

Komunikasi Massa sebagai Penguatan Pakem Berbusana Adat ke Pura Bagi Kaum Milenial di Era Globalisasi

Edy Chandra

Pendidikan Seni dan Budaya
Keagamaan Hindu, Institut Agama
Hindu Negeri Gde Pudja Mataram,
Nusa Tenggara Barat
Edychandra332@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian terhadap komunikasi massa sebagai penguatan *pakem* berbusana adat ke pura bagi kaum milenial di era globalisasi. Penelitian ini dirancang dalam jenis penelitian kualitatif dengan model fenomenologi. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan temuan penting bahwa globalisasi telah memberikan dampak terhadap aspek kebudayaan masyarakat kaum milenial di Kota Mataram dalam hal berbusana adat ke pura. Dampak globalisasi ini telah mengubah tata cara berbusana dikalangan kaum milenial yang tidak sesuai dengan *pakem* atau aturan yang berorientasi pada nilai filosofi dan etika kesopanan dalam berbusana adat ke pura. Dinamika dan problematik berbusana adat ke pura yang tidak sesuai *pakem* di kalangan kaum milenial Hindu di Kota Mataram dewasa ini perlu disikapi dan dihadirkan solusi yang paling efektif guna mengembalikan *pakem* dalam berbusana adat ke pura. Komunikasi massa dengan media sebagai saluran utamanya dapat dipandang sebagai salah satu solusi yang paling efektif di era globalisasi saat ini. Hal ini dikarenakan media massa dengan karakteristiknya dapat menyebarkan informasi secara cepat dan dapat mempengaruhi khalayak secara luas dapat dimanfaatkan dalam memberikan pemahaman terkait penguatan *pakem* berbusana adat ke pura dikalangan kaum milenial di Kota Mataram.

Kata Kunci—Komunikasi Massa, Pakem, Busana Adat Ke Pura, Kaum Milenial, Globalisasi.

I. PENDAHULUAN

Dinamika kehidupan masyarakat dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat akibat dari pengaruh globalisasi yang semakin intens, sejalan dengan majunya teknologi informasi. Kemajuan teknologi informasi memberikan pengaruh besar terhadap pola perilaku masyarakat sehingga kerap terjadi pergeseran makna dan nilai, baik budaya, etika maupun norma yang ada.

Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi informasi merupakan salah satu faktor pendorong yang berperan besar terjadinya perubahan pola perilaku masyarakat. Kebebasan personal dalam menyampaikan

ide, kreativitas, kritik dan saran sering dijumpai setiap waktu melalui berbagai varian media yang digunakan dewasa ini (Cahyono, 2015).

Manusia sebagai subjek, adalah pelaku utama dari perubahan itu, hendak bagaimana dan mau dibawa kemana perubahan itu (Widana, 2011). Perubahan yang paling signifikan terjadi saat ini yakni menyangkut tentang budaya, terkhusus pada busana adat.

Perkembangan dunia *fashion* dewasa ini terus mengalami kemajuan sehingga menghasilkan *trend mode* dan *fashion*, hal inipun tidak luput dari kemajuan teknologi informasi. Pakaian tidak hanya memiliki nilai guna melainkan juga sebagai simbol sosial sehingga dapat dijadikan sebagai identitas kultural bagi individu (Jayanti, 2008).

Trend *mode* dan *fashion* menjangkit hampir seluruh masyarakat dunia, tidak terkecuali pada umat Hindu terkhusus lagi pada generasi milenialnya. Kaum milenial Hindu saat ini cenderung memiliki hasrat untuk mengikuti *mode* berpakaian orang barat yang cenderung terbuka dan menyimpang dari norma yang berlaku.

Adapun perubahan cara berpakaian adat ke pura seperti cara berpakaian baju kabaya/brokat bagi busana wanita menjadi lebih transparan, modis, juga memakai kebaya dengan model lengan pendek. Begitu juga dengan model pemakaian *kamben* bagi busana wanita sedikit lebih tinggi atau di atas lutut, serta pemakaian aksesoris berlebihan (Putra, 2018).

Pemakaian *udeng* bagi kaum laki-laki tidak tepat, sebab tidak ada ikatan ujung *udengnya* menghadap ke atas, pemakaian *kamben* bagi busana laki-laki tidak memiliki *kancut* (ujung lancip menyentuh tanah) bahkan ada yang menggunakan *kamben* dengan model sarung yang sejatinya bukan merupakan busana adat ke pura (Putra, 2018).

Terjadinya perubahan gaya berbusana adat ke pura saat ini disebut gaya busana adat ke pura kekinian yang tentunya hal tersebut sangat jauh menyimpang dari *pakem* berbusana adat ke pura yang berorientasi pada nilai dan filosofisnya.

Fenomena ini terjadi hampir disemua kalangan milenial Hindu diberbagai daerah baik perkotaan maupun perdesaan, seperti halnya di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Pakem* dalam berbusana adat ke

pura kaum milenial Hindu di Kota Mataram telah bergeser dari *pakem* yang seharusnya berorientasi pada nilai dan filosofisnya menjadi lebih mengarah pada *trend mode* yang hanya berorientasi pada kepuasan diri semata dan mengabaikan nilai-nilai dan filosofis simbol pada busana adat ke pura.

Pakem atau aturan tentang busana adat ke pura harus berlandaskan pada konsep *Tri Angga* yaitu: *Utama Angga* atau *Dewa Angga* (bagian kepala) yaitu *udeng* untuk laki laki, rambut diikat dengan rapi untuk kaum wanita. *Madyama Angga* atau *Manusa Angge* (badan) baju kabaya warna putih atau kuning (tidak transparan dan tidak ketat) untuk kaum wanita serta baju safari putih untuk untuk kaum laki-laki. *Kanista Angga* atau *Bhuta Angga* (pinggang kebawah) *kamben* dan *sesenteng/selendang* dan alas kaki untuk kaum wanita dan *kamben*, *saput*, alas kaki untuk kaum laki-laki (Ghifarie, 2018).

Pakem atau aturan terkait dengan berbusana adat ke pura sejatinya telah dibahas dalam paruman *sulinggih* yang diadakan pada tahun 1976 ditetapkan bahwa berpakaian ada ke pura bagi pria yaitu baju, *kampuh*, kain panjang, *sabuk*, alas kaki. Sedangkan bagi wanita yaitu baju kebaya, kain panjang, *sesenteng*, *sabuk* dan alas kaki. Kesopanan dalam berpakaian diatur pula dalam tata tertib seperti yang telah diputuskan dalam seminar di Amlapura tahun 1975 yaitu pakaian adat ke pura adalah yang sopan, rapi, bersih, dan tidak menonjolkan bagian tubuh-tubuh tertentu, serta dandanan yang sederhana dalam artian tidak menggunakan hiasan berlebihan (Ayu, 2021).

Menilik fenomena diatas, penulis memandang bahwa dinamika global yang terjadi akibat kemajuan teknologi dan informasi telah mempengaruhi kebudayaan masyarakat Hindu di Kota Mataram khususnya pada kaum milenialnya. Hal ini patut dilihat secara multidimensional untuk memberikan sebuah alternatif baru pemecahan-pemecahan masalah dengan mengintegrasikan berbagai pendekatan dan melibatkan semua komponen masyarakat sebagai upaya mengembalikan pemahaman terhadap *pakem* berbusana adat ke pura.

Penulis memandang bahwa pemanfaatan komunikasi massa dewasa ini menjadi salah satu solusi yang sangat efektif dalam memberikan penguatan terhadap masyarakat Hindu khususnya bagi kaum milenial di Kota Mataram tentang *pakem*/aturan dalam berbusana ke pura. Hal ini dikarenakan komunikasi massa disamping sebagai media dalam menjalankan fungsi utamanya memberikan informasi dan hiburan, juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, seperti sebagai media *Dharma Wacana* (ceramah keagamaan), *Dharma Tula* (diskusi keagamaan). Media massa memiliki keunggulan tersendiri dalam penggunaannya sebagai media ceramah dan diskusi keagamaan (*Dharma Wacana* dan *Dharma Tula*) sebab dapat menjangkau semua umat Hindu secara luas dan efektif, berbeda halnya dengan metode ceramah keagamaan (*Dharma Wacana*) dan diskusi keagamaan (*Dharma Tula*) melalui komunikasi publik secara

langsung tanpa memanfaatkan media massa tentu tidak dapat menjangkau umat Hindu lebih luas dan efektif.

Pemanfaatan komunikasi massa dengan berbagai varian medianya akan membantu para *stakeholder*: tokoh agama, tokoh masyarakat, pemerhati busana adat ke pura, dan lain-lain dalam upaya penguatan pemahaman *pakem* atau aturan berbusana adat ke pura bagi masyarakat umat Hindu terkhusus kaum milenial di Kota Mataram.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang komunikasi massa sebagai penguatan *pakem* berbusana adat ke pura bagi kaum milenial di era globalisasi.

Tujuan dari penelitian ini untuk melakukan kajian mendalam terkait dengan komunikasi massa sebagai penguatan *pakem* berbusana adat ke pura bagi kaum milenial di era globalisasi.

II. STUDI PUSTAKA

A. Penelitian Relevan

Heriani dan Wardana (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Perkembangan Busana Adat ke Pura Hindu Bali dalam Era Globalisasi” mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi mempengaruhi tata cara berbusana ke pura bagi masyarakat Hindu di Bali sehingga *pakem* berbusana adat ke pura kurang diperhatikan, hal ini mengakibatkan melemahnya kesadaran masyarakat Hindu Bali terhadap tatwa atau filosofi yang terkandung dalam simbol-simbol busana adat ke pura. Selain itu, terjadinya penyimpangan etika dalam berbusana adat ke pura seperti kebaya yang transparan dan penggunaan *kamben* terlalu ke atas, penggunaan *udeng* yang tidak sesuai *pakem*.

Putera, dkk (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Perubahan Gaya Berbusana Adat ke Pura Bagi Remaja Hindu Bali di SMAN 5 Denpasar” mengungkapkan bahwa perubahan tata cara berbusana adat ke pura bagi remaja Hindu Bali di SMAN 5 Denpasar yang tidak sesuai dengan *pakem* dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni perkembangan teknologi informasi, gaya hidup yang serba cepat, mewah, modis, lingkungan, perkembangan *trend* dan *fashion*, minimnya sosialisasi tentang *pakem* berbusana adat ke pura, serta sikap orang tua yang cuek terhadap cara anak berpakaian.

Immanuel dan Pannindrya (2020), dalam penelitiannya yang berjudul “Dampak Globalisasi Terhadap Gaya Berpakaian Generasi Z di Bali”. Dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa fenomena globalisasi memberikan dampak kepada para gen Z Bali dalam pemilihan gaya berpakaian di Bali. Pakaian modern seperti menggunakan kaos, jeans, rok, kemeja yang dalam kesehariannya dipengaruhi oleh lingkungannya. Gaya pakaian kebaya, *kamben* sebagai pakaian sehari-hari sudah hilang tergeser karena pakaian modern dengan alasan kenyamanan. Namun gaya pakaian khas Bali yaitu kebaya, *kamben* sekarang berubah nilai menjadi pakaian khusus acara keagamaan atau adat.

Beberapa penelitian relevan diatas dijadikan rujukan sekaligus pembandingan bagi penulis dalam melihat persamaan dan perbedaan objek kajian penelitian. Adapun persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini

ialah menyoroti soal *pakem* atau aturan dalam berbusana adat ke pura bagi masyarakat Hindu khususnya bagi kaum milenial di era globalisasi. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini terletak subjek kajiannya.

B. Konsep

1. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian atau pertukaran ide, gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol yang dipahami maknanya baik oleh komunikator maupun komunikan. Dalam kegiatan komunikasi melibatkan berbagai komponen diantaranya konteks, sumber, penerima, pesan, media atau saluran, gangguan, proses penyampaian, proses penerimaan, umpan balik, dan efek.

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang belum dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital dalam kehidupan manusia (Morisan, 2021).

Berdasarkan bentuknya, komunikasi terdiri atas komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi politik, komunikasi antarbudaya, komunikasi pemasaran, komunikasi massa, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bentuk komunikasi massa sebagai objek pokok pengamatan.

Bitner (1980) dalam Sumadiria (2014) mendefinisikan komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang. Media massa adalah sarana utama dalam komunikasi massa untuk menyebarkan pesan-pesan kepada khalayak.

Gerbner (1987) dalam Sumadiria (2014) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

DeFleur dan Dennis (1985) dalam Halik (2013) mengartikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikatornya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara.

Berbagai definisi komunikasi massa oleh para pakar diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang mana pesanya disampaikan dari komunikator (sumber yang melembaga) kepada komunikan yang bersifat masal dengan menggunakan bantuan media massa.

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi sebelumnya, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesanya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhannya (Cangara, 2010).

Sementara Sumadiria (2014) menjelaskan karakteristik atau ciri-ciri spesifik komunikasi massa yaitu: 1). Komunikator melembaga, 2). Komunikasi satu arah, 3). Khalayak tersebar (heterogen), 4). Pesan diterima serempak.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat, khususnya media masa elektronik seperti televisi dan radio maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat (Cangara, 2010).

Perubahan besar yang terjadi dewasa ini pada bidang komunikasi massa ialah adanya penemuan internet. Perkembangan muthakir dari teknologi yang berbasis internet seperti media sosial (Instagram, Facebook, Twiter, dan lain sebagainya) memudahkan orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, menyampaikan informasi atau konten-konten yang dapat dilihat secara langsung oleh banyak orang dalam waktu bersamaan.

Berdasarkan karakteristik atau ciri-ciri komunikasi massa yang dapat menyebarkan atau menyampaikan pesan/informasi secara luas dan menjangkau khalayak secara besar dalam waktu bersamaan, penulis memandang bahwa komunikasi massa menjadi solusi yang paling efektif dewasa ini dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat Hindu, khususnya pada kaum milenial di Kota Mataram bahkan tidak hanya masyarakat Hindu di Kota Mataram tetapi juga di luar Kota Mataram terkait dengan penguatan pemahaman *pakem* berbusana adat ke pura.

2. *Pakem* Busana Adat ke Pura

Pakem ialah suatu ketetapan atau aturan yang sudah ada dalam kehidupan suatu masyarakat, hal ini digunakan sebagai landasan untuk berfikir dan berperilaku. Dalam bidang kesenian, *pakem* adalah ketetapan-ketetapan atau aturan-aturan yang sudah disepakati untuk menghasilkan sebuah karya dan juga untuk menjaga kelestarian dari sebuah karya.

Bagi masyarakat Hindu, dalam berbusana adat ke pura juga harus memperhatikan *pakem* atau aturan-aturan yang telah disepakati, hal ini bertujuan agar nilai dan makna filosofisnya dari suatu simbol tetap terjaga. Selain itu dengan adanya *pakem* atau aturan akan mengajarkan kita tentang etika dalam berbusana pada saat ke pura.

Pakem atau aturan tentang busana adat ke pura harus berlandaskan pada konsep *Tri Angga* yaitu: *Utama Angga* atau *Dewa Angga* (bagian kepala) yaitu *udeng* untuk laki laki, rambut diikat dengan rapi untuk kaum wanita. *Madyama Angga* atau *Manusa Angge* (badan) baju kabaya warna putih atau kuning (tidak transparan dan ketat) untuk kaum wanita serta baju safari putih untuk kaum laki-laki. *Kanista Angga* atau *Bhuta Angga* (pinggang kebawah) *kamben* dan *sesenteng/selendang* dan alas kaki untuk kaum wanita dan *kamben*, *saput*, alas kaki untuk kaum laki-laki (Ghifarie, 2018).

Pakem atau aturan terkait dengan berbusana adat ke pura bagi masyarakat Hindu seperti yang telah disinggung sebelumnya diperkuat dengan paruman *sulinggih* yang

diadakan pada tahun 1976 dan seminar di Amlapura tahun 1975 tentang tata tertib kesopanan dalam berpakaian ke pura. Berpakaian adat ke pura bagi pria yaitu baju, *kampuh*, kain panjang, *sabuk*, alas kaki. Sedangkan bagi wanita yaitu baju kebaya, kain panjang, *sesenteng*, *sabuk* dan alas kaki. Pakaian adat ke pura adalah yang sopan, rapi, bersih, dan tidak menonjolkan bagian tubuh-tubuh tertentu, serta dandanan yang sederhana dalam artian tidak menggunakan hiasan berlebihan (Ayu, 2021).

3. Kaum Milenial di Era Globalisasi

Kaum atau generasi milenial adalah generasi yang memiliki kelahiran pada rentan tahun 1988-2001. Kaum milenial di Indonesia rata-rata mengenyam pendidikan tinggi sehingga memberikan mereka pola pikir yang kreatif.

Beberapa karakteristik kaum milenial yang dapat dilihat diantaranya: 1). Kaum milenial memiliki beragam profesi, 2). Akrab teknologi, 3). Kreatif, 4). Pola pikir *open minded* dan 5). *Passionate Person* (Prabawa dan Gunawarman, 2019).

Kaum milenial merupakan kaum yang tengah hangat dibahas dewasa ini akibat keterkaitan peranya pada industri 4.0. Kaum milenial saat ini menduduki 1/3 dari jumlah penduduk di Indonesia dan merupakan kaum yang bercirikan sangat aktif pada dunia digital. Keberadaan kaum milenial ini juga berkaitan dengan terjadinya Revolusi Industri 4.0.

Revolusi Industri 4.0 memiliki ciri hadirnya kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) seperti teknologi berbasis internet (*internet of things*), nanoteknologi, printer 3D dan lain sebagainya. Revolusi industri ini merubah cara kaum milenial mendefinisikan siapa mereka dan dunia yang mereka tempati. Akibat dari perspektif tersebut adalah dunia menjadi digital dan peristiwa dunia menjadi kekiniaa, dimana ruang dan waktu terkompresi dan kehidupan tergantung pada teknologi seperti *gadget* (Prabawa dan Gunawarman, 2019).

Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yakni pada kaum milenial Hindu di Kota Mataram yang keblabasan (melewati batas) dalam mengikuti dan menikmati kemajuan teknologi dan informasi pada era globalisasi saat ini sehingga pola pikir dan perilaku tersebut mengakibatkan pergeseran nilai-nilai pada berbagai aspek kehidupan terutama pada aspek kebudayaan yang menyebabkan hilangnya kesadaran dalam menjaga dan melestarikan kearifan lokal (*local genius*) seperti *pakem* dalam berbusana ke pura.

C. Landasan Teori

Teori merupakan pendapat, cara dan aturan melakukan sesuatu. Teori memiliki fungsi sebagai suatu iktisar fakta dan hukum yang jelas dan ilmiah. Teori dalam penelitian sangat penting untuk menjadi perhatian, sebab akan digunakan untuk memprediksi, membedah dan menjelaskan peristiwa-peristiwa yang diamati (Wahyono, 2005).

Penelitian terkait Komunikasi Massa sebagai Penguatan *Pakem* Berbusana Adat ke Pura Bagi Kaum Mileinia di Era Globalisasi, maka penulis menggunakan teori kontruksi sosial media masa sebagai pisau pembedah dalam upaya memperdalam hasil kajian.

Teori kontruksi sosial media massa atau juga dikenal dengan teori kontruksi sosial mengenai realita (*the social construction of reality*) berasal dari hasil penelitian Peter Berger dan Thomas Luckmann yang mencoba menyelidiki bagaimana pengetahuan manusia dibangun melalui interaksi sosial. Menurut teori ini, identitas suatu objek merupakan hasil dari bagaimana kita membicarakan objek bersangkutan, bahasa yang digunakan untuk menuangkan konsep, dan cara bagaimana kelompok sosial memberikan perhatiannya kepada pengalaman bersama (Morisan, 2021).

Teori kontruksi sosial media massa dalam komunikasi massa memiliki peran yang sangat penting, hal ini dikarenakan substansi dari teori ini ialah terletak pada penyebaran informasi yang hadir secara langsung dan cepat dan dapat merata secara luas. Teori konstruksi media massa juga menyatakan bahwa informasi akan mempengaruhi perilaku individu tersebut yang diolah kemudian diadaptasikan kepada dirinya.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan model fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan suatu objek yang ilmiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2014). Merujuk pada pendapat Bogdan dan Biklen (1982) dalam Sugiyono (2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif memiliki karakteristik yaitu dilakukan dalam kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) langsung kesumber data. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif sehingga data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka (Margono, 2003).

Lokasi penelitian ini di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Alasannya digunakan Kota Mataram sebagai lokasi penelitian dikarenakan masyarakat umat Hindu khususnya pada kaum milenial telah mengalami dampak akibat dari perkembangan teknologi informasi dewasa ini terutama pada bidang kebudayaan, yakni terjadi pelemahan *pakem* atau aturan berbusana adat ke pura sehingga busana adat ke pura tidak lagi berorientasi pada nilai dan filosofi tapi lebih mengarah pada *trend mode* berbusana. Dari fenomena tersebut perlu memilih suatu pendekatan sebagai upaya memberi solusi yang efektif untuk mengembalikan pemahaman kepada masyarakat Hindu khususnya kaum milenial agar kembali mengindahkan *pakem* berbusana adat ke pura yang tepat. Dalam hal ini penulis menggunakan pendekatan komunikasi massa.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder. Data primer meliputi data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber informasi seperti media cetak, berbagai literatur perpustakaan dan

informasi tokoh yang *concer* terhadap lokalitas (Sarwono, 2006).

Dalam usaha untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa teknik yang saling menunjang dan melengkapi yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini mempergunakan analisa kualitatif yang dilakukan secara bersamaan mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan serta transformasi dari data mentah yang ada dilapangan (baik berupa hasil tulisan maupun hasil wawancara). Penyajian data dimaksudkan untuk menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan memungkinkan terhadap penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2005).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Pakem dan Makna Busana Adat ke Pura*

Busana adat merupakan pakaian adat yang telah digunakan secara turun temurun sebagai suatu identitas dalam suatu kelompok masyarakat yang dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi kelompok masyarakat tersebut (Agung, 2004).

Begitu banyaknya busana atau pakaian adat yang ada di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai negara yang kaya akan ragam kebudayaan. Hal ini tentu menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Indonesia tanpa terkecuali bagi Masyarakat Hindu.

Masyarakat umat Hindu di Indonesia, khususnya yang berada di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat tentunya tidak dapat lepas atau melepaskan diri dari kebudayaan. Sebab bagi masyarakat Hindu di Kota Mataram, kebudayaan memiliki peran dan fungsi yang sentral serta mendasar sebagai landasan dalam tatanan kehidupan.

Salah satu kebudayaan yang tetap menjadi perhatian bagi masyarakat Hindu di Kota Mataram ialah busana atau pakaian adat ke pura. Busana adat ke pura dewasa ini harus diberikan perhatian lebih agar tidak terjadi pergeseran *pakem* atau aturan dalam berbusana dan tidak terjadi pergeseran bahkan melemah serta hilangnya makna filosofis simbol-simbol dalam busana atau pakaian adat ke pura.

Dasar konsep dari busana atau pakaian adat ke pura bagi masyarakat Hindu, khususnya di Kota Mataram telah disepakati dengan konsep *Tri Angga*. Tubuh manusia dibagi menjadi tiga bagian disebut dengan *Tri Angga* yang terdiri dari 1). *Dewa Angga* yaitu bagian dari leher hingga kepala, 2). *Manusa Angga* yaitu bagian dari atas pusar sampai leher, 3). *Bhuta Angga* yaitu bagian dari pusar sampai ke bawah (kaki).

Pada saat menggunakan pakaian adat ke pura harus memperhatikan konsep *Tri Angga* tersebut sebagai *pakem* atau aturan. *Utama Angga* atau *Dewa Angga* (bagian kepala) yaitu *udeng* untuk laki laki, rambut diikat dengan rapi untuk kaum wanita. *Madyama Angga* atau *Manusa Angge* (badan) baju kabaya warna putih atau kuning (tidak transparan dan ketat) untuk kaum wanita serta baju safari putih untuk untuk kaum laki-

laki. *Kanista Angga* atau *Bhuta Angga* (pinggang kebawah) *kamben* dan *sesenteng/selendang* dan alas kaki untuk kaum wanita dan *kamben, saput*, alas kaki untuk kaum laki-laki.

Selain itu etika kesopanan dalam berbusana adat ke pura tidak kalah penting harus menjadi perhatian bagi seluruh masyarakat Hindu di Kota Mataram, terutama bagi kaum milenialnya. Etika kesopanan berpakaian adat ke pura adalah yang rapi, bersih, sopan dan tidak menonjolkan bagian tubuh-tubuh tertentu, serta dandanan yang sederhana dalam artian tidak menggunakan hiasan berlebihan

B. *Dinamika dan Problematika Busana Adat ke Pura Era Globalisasi*

Gempuran globalisasi akibat perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi telah memberikan berbagai dampak, baik dampak positif maupun negatif terhadap berbagai lini kehidupan masyarakat Hindu di Kota Mataram, terutama bagi kaum milenial. Banyak dampak positif yang dapat dirasakan dari perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi dewasa ini namun tidak sedikit juga dampak negatif yang ikut timbul dari hal tersebut terutama pada bidang kebudayaan dan gaya hidup masyarakat.

Dampak negatif yang tampak terlihat secara nyata pada masyarakat Hindu di Kota Mataram terlebih pada kalangan kaum milenialnya yaitu pada gaya hidup berpakaian. Gaya berpakaian kaum milenial di Kota Mataram telah dipengaruhi oleh budaya luar yang datang akibat dari perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi ini, sehingga gaya berpakaian hanya mengutamakan *trend* dan *mode* kekinian tanpa memperhatikan etika kesopanan dalam berpakaian.

Jauh memprihatinkan lagi bahwa gaya berpakaian kaum milenial di Kota Mataram tidak hanya terletak pada gaya berpakaian sehari-hari yang mengikuti *trend* dan *mode*, namun gaya berpakaian ini telah merambat pada acara keagamaan, misalnya pada saat ke pura. Modifikasi busana adat ke pura dewasa ini menyebabkan terjadinya pergeseran bahkan melemahkan makna dan filosofis simbol dari busana adat ke pura tersebut, hal ini disebabkan modifikasi busana adat ke pura tidak memperhatikan *pakem* atau aturan yang telah ditetapkan, namun hanya berorientasikan pada kepuasan diri semata dan tentunya jauh dari etika kesopanan dalam berbusana.

Penggunaan busana adat ke pura yang menjadi sorotan dewasa ini ialah penggunaan kebaya bagi kaum wanita, akibat dari modifikasi yang tidak memperhatikan *pakem* atau aturan menyebabkan modifikasi kebaya menjadi lebih transparan, ketat dan terbuka sehingga memperlihatkan bentuk tubuh yang seharusnya dihindari dalam acara keagamaan di pura. Selain itu penggunaan aksesoris atau dandan secara berlebihan tentu hal ini sangat jauh dari *pakem* atau aturan dalam berbusana adat keagamaan. Demikian halnya bagi kaum laki-laki, penggunaan *udeng* yang tidak memiliki ujung ke atas, aksesoris berlebihan,

penggunaan *kamben* dan *samput* yang semua itu tidak sesuai dengan *pakem* yang telah ditentukan.

Dinamika dan problematika dalam berbusana adat ke pura bagi kaum milenial di Kota Mataram tentu disebabkan oleh berbagai faktor. Selain perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai faktor utamanya, ternyata faktor lainnya seperti kurangnya sosialisasi dari berbagai *stakeholder* terkait penguatan *pakem* atau aturan dalam berbusana, kurangnya perhatian dan pengawasan orang tua terhadap anak, ideologi pasar, serta pengaruh lingkungan.

C. Komunikasi Massa Sebagai Penguatan Pakem Berbusana Adat ke Pura Bagi Kaum Milenial di Era Globalisasi

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa globalisasi kini menjadi satu kata yang santer terdengar diseluruh dunia sejak awal abad ke-21. Perubahan yang terjadi secara menyeluruh, dirasakan secara kolektif dan mempengaruhi banyak orang (lintas wilayah, lintas negara dan lintas budaya) serta mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Globalisasi merupakan suatu fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak secara terus menerus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu (Surahman, 2013).

Globalisasi pada hakekatnya telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi perubahan pada segala lini kehidupan masyarakat diseluruh dunia, tanpa terkecuali masyarakat di Kota Mataram, khususnya pada masyarakat Hindu kaum milenialnya. Salah satu aspek kehidupan yang dipengaruhi oleh globalisasi ialah kebudayaan dalam hal berpakaian atau berbusana. Masyarakat Hindu di Kota Mataram sebelum terjadinya gempuran yang deras oleh globalisasi masih mampu mempertahankan *pakem* atau aturan-aturan dalam produk kebudayaannya terutama pada gaya berpakaian, baik berpakaian sehari-hari ataupun pada saat acara keagamaan di pura. Namun dewasa ini *pakem* tersebut telah bergeser dan semakin melemah.

Globalisasi telah menciptakan berbagai tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab, dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk kepentingan kehidupan. Dewasa ini media menjadi sangat penting, kian terbuka dan terjangkau. Masyarakat menerima berbagai informasi tentang peradaban baru yang datang dari seluruh penjuru dunia, Surahman, (2013).

Informasi yang diterima oleh masyarakat melalui media tanpa disadari akan merubah perilaku masyarakat tersebut. Hal ini sejalan dengan pandangan Berger dan Thomas Luckmann tentang teori kontruksi sosial media sebab substansi dari teori ini ialah terletak pada penyebaran informasi yang hadir secara langsung dan cepat dan dapat merata secara luas sehingga mempengaruhi perilaku individu.

Komunikasi massa dengan media massa sebagai saluran utamanya memiliki peran dan fungsi yang sangat sentral di era globalisasi ini. Hal ini dikarenakan media massa dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan

mempengaruhi khalayak dengan menjangkau yang luas. Oleh karenanya, hal ini menjadi tantangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan juga masyarakat dalam pemanfaatan media massa ini kearah yang memberikan dampak dan nilai positif bagi kehidupan.

Dalam hal ini, Penulis memandang bahwa pemanfaatan komunikasi massa dewasa ini menjadi salah satu solusi yang sangat efektif dalam memberikan penguatan terhadap masyarakat Hindu khususnya bagi kaum milenial di Kota Mataram tentang *pakem*/aturan dalam berbusana ke pura. Hal ini dikarenakan komunikasi massa disamping sebagai media dalam menjalankan fungsi utamanya memberikan informasi dan hiburan, juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, seperti sebagai media *Dharma Wacana* (ceramah keagamaan), *Dharma Tula* (diskusi keagamaan).

Media massa memiliki keunggulan tersendiri dalam penggunaannya sebagai media ceramah dan diskusi keagamaan (*Dharma Wacana* dan *Dharma Tula*) sebab dapat menjangkau semua umat Hindu secara luas dan efektif, berbeda halnya dengan metode ceramah keagamaan (*Dharma Wacana*) dan diskusi keagamaan (*Dharma Tula*) melalui komunikasi publik secara langsung tanpa memanfaatkan media massa tentu tidak dapat menjangkau umat Hindu lebih luas dan efektif.

Pemanfaatan komunikasi massa dengan berbagai varian medianya akan membantu para *stakeholder* (tokoh agama, tokoh masyarakat, bahkan pemerhati busana) dalam upaya penguatan *pakem* atau aturan berbusana adat ke pura bagi masyarakat umat Hindu terkhusus kaum milenial di Kota Mataram.

V. KESIMPULAN

Komunikasi massa dengan dengan media sebagai saluran utamanya di era globalisasi menjadikannya salah satu solusi yang paling efektif sebagai medium dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat umat Hindu di Kota Mataram, khususnya pada kalangan milenial terkait dengan penguatan *pakem* atau aturan di dalam berbusana adat ke pura. Hal ini dikarenakan media massa memiliki karakteristik yang dapat menyebarkan informasi secara cepat untuk mempengaruhi khalayak secara luas. Lebih jauh pemanfaatan media massa dalam penyebaran informasi terkait penguatan *pakem* atau aturan dalam berbusana adat ke pura bagi kaum milenial di Kota Mataram dapat mengembalikan eksistensi kebudayaan yang berorientasikan pada nilai filosofis dan etika kesopanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A.A. 2004. "*Busana Adat Bali*". Denpasar: Pustaka Bali Post.
- Ayu, K.T, dkk. 2021. "*Fenomena Berpakaian Adat Bali Kekinian di Kalangan Siswa SMAN 1 Sawan dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar SMA di Kels X*". Pendidikan Sosiologi. Universitas Pendidikan Ganesa E-Journal. Vol. 3 No. 1. Hal. 28-36.

- Cahyono, A.S. 2015. “*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tulungagung. Jurnal Publiciana Publiciana, Vol. 8. No. 1. Hal. 140-157. Nopember 201.
- Cangara, H.H. 2010. “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDOPERSADA.
- Ghifarie, Ibn. 2018. “*Merayakan Keragaman*”. Jakarta Selatan: Expose.
- Halik, A. 2013. “*Komunikasi Massa*”. UIN Alaudin Makassar. Makassar.
- Heriani & Wardana. 2008. “*Perkembangan Busana Adat ke Pura Masyarakat Hindu Bali dalam Era Globalisasi*”. Acarya Pustaka. Vol. 5. No. 1 Hal. 8-13.
- Immanuel, Gabriel dan Sri Tunggal Panindriya. (2020). “*Dampak Globalisasi Terhadap Gaya Berpakaian Generasi Z Bali*” Vol. 1 No. 2 Hal. 162-175. COMMENTATE Journal of Communication Management.
- Jayanti, I. N. 2008.” *Perempuan dalam Gaya Hidup. Kebaya dan Gaya Hidup Perempuan Bali. Kembang Ramapi Perempuan Bali*”. Pusat Studi Universitas Udayana. Denpasar
- Margono. 2003. “*Metode Penelitian Pendidikan*”. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Morisan. 2021. “*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*”. Jakarta: Kencana.
- Prabawa, M.S & Gunawarman. 2019. “*A Study of The Ideal Home Space Needs of Urban Millennials Families, Based on Life Cycle Space (Case Study of Housing in East Denpasar)*. Proceedings of the 2nd Warmadewa Research and Development Seminar.
- Putra. D.N.T.K, dkk. 2018.” *Perubahan Gaya Berbusana Adat ke Pura Bagi Remaja Hindu Bali di SMA Negeri 5 Mataram*”. Jurnal Ilmiah Sosiologi. Vol 1 No. 2 Hal. 1-10.
- Sarwono, J. 2006. “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”. Yogyakarta: Graha Ayu.
- Sugiyono. 2005. “*Memahami Penelitian Kualitatif*”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. “*Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*”. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, H. 2014. “*Sosiologi Komunikasi Massa*”. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surahman, S. 2013.” *Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni dan Budaya Indonesia*”. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Serang Raya. Banten. Jurnal Komunikasi Vol.2 No. 1 April 2013. Hal. 29-39
- Wahyono, Hari. 2005.” *Makna dan Fungsi Teori dalam Proses Berfikir Ilmiah dan dalam Proses Penelitian Bahasa*”. FKIP. Universitas Tidar Magelang. Vol. 23. No. 1. Hal. 203-2011
- Widana, I.G.K. 2011. “*Menyoroti Etika Umat Hindu ke Pura Berpenampilan Selebritis*” Denpasar: Pustaka Bali Post.