta*, terdiri dari tujuh *banjar*, diiringi dengan *penabuh* dari pemuda karang taruna atau dari masing masing *banjar* yang dilakukan secara bergilir di setiap *piodalan*.

Tari *Gabor* merupakan salah satu tari nusantara yang berasal dari Pulau Dewata yaitu Bali. Tari ini diciptakan pada tahun 1969 oleh I Gusti Raka yang berasal dari Saba. Beliau merupakan seorang dosen ASTI Denpasar, sekarang dikenal dengan nama ISI Denpasar. *Tari Gabor* dapat dikatakan memiliki kemiripan atau sejenis dengan Tari Pendet. Mulai dari jenis tari, asal-usul tari (awalnya tari sakral), tata rias dan properti yang dibawa pada saat menari. Hanya saja perbendaharaan atau variasi gerak dalam tari *Gabor* lebih banyak diambil dari gerak-gerak tari seperti tari *Rejang*.

Saat mementaskan tari *Gabor*, para *pemangku* melaksanakan prosesi *mendak Ida Batara*, *ngaturan kukus dupa*, *penastan cecepan pesucian rantasan*, *canang rebong*, *daun tabuh canag gantal*, *tabuhan canang gantal Mendak gegaluh* mengelilingi *nataran* pura dilanjutkan dengan *sajeng luur*, para *pemangku* dapat *arak berem*, yang pertama *dihaturkan sajeng keluur Ida Bhataradan* ke *pemangku*, dilanjutkan dengan *tajen*, dengan *banten* (*miasa* nama *banten*) dilanjutkan dengan pertarungan keris sama keris, *pajeng* dengan *pajeng*, tombak dengan tombak di benturkan tiga kali, kemudian Di lanjutkan dengan mengelilingi *nataran* pura setelah itu salah satu *pemangku* membawa keris di lanjutkan dengan *ngurek* atau *ngunying*, habis itu dilakukan

incangincung keliling di setiap *pelinggih* diaturkan *arak berem*, yang terakhir *dihaturkan segehang agung* dilanjutkan dengan *pamuspan* bersama (Suriani, wawancara 2 Januari 2021). Tata nilai budaya yang terdapat yaitu seperti *kekawin*, *gamelan*, dan tarian. Selain itu juga terdapat *rentetan* acara pada saat *piodalan* ritual di *pelinggih Padma Rong Lima* atau *Pura Dalem Taak*, yaitu di laksanakannya *tarian Gabor*, inilah nilai budaya yang terdapat di *Pura Dalem Taak* Jro Kuta Batubulan.

Nilai-nilai budaya luhur warisan leluhur yang melekat pada aktivitas kehidupan manusia atau objek kemajuan kebudayaan pada umumnya mengandung nilai-nilai keseimbangan dalam kehidupan, baik itu dalam hubungan manusia dengan Tuhan yang Maha Esa, hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan alam semesta. Nilai-nilai yang membentuk tata nilai budaya membutuhkan perhatian dalam perlindungan dan pengembangannya, karena mempunyai arti penting, seiring dengan perkembangan zaman dan pengaruh globalisasi akan mengalami ancaman kepunahan, karena perubahan objek kebudayaan yang dimanfaatkan masyarakat dan nilai-nilai yang dianut. Kalau dikaitkan di *Pura Dalem Taak*, dengan budaya tidak mengalami suatu kepunahan sebab, setiap aktivitas kegiatan ritual keagamaan budaya ini tetap digunakan untuk menjaga ketidak punahan terkait dengan budaya tersebut. Bahwa inti kebudayaan adalah sistem nilai, maka konfigurasi sistem nilai kebudayaan yang pantas dan patut dijadikan kerangka acuan. Konfigurasi nilai terpadu tersebut terinci atas sembilan nilai utama, yaitu (1) nilai religius; (2) estetis; (3) etis; (4) keseimbangan (5) harmoni; (6) ekonomis; (7) iptek; (8) supremasi hukum; (9) demokratis partisipatif (Geriye, 2012:218)

Implementasi Estetika Hindu

Djelantik (2004: 7) Estetika adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, mempelajari semua aspek dan apa yang disebut keindahan. Keindahan meliputi seni alami (keindahan yang tidak dibuat manusia), dan keindahan yang dibuat oleh manusia yang dapat memberikan rasa kesenangan dan kepuasan, pada umumnya disebut dengan kesenian.

Seni adalah hasil dari campur tangan dan pengolahan budi manusia secara tekun untuk mengolah benda-benda alamiah bagi kepentingan rohani maupun jasmani, (Gie, 2004:69). Tujuan dari keindahan adalah untuk menyenangkan dan menimbulkan keinginan (The Liang Gie, 1976: 15). Estetika dapat dikatakan sebagai teori tentang keindahan atau seni. Estetika berkaitan dengan nilai indah-jelek (tidak indah). Nilai estetik berarti

nilai tentang keindahan. Keindahan dapat diberi makna secara luas, secara sempit dan estetik murni.

Sebuah keindahan dengan sendirinya benar dan baik, logis dan etis. Kualitas sebuah keindahan merupakan ciri seni yang utama. Makna ekstrinsik dari seni itulah yang membuat sebuah karya itu terlihat indah, menyenangkan dan menggembirakan. Pada dasarnya bahwa suatu yang terlihat indah atau sesuatu yang indah merupakan sesuatu yang menyenangkan. Keindahan yang terdapat dalam upacara saat *pujawali* di *Pura Dalem Taak*, tentu banyak mengandung unsur-unsur estetika juga ciri-ciri dari estetika. Sarana dalam upacara *pujawali* di *Pura Dalem Taak* terdapat bentuk, warna, gerak, penampilan, simetri, harmoni dan sebagainya. *Pura* sebagai tempat suci dan untuk melakukan sujud merupakan pusat penyembahan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* (Tuhan Yang Maha Esa bagi umat Hindu) beserta manifestasi-Nya. Nilai estetika integrasi *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak* dapat terlihat dalam *Arsitektur Pelinggih Gamelan*, *Tarian Rejang dewa*, dan *Dharma Gita*.

KESIMPULAN

Pura Dalem Taak terdapat pemujaan *Tri Murti*:

- a) Metalogis, masyarakat memiliki *sraddhà* dan diimplementasikan dengan *bhakti*, sehingga terdapat penguatan lebih sering melaksanakan sembah *bhakti*, dengan membawa sarana *pamuspan* pada saat *piodalan* maupun sebelum pelaksanaan *piodalan*.
- b) Historis atau sejarah *Pura Dalam Taak* diimplementasikan dalam *sradha bhakti*, walaupun banyak dewa yang terdapat di *Pura Dalem Taak* semuanya itu adalah satu yaitu Tuhan.
- c) Teologis, dapat dilihat dalam aktivitas masyarakat yang tetap melaksanakan *sembah bhakti* dan pendekatan kepada Tuhan dengan membawa sesajen maupun *canang*.
- d) Sosiologis *Pura Dalem Taak* mampu menyatukan masyarakat atau keluarga yang tinggal jauh dan kebingungan menemukan *kawitannya*, mereka bisa bertemu, bersilaturahmi dan berkumpul terutama saat *pujawali* atau *piodalan* di *Pura Dalem Taak*.

Integrasi pemujaan *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak* adalah sebagai berikut.

- a) *Arsitektur bangunan Pura Dalem Taak* memiliki *Tri Mandala*, sebagai media untuk

mengembangkan kerukunan dalam teritorial *Tri Hita Karana*.

- b) ornamen yang terdapat di *Pura Dalem Taak* adalah *kuri agung* pintu dengan *pepatran bhomo* penjaga halaman dan dihiasi dengan tahapan-tahapan candi yang disampingnya di isi tumpukan *godegan* yang menuju puncak *bentala agung*, *patra welanda*, *pepalihan dasar*, Garuda Wisnu, patung *lanang* dan *istri*, *bedawangnala*, *karang sae*, *pepatran* terdapat pada bangunan yang ada di *Pura Dalem Taak* Desa Adat Jro Kuta.
- c) *Upakara* atau upacara di *Pura Dalem Taak*, dilaksanakan di *Pura Dalem Taak*, yaitu pada saat hari raya Kuningan.
- d) Konsep Ketuhanan ini sangat nampak dalam aktivitas ritual di *Pura Dalem Taak*, dalam melaksanakan *sradha bhakti* Ketuhanan atau kepercayaan masyarakat dalam sujud *bhakti* di *Pura Dalem Taak*, adalah memiliki kepercayaan memuja terhadap *Tri Murti*.
- e) Tata letak bangunan di *Pura Dalem Taak* secara umum menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan antara *peinggih* Dewa Brahma, Dewa Wisnu maupun Dewa Siwa, ketiga *peinggih* ini terdapat di *Pura Dalem Taak* sehingga terjadi integrasi pemujaan *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak*.

Implikasi integrasi pemujaan *Tri Murti* di *pura Dalem Taak* adalah sebagai berikut.

- a) Penguatan hubungan sosial yang dilaksanakan oleh Desa Adat Jro Kuta adalah saling bantu dan tolong menolong dalam aktivitas kehidupan, baik itu sebelum *piodalan*, pada saat pelaksanaan *piodalan*, maupun akhir pelaksanaan *piodalan* maupun diluar *piodalan* tetap melaksanakan kegiatan sosial, untuk menjalin hubungan yang harmonis dalam kehidupan dan memberikan suatu bantuan.
- b) Implementasi keyakinan bersama halnya Dewa Brahma wujudNya waktu menciptakan dunia ini, Dewa Wisnu wujudNya waktu memelihara atau menjaga dunia ini, Dewa Siwa wujudNya waktu *memrelina* dunia ini, sehingga diintegrasikan di *pura Dalem Taak*.
- c) Salah satu bentuk Penguatan nilai budaya pemujaan *Tri Murti* di *Pura Dalem Taak* terlihat dalam arsitektur bangunan *palinggihnya*, *pengawin*, *lelontek*, *gamelan*, *tarian*, *dharmagita* dan *mudra* pada saat *sulinggih memuput* upacara *piodalan* di *pura Dalem Taak*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, I Nyoman. 2007. “Upacara Nandan di Desa Gunaksa Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung”. Tesis (tidak diterbitkan) Program Pascasarjana IHDN Denpasar.
- Griya I Wayan. 2012. *Pembangunan Berwawasan Budaya*, Pustaka Larasan
- Gie, The Liang. 1976. *Garis Besar Estetika (Filsafat Keindahan)*. Yogyakarta: Karya
- Jelantik, Lanang I Gusti dkk, 2004. *Widya Santi Agama Hindu Untuk SMP kelas IX*. Pustaka Tarukan Agung: Denpasar.
- Murdiyatomoko, Janu. 2000. *Sosiologi Memahami dan Mengkaji Masyarakat*. Jakarta : University Press.
- Suardana Drs K.M. 2010. *Wrhaspati Tattwa Sebagai Filsafat Agama Hindu*: Paramita Surabaya
- Suyadi. 2013. *Strategi Pembelajaran Pendidikan Karakter*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Sudirga.2004. *Widya Dharma Agama Hindu*.Bandung: Ganesa Exact.
- Tantra Prof Dewa Komang. 2014. *Membaca Perubahan Bali*: Wisnu Press
- Titib, I Made, 2003. *Teologi dan Simbol-simbol dalam Agama Hindu*, Surabaya : Paramita