

PELINGGIH MOBIL DI PURA PALUANG NUSA PENIDA: PERSPEKTIF PERGULATAN IDENTITAS

I Putu Gede Suyoga

*Sekolah Tinggi Desain Bali
e-mail. pgsuyoga@gmail.com*

ABSTRACT

Car pelinggih form in the Paluang Temple Nusa Penida is an altar for worship a symbol of the God manifestation Ida Bhatara Ratu Gede Sakti Ngurah and Hyang Mami or Siwa Durga. The shape of the pelinggih are the VW Beetle and the Jimny Jeep. This is the identity of its existence, so it is viral on social media. This study reveals the socio-architectural phenomenon of this car pelinggih in the period determined by the Klungkung Kingdom era until in digital media era today. Revealing the process of meaning and actors who capture knowledge behind the car pelinggih identity to be used by cultural discourse. This research uses qualitative methods using descriptive analytics. Data collection with observation and documentation. Determination of informants is done by purposive sampling. Data analysis with poststructuralism approach, power genealogy methodology of Foucault's, and theory of discourse-power-knowledge relations also from Foucault. The end result, turned on by most of the local and outside communities of Bali, the knowledge hidden in these discourses has moved the community in each era, to reach each other's purposes, namely as identity contestation, and consumption of identity.

Keywords: car pelinggih form, identity, discourse, power

ABSTRAK

Pelinggih mobil adalah altar pemujaan sebagai simbol stana manifestasi Tuhan Ida Bhatara Ratu Gede Sakti Ngurah dan Hyang Mami atau Siwa Durga di Pura Paluang Nusa Penida. Bentuk pelinggihnya menyerupai mobil VW Kodok dan Jeep Jimny. Hal inilah yang menjadi identitas eksistensinya, sehingga viral di media sosial. Studi ini bertujuan mengungkap fenomena sosio-arsitektural pelinggih mobil tersebut dalam rentang era kuasa Dalem Klungkung sampai era kuasa media digital saat ini. Mengungkap proses pemaknaan dan juga aktor-aktor yang menangkap pengetahuan di balik identitas pelinggih mobil ini untuk menjadikannya kekuasaan melalui diskursus kultural. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitik. Pengumpulan data dengan observasi dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling. Analisis data dengan pendekatan pascastrukturalisme, metodologi genealogi kekuasaan Foucault, dan teori relasi wacana-kuasa-pengetahuan juga dari Foucault. Hasil akhirnya, dihadapan sebagian besar masyarakat lokal dan luar Bali, pengetahuan yang tersembunyi dalam wacana-wacana tersebut telah menggerakkan masyarakat di setiap jamannya, untuk mencapai tujuannya masing-masing, yakni sebagai kontestasi identitas, dan konsumsi identitas.

Kata Kunci: pelinggih mobil, identitas, wacana, kekuasaan

PENDAHULUAN

Pelinggih atau altar pemujaan berbentuk mobil ini terdapat di Pura Paluang, Dusun Karang Dawa, Desa Bunga Mekar, sisi sebelah Selatan pulau Nusa Penida, Kabupaten Klungkung. Pura Paluang letaknya di Karang Dawa, sehingga juga dikenal dengan nama Pura Karang Dawa, bahkan sekarang lebih dikenal dengan nama Pura Mobil karena adanya altar berbentuk mobil tersebut.

Tidak ada sejarah tertulis berupa lontar atau prasasti yang menyebutkan secara pasti akan keberadaan dua *pelinggih* mobil tersebut, namun ada mitos yang secara turun-temurun diyakini melatarbelakangi berdirinya Pura Paluang. Diceritakan warga Karang Dawa berkeinginan membuka lahan perkebunan baru di tempat Pura Paluang ini sekarang berada, pada saat proses pengerjaannya, terdapat seongkah batu karang yang perlu dipindahkan ke tempat lain. Setelah batu karang tersebut dipindahkan, anehnya esok harinya batu tersebut pindah kembali ke tempat semula, dan itu tidak terjadi hanya sekali saja, tetapi setiap kali dipindahkan batu tersebut kembali lagi ke tempat semula. Paristiwa keanehan tersebut kemudian dimohon petunjuk pada orang pintar, dan hasilnya mendapat petunjuk *niskala* 'gaib' untuk mendirikan bangunan suci di kawasan tersebut (Jro Mangku Suar, wawancara 2018).

Awalnya dibuat *pelinggih* sederhana berupa tumpukan batu, didirikan di atas bukit karang yang bersebelahan dengan tebing curam (menyerupai palung) sesuai petunjuk yang dimaksud, kemudian tempat tersebut diberi nama Pura Paluang. Masyarakat sangat meyakini *istadewata* 'manifestasi Tuhan' yang dipuja di Pura Paluang adalah Ida Bhatara Ratu Gede Sakti Ngurah dan Hyang Mami.

Berdasarkan petunjuk *sekala* 'nyata' dan *niskala* 'gaib', Ida Bhatara yang berstana di Pura Paluang memiliki kendaraan "kereta" beroda empat tanpa kuda yang menyerupai mobil. Pada periode awal sebelum ada *pelinggih* mobil, setiap *piodalan* di pura ini, sering ada umat yang kerasukan dan meminta agar dibuatkan bangunan suci berbentuk "kereta tanpa kuda/mobil", sehingga akhirnya dibangunlah kedua *pelinggih* tersebut. Pada awalnya hanya ada kedua *pelinggih* berbentuk mobil itu saja, kemudian setelah banyak orang bersembahyang, bisa dibangun *pelinggih-pelinggih* lainnya dan berkembang menjadi seperti saat ini (Jro Mangku Suar, wawancara 2018).

Rancangan arsitektural altar berbentuk mobil ini, tentu saja tidak menggunakan landasan panduan rancang bangun Arsitektur Tradisional Bali, sebagaimana yang lazim dilakukan pada masyarakat Hindu Bali. Umat Hindu dalam membangun arsitektur pemujaan didasarkan pada panduan rancang bangun tradisional. Panduan Arsitektur Tradisional Bali ini termuat dalam bentuk lontar di antaranya lontar *Asta Kosala Kosali*, *Dewa Tattwa*, *Kusumadewa*, *Ithi Prakerti*, *Padmabhuwana*, *Anda Bhuwana*, dan lain-lain. Landasan-landasan bangunan tradisional ini juga sangat terkait dengan ajaran etika dan moralitas kehinduan (Ida Pandita Dukuh Samiaga, wawancara 2018).

Panduan rancang bangun yang merupakan "diskursus kultural" ini, semakin diajapkan melalui mekanisme kebijakan penataan sosial keagamaan pada era kerajaan Klungkung, dan dianggap mencapai puncak keemasan kebudayaan Bali di bawah kepemimpinan Dalem Watuenggong (1460-1490 M) (Sidemen, dkk., 1983: 29).

Panduan rancang bangun sebagai diskursus kultural merupakan produksi dari relasi kekuasaan yang terjalin melalui formasi diskursif. Formasi diskursif atau gugus-gugus diskursif dinyatakan Michel Foucault sebagai unit konseptual paling elementer untuk mengidentifikasi adanya *episteme*. *Episteme* adalah istilah untuk menamai bagaimana pengetahuan di tiap zaman, membuat zaman tersebut mempunyai pengandaian-pengandaian tertentu, prinsip-prinsip tertentu, syarat kemungkinan tertentu, atau apriori-apriori tertentu (Suyono, 2002: 151).

Foucault menekankan proses penyebaran formasi diskursif sama dengan penyebaran wacana atau pengetahuan yang mendistribusikan apa yang dianggap penting dan tidak penting, dianggap benar dan tidak benar. Dalam artian, setiap zaman memiliki formasi dan gugus diskursifnya masing-masing yang disebarluaskan melalui wacana dan menandakan suatu rezim kebenaran.

Foucault memandang wacana tidak bisa dilepaskan dari kekuasaan. Wacana adalah sarana untuk suatu institusi memperoleh kekuasaannya melalui proses

definisi dan eksklusi (Storey, 2003: 133). Menurut Foucault, kekuasaan dikendalikan oleh wacana dan wacana selalu berakar dalam kekuasaan. Wacana adalah sebuah praktik sosial yang akan selalu membentuk relasi kekuasaan (Foucault, 1990 dalam Piliang dan Jaelani, 2018: 149).

Kekuasaan menurut Foucault, bukanlah seperti apa yang dikatakan Weberian, yakni kemampuan subjektif untuk mempengaruhi orang lain. Kekuasaan bukan pula seperti yang dikatakan kaum Marxis sebagai artefak material yang bisa dikuasai dan digunakan oleh kelas kapitalis untuk menindas dan mendominasi kelas lain.

Kekuasaan adalah label nominal bagi relasi strategis yang kompleks dalam masyarakat. Dalam relasi itu tentu saja ada yang di atas, ada yang di bawah, ada yang di pusat, ada yang di pinggir, ada yang di dalam dan di luar. Kekuasaan itu menyebar, terpecah hadir di mana-mana ibarat jaring yang menjerat. Barker dan Foucault melihat produktivitas kekuasaan ini membentuk kapiler yang terajut dalam serat-serat tatanan sosial, kekuasaan terdistribusi dalam relasi-relasi sosial (Barker, 2005: 108; Foucault, 2002: 175).

Wacana bisa meneguhkan sebuah rezim kebenaran, sekaligus meminggirkan rezim lain. Dalam proses peneguhan rezim kebenaran ini, Foucault menawarkan beberapa proses, yakni seleksi, limitasi, kontrol, dan eksklusi. Menurut Foucault, proses seleksi, limitasi, kontrol, dan eksklusi yang melestarikan rezim kebenaran terlaksana melalui dua tingkat, yakni internal dan eksternal. Secara internal melalui penyempitan makna dalam produksi dan reproduksi teks (wacana) dan secara eksternal pembentukan dan penyebaran diskursus melalui institusi (Suyono, 2002: 184).

Relevansi pemikiran Foucault dengan konteks *pelinggih* mobil sebagai sebuah diskursus kultural terletak pada relasi pengetahuan dan kekuasaan di Bali dalam memproduksi formasi-formasi diskursif untuk meneguhkan suatu rezim kebenaran. Pembentukan formasi atau gugus diskursif melalui wacana "identitas" ini, sangat mempengaruhi *episteme*, jangkauan penalaran, dan pengalaman orang Bali terhadap kebudayaannya.

Wacana kebudayaan yang melanggengkan sebuah rezim kebenaran di Bali ini dilestarikan melalui proses kontrol, seleksi, limitasi dan eksklusi. Melalui wacana identitas masyarakat Bali mengalami pendisiplinan dan kontrol sehingga harus patuh. Aktor intelektual organik dan juga media massa sangat berperan dalam penyebaran gugus diskursif identitas arsitektural ini. Selanjutnya terkait dengan tulisan ini, paling tidak terdapat dua kategori fenomena sosio-arsitektural dalam rentang era kuasa Dalam Klungkung sampai era kuasa media digital saat ini yang dapat diungkap, yakni karya arsitektur pura sebagai: kontestasi identitas, dan konsumsi identitas.

Kedua fenomena tersebut semakin menarik dikaji dengan pendekatan kritis Kajian Budaya, dengan tujuan mengungkap kuatnya relasi wacana-kuasa-pengetahuan yang melatarbelakangi altar berbentuk mobil tersebut. Sejumlah pernyataan tersebut dapat dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian, yakni: (1) Bagaimana kontestasi identitas Pura Paluang dengan *pelinggih* mobilnya, di antara sejumlah Pura di Nusa Penida? (2) Bagaimana masyarakat era milenial mengkonsumsi tanda berbentuk *pelinggih* mobil di Pura Palung Nusa Penida?

PEMBAHASAN

Pengertian *Pelinggih* 'Altar' Berbentuk Mobil

Frase tersebut terdiri dari kata *pelinggih* dan mobil. *Pertama*, kata *pelinggih* menurut Zoetmulder (1995: 602) dalam Kamus Jawa Kuna-Indoensia, berasal dari kata *linggih* yang artinya duduk, tempat duduk, tempat tinggal, tempat kediaman, jabatan, pangkat, pekerjaan. Kata *linggih* mendapat prefik *pa* menjadi *palinggih*

diartikan tempat duduk. Kata *palinggih* di Bali disebut *pelinggih* yang juga diartikan tempat duduk atau *stana* terkait kontek tempat suci pemujaan. *Pelinggih* secara arsitektural merupakan sebutan bangunan suci pemujaan (altar) umat Hindu Bali.

Keberadaan dan panduan membangun *pelinggih* dapat dilihat pada beberapa lontar seperti: *Asta Kosala Kosali* (Tim Penyusun, 2009), *lontar Dewa Tattwa*, *Kusuma Dewa*, *Ithi Prakerti* (Soebandi, 2000). Buku-buku Arsitektur Tradisional Bali yang menyinggung keberadaan *pelinggih*, seperti Buku Arsitektur Tradisional Bali (Gelebet, 2002), Arsitektur Bangunan Suci Hindu Berdasarkan *Asta Kosala-Kosali* (Dwijendra, 2008) dan yang lainnya.

Jenis dan bentuknya bermacam-macam, demikian juga fungsi dan penamaannya. Penempatan, arah hadap, dan jenis upacara yang dipersembahkan juga bervariasi. Bahan dan warna juga dirancang menyesuaikan kondisi gerografi atau potensi kelokalan. Demikian juga dengan ukuran, *pepalihan* 'bagian-bagian pembentuk', dan ornamen atau ragam hias yang boleh diterapkan dibedakan sesuai hirarkhi fungsinya. Ada *pelinggih* berbentuk *tugu*, *gedong*, *meru*, *prasada*, *padma*, *candi*, dan berbentuk *bale*. Ada yang sifatnya permanen berbahan kayu, batu, paras, bata, beton, dan ada yang sifatnya semi permanen atau bersifat temporer, biasanya dibuat dari papan, triplek, bambu dan sebagainya.

Kedua, kata mobil adalah kendaraan darat yang digerakkan oleh tenaga mesin, beroda empat atau lebih, biasanya menggunakan bahan bakar minyak (bensin atau solar) untuk menghidupkan mesinnya (Anonim, 2018). Mobil adalah salah satu alat yang membantu manusia dalam berpindah tempat (sarana transportasi). Adanya mobil, telah menjadikan kehidupan lebih mudah dan praktis dalam berpindah tempat, dibanding dengan berjalan kaki yang memakan waktu dan tenaga lebih banyak. Jenis mobil yang tersedia sangat bervariasi, mulai dari bentuk atau modelnya, fasilitas yang nyaman, efisien, dan praktis penggunaannya. Semakin berkembang zaman semakin banyak mobil yang ditawarkan oleh pabrikan kepada produsen dengan menyesuaikan kebutuhan masing-masing konsumen.

Jadi frase *pelinggih* mobil dalam tulisan ini, dimaksudkan sebagai karya arsitektur *parhyangan* 'tempat suci' berupa bangunan suci pemujaan umat Hindu Bali yang berbentuk menyerupai mobil 'kendaraan' atau alat transportasi darat, dengan ukuran lebih kecil dan bahan yang berbeda dengan mobil sesungguhnya. Dalam konteks lokasi penelitian ini di Pura Paluang, Karang Dawa, Nusa Penida, bentuknya menyerupai mobil VW Beetle (kodok) dan Jeep Jimny (Suzuki).



Gambar 1 Pelinggih Mobil di Pura Paluang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2018

Arsitektur sebagai Pergulatan Identitas

Masyarakat Hindu Bali telah menjadi masyarakat postmodern, namun hal-hal yang bersifat tradisional masih kental mewarnai kehidupan keseharian dan praktik kulturalnya. Perjalanan panjang praktik kultural masyarakat Bali ini masih dapat ditelusuri jejak-jejak identitasnya, salah satunya dari artefak berwujud karya arsitektur.

Menurut pandangan Giddens identitas diri terbangun oleh kemampuan untuk melanggengkan narasi tentang diri, sehingga membangun suatu perasaan terus menerus tentang adanya kontinuitas biografis (Barker, 2005). Pergulatan identitas merupakan hal menarik dikaji dengan pendekatan kajian budaya. Menurut Barker, inti kajian budaya bisa dipahami sebagai kajian tentang budaya sebagai praktik-praktik pemaknaan dari representasi (Barker, 2005: 10).

Pergulatan identitas dalam praktik kultural dalam studi ini, diangkat dari karya arsitektur *pelinggih* mobil yang ada di Pura Paluang, Karang Dawa, Bunga Mekar, Nusa Penida, Klungkung. Dua fenomena sosio-arsitektural dalam rentang era kuasa Dalem Klungkung sampai era kuasa media digital saat ini dapat diungkap, yakni karya arsitektur Pura Paluang sebagai: ontestasi identitas, dan konsumsi identitas.

Kontestasi Identitas

Pulau Nusa Penida menawarkan sejumlah tempat *tirtayatra* 'persembahyangan' yang menarik untuk dikunjungi. Jro Mangku Made Buda mencatat terdapat 16 pura besar yang tersebar di Nusa Gede atau Pulau Nusa Penida, juga ada 13 pura di Pulau Nusa Ceningan, dan tujuh buah pura di Nusa Lembongan (Buda, 2012: 37-38).

Sejumlah pura *kahyangan jagat* yang ada di Pulau Nusa Penida tersebut ditambah lagi sejumlah pura yang termasuk kategori pura teritorial (Kahyangan Tiga), pura geneologi (keturunan), pura *swagina* (profesi), pura *beji* (mata air), dan pura khusus di luar kategorial tersebut (misalnya terkait historis tempat), salah satunya adalah Pura Paluang.

Pura Paluang pada awalnya hanyalah pura kecil dengan dua *pelinggih* mobil yang berdiri dalam satu *mandala* saja. Pura ini tidak termasuk pura yang diperhitungkan dalam jajaran pura *kahyangan jagat* di Nusa Penida. Statusnya hanya pura keluarga. Baru setelah ramai orang berkunjung (masyarakat lokal Nusa, Bali daratan, dan orang luar Bali), dengan berbagai tujuan persembahyangan, seperti terkait proses memohon kesembuhan dari suatu penyakit, memohon "taksu balian" atau kharisma sebagai pengobat alternatif, keberhasilan usaha dagang, kesuksesan meraih jabatan politik, memohon keturunan, dan lainnya yang telah banyak berhasil. Potensi pura ini semakin terlihat dan semakin naik daun dalam kancah pura yang patut diperhitungkan di Nusa Penida. Desa berinisiatif melakukan penataan dengan perluasan halaman pura, dan penambahan sejumlah *pelinggih*. Selanjutnya dikelola oleh pengurus pura tersendiri di bawah Dusun/Lingkungan Karang Dawa, Desa Bunga Mekar. Statusnya menjadi Pura *Kahyangan Desa* dan *diempon* oleh sekitar 80 Kepala Keluarga (Jro Mangku Suar, wawancara 2018).

Di antara sekian banyak pura besar di Nusa Penida yang dikenal luas sampai di luar Pulau Nusa Penida, hanya beberapa saja, seperti Pura Penataran Dalem Ped, Pura Goa Giri Putri, Pura Puncak Mundi, Dalem Kerangkeng, dan Pura Batu Medawu. Kehadiran Pura Paluang dengan keunikan dua *pelinggih* mobilnya, sekitar satu dekade terakhir ini, ikut berkontestasi dalam maraknya perkembangan semangat *bertirtayatra* ke Nusa Penida. Eksistensi Pura Paluang dengan keunikan bentuk *pelinggih* mobil dan potensi spiritnya, pada era berikutnya menjadi destinasi spiritual yang unik.

Kontestasi Pura Paluang dengan *pelinggih* mobilnya di antara sejumlah Pura di Nusa Penida tidak terlepas dari diskursus kultural yang diartikulasi oleh kaum intelektual organik di internal Nusa Penida. Wacana kebudayaan menyangkut identitas unik yang disandang oleh kedua *pelinggih* mobil di Pura Paluang telah membentuk *episteme* baru yang mempengaruhi penalaran dan pengalaman yang bermuara pada sebuah rezim kebenaran baru.

Wacana selalu berakar pada kekuasaan dan kekuasaan dikendalikan oleh wacana. Wacana adalah sebuah praktik sosial akan selalu membentuk relasi kekuasaan (Foucault, 1990 dalam Piliang & Jaelani, 2018: 149). Pengetahuan di balik wacana telah menggerakkan masyarakat untuk patuh dan disiplin pada kuasa wacana.

Kuatnya relasi kuasa pengetahuan dalam mitos dikembangkan oleh para intelektual organik, yakni tokoh religius (*pemangku*) bersama tokoh adat dan dinas dusun Karang Dawa. Pengetahuan di balik mitos tersebut ditangkap dan dikembangkan sebagai kuasa melalui media bangunan suci berbentuk mobil. Kemudian relasi kuasa disiplin bekerja mendisiplinkan tubuh masyarakat Dusun Karang Dawa untuk patuh dan taat dalam praktik pemujaan di kedua bangunan suci tersebut dan bangunan-bangunan suci lainnya yang ada di Pura Paluang. Kuasa disiplin bahkan sudah meluas mendisiplinkan tubuh masyarakat di luar wilayah Dusun Karang Dawa. Pendisiplinan tubuh ini tidak saja sebagai bentuk pemenuhan hasrat dan ekspektasi, perekat relasi sosial, namun sudah menjadi ideologi.

Thompson (2003: 18) mengungkapkan, fungsi ideologi sebagai perekat relasi sosial yang merekat anggota masyarakat secara bersama-sama dengan menerapkan nilai-nilai dan norma-norma yang disepakati secara kolektif. Kekuatan dan relasi dominasi tercermin kekuatan kata dan wacana. Makna sosial-ideologi pun terkonstruksi dalam wacana, sehingga solidaritas bahkan soliditas terjaga, serta kesatuan langkah terpelihara pula berkat ideologi.

Pada sisi lain, Danesi menjelaskan bahwa bangunan dapat “dibaca” sebagai teks naratif dengan makna spesifik (Danesi, 2012: 265). Dengan demikian, secara arsitektural, desain *pelinggih* mobil dipengaruhi oleh merk pabrik mobil tertentu (VW dan Suzuki). Desain mobil (sebuah produk industri massal era Revolusi Industri 2.0), ditransformasi menjadi simbol keagamaan atau tanda religius. Desainnya ke luar dari pakem arsitektur tradisional Bali. Pakem arsitektur tradisional menetapkan ketentuan tertentu dalam membangun altar pemujaan (bentuk, bahan dan etika pembangunan) yang berkategori berstandar selera tinggi, bernilai luhur dan bersifat budaya tinggi. Dengan demikian, *pelinggih* mobil yang di luar nilai dan norma tradisi tersebut, termasuk kategori budaya populer.

Hal tersebut sesuai dengan pemikiran Piliang yang memahami agama di dalam budaya populer berkembang bersamaan dengan industrialisasi, produksi massa, dan media massa. Praktik agama ditampilkan, dijalankan, dipahami, dan dilakukan sebagai bagian tak terpisahkan dari proses industrialisasi, produksi massa dan media massa. Agama (simbol keagamaan) dihadirkan dan dijalankan sebagai pemenuhan hasrat massal (Piliang & Jaelani, 2018: 236-237).

Justru karena label pop-nya inilah Pura Paluang dengan dua *pelinggih* mobilnya mampu bersanding dalam kontestasi identitas sebagai pura yang “wajib” dikunjungi bila melakukan perjalanan spiritual ke Nusa Penida. Hal ini akan lebih di dalam dalam ulasan tentang konsumsi tanda/simbol keagamaan oleh masyarakat konsumen di era postmodern ini.

Konsumsi Identitas *Pelinggih* Berbentuk Mobil

Di bawah kejayaan era kapitalisme lanjut, *mode of production* kini telah digantikan oleh *mode of consumption*. Lebih-lebih di era Revolusi Industri 4.0 dengan mengungus kemajuan teknologi internet sebagai media percepatan, maka

informasi dan komunikasipun semakin terbuka dan transparan. Kemampuan sistem transparansi informasi telah menciptakan salinan dunia fisik realis secara virtual yang sangat kaya konten untuk dikonsumsi dan bahkan cenderung hiperrealitas.

Konsumsi dalam pemahaman kapitalisme, kemudian menjadikan seluruh aspek kehidupan tak lebih sebagai objek, yakni objek konsumsi yang berupa komoditi, termasuk bangunan suci (*pelinggih* mobil) di Pura Paluang. Melalui objek-objek atau komoditi-komoditi itulah seseorang dalam masyarakat konsumen menemukan makna dan eksistensi dirinya. Prosesi ritual di *pelinggih* mobil dan wujud arsitekturalnya, kemudian menjadi ajang *selfie* bagi wisatawan yang berkunjung, maupun masyarakat Hindu setelah melakukan persembahyangan untuk diunggah di media sosial. Hal inilah yang dapat dipahami sebagai konsumsi tanda dan simbol keagamaan dalam pemikiran Bertens.

Fenomena di atas dalam bahasa Piliang (2004: 231), disebut hiperrealitas ritual. Hiperrealitas ritual mereduksi ritual menjadi fenomena permukaan (*surface*), penampilan (*appearance*), dan tanda-tanda (*sign*), serta menjauhkan setiap orang pada maknanya yang dalam, pada hakekat, pada nilai-nilai spiritualnya. Ritual direduksi menjadi simbol-simbol yang digunakan sebagai sebuah ungkapan, identitas kepuasan dan ketakwaan. Penampilan diri sudah pernah berkunjung atau bersembahyang ke Pura Mobil di media sosial, dianggap sudah cukup untuk merepresentasikan makna dan nilai-nilai ritual.

Baudrillard berpendapat, ketika mengonsumsi objek, maka sesungguhnya sedang mengonsumsi tanda, dan saat itu pun sedang mendefinisikan diri sendiri (Ritzer, 2004: 137). Dengan demikian fungsi utama objek-objek konsumsi bukanlah pada kegunaan atau manfaatnya, melainkan lebih pada fungsi sebagai nilai-tanda atau nilai-simbol yang disebarluaskan melalui iklan-iklan gaya hidup berbagai media. *Pelinggih* atau bangunan suci (altar pemujaan) yang fungsi manifestasinya sebagai bangunan yang disucikan untuk menstankan aspek manifestasi Tuhan dan menjadi sarana pemujaan umat Hindu etnis Bali, atau yang pada awalnya didesaikan sebagai tanda dan simbolik keagamaan untuk menstankan kebesaran manifestasi Tuhan, oleh masyarakat konsumtif juga dikonsumsi sebagai tanda dan simbol eksistensi diri. Gaya hidup (*lifestyle*) "Aku bergaya maka aku ada" ungkap Chaney (1996: 7). Inilah satu fenomena kekinian eksistensi tempat suci di zaman Kali.

Pemikiran Baudrillard dalam *Consumer Society* (1970), mengembangkan lebih jauh gagasannya tentang kedudukan konsumsi dalam masyarakat konsumen. Menurutnya, konsumsi kini telah menjadi faktor fundamental dalam ekologi spesies manusia. Mekanisme sistem konsumsi pada dasarnya berangkat dari sistem nilai-tanda dan nilai-simbol, dan bukan karena kebutuhan atau hasrat mendapat kenikmatan. Dengan pernyataan ini Baudrillard sama sekali tidak bermaksud menafikan pentingnya kebutuhan. Ia hanya ingin mengatakan bahwa dalam masyarakat konsumen, konsumsi sebagai sistem pemaknaan tidak lagi diatur oleh faktor kebutuhan atau hasrat mendapat kenikmatan, namun oleh seperangkat hasrat untuk mendapat kehormatan, prestise, status dan identitas melalui sebuah mekanisme penandaan (Ritzer, 2004: 139).

Masyarakat konsumen yang berkembang saat ini adalah masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi, yakni kegunaan dan pelayanan bukanlah motif terakhir tindakan konsumsi, melainkan lebih kepada produksi dan manipulasi penanda-penanda sosial. Individu pun menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki dan tampilkan dalam interaksi sosial. Masyarakat konsumen memantapkan bahwa tanda adalah cerminan aktualisasi diri individu yang paling meyakinkan.

Baudrillard menawarkan prinsip nilai-tanda dan nilai-simbol sebagai kerangka membaca realitas dewasa ini yang ditekankan oleh konsumsi dan reproduksi.

Misalnya, sebuah mobil Jaguar, dinilai bukan karena manfaatnya sebagai alat transportasi atau harganya yang mahal, melainkan karena ia menjadi simbol gaya hidup (*lifestyle*), prestise (*symbolic-value*), kemewahan dan status sosial pemiliknya (*sign-value*).

Pelinggih berbentuk mobil secara semiotik adalah sebuah tanda atau simbol keagamaan yang sudah tentu memiliki nilai tanda dan nilai simbol. Tanda religius ini dibangun dari mitos yang diwacanakan oleh aktor-aktor intelektual tradisional di Desa Karang Dawa, Nusa Penida. Foucault menyatakan wacana adalah cara mengkonstruksi pengetahuan dan praktik sosialnya. Bagi Foucault wacana memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi pengetahuan dan kekuasaan. Wacana adalah sebuah praktik sosial yang akan selalu membentuk relasi kekuasaan (Foucault, 1990 dalam Piliang & Jaelani, 2018: 149).

Di era Revolusi Industri 4.0 yang mengusung internet dan digitalisasi, proses globalisasi informasi media semakin mempercepat dan memperluas konsumsi nilai tanda dan nilai simbol tersebut, tidak saja terbatas di lingkungan Nusa Penida, namun sudah meluas ke seluruh belahan dunia. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari peran aktor-aktor kapitalis yang menangkap pengetahuan di balik keberadaan kedua bangunan suci berbentuk mobil tersebut, untuk diwacanakan menjadi kuasa dalam ranah komersial.

Perkembangbiakan budaya komoditas, budaya pencitraan dan gaya hidup di dalam masyarakat konsumen atau masyarakat postmodern, telah menggiring maksud persembahyangan di Pura Paluang ke dalam jagat komoditas agama. Berbagai bentuk kemasan citraan dan gaya hidup, seperti: paket *tirtayatra*, paket liburan, paket wisata, kini menjadi bagian dari ritual pelancongan. Perjalanan spiritual telah digiring ke dalam perangkat budaya massa (*popular culture*), yang di dalamnya menurut Piliang & Jaelani (2018: 240) berbagai bentuk artifisialitas, permainan bebas bahasa, dan citra dikembangkan, sebagai cara dalam menciptakan imajinasi kolektif dan manipulasi pikiran massa.

Pelinggih mobil yang berstatus *Kahyangan Desa* tersebut, dikemas sebagai komoditi dalam paket *tirtayatra* 'perjalanan spiritual' di kawasan pulau Nusa Penida. Bentuk altar mobil menjadi komoditi yang unik dan menarik untuk di produksi sebagai paket tujuan wisata spiritual. Aktor-aktor kapitalis memanfaatkan media iklan manual maupun media digital untuk mendistribusikan informasi, dan mendulang konsumen untuk melakukan kunjungan religius atau sekedar melancong ke pura mobil tersebut.

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat Bali dan luar Bali yang melakukan persembahyangan ataupun sekedar berkunjung di pura ini, telah meningkatkan taraf kesejahteraan tidak saja para aktor kapitalis, namun juga keluarga pemilik pura, organisasi pengurus pura, dan masyarakat desa Bunga Mekar secara keseluruhan. Renovasi pada tahun 2013 dan ditambahkan 11 *peelinggih* baru berstil tradisional Bali di areal *jeroan* "*utama mandala*" pura ini, penataan halaman menjadi *tri mandala*, yakni *utama*, *madya* dan *nista mandala* atau *jeroan*, *jaba tengah*, dan *jaba sisi*, adalah fakta empiris demikian besarnya konsumsi simbol keagamaan tersebut.

Konteks tersebut bisa jadi juga tidak terlepas dari semangat gaya hidup (*life style*) masyarakat era postmodern saat ini, yang setiap orang ingin ditontong dan mononton. Era Revolusi Industri 4.0 sangat mendukung hal ini dengan kecanggihan kamera video *smartphone* dan kekuatan jangkauan koneksi jaringan internet telepon seluler yang semakin luas. Hal ini sesuai dengan pandangan Chaney (2006), bahwa *lifestyle* merupakan proyek refleksif dan penggunaan fasilitas konsumen secara sangat kreatif. Hasil akhirnya konsumsi tanda dan simbol keagamaan, khususnya *peelinggih* mobil di Pura Paluang semakin intensif dan masif untuk memenuhi hasrat untuk mendapat kehormatan, prestise, status, dan identitas melalui sebuah mekanisme penandaan.

KESIMPULAN

Pelinggih mobil di Pura Paluang, Dusun Karang Dawa, Desa Bunga Mekar, Nusa Penida merupakan simbol keagamaan Hindu untuk menstanakan manifestasi Tuhan yang bergelar *Ida Bhatara Ratu Gede Ngurah* dan *Hyang Mami* (sebutan dalam terminologi teologi lokal) atau Siwa Durga dalam terminologi teologi Hindu.

Keunikan desain arsitektur *peinggih* mobil ini yang “lepas” dari pakem tradisi Bali daratan, menjadi eksistensi arsitektural yang berbeda dengan sejumlah pura besar di Nusa Penida. Hal inilah yang kemudian menjadi potensi yang diperhitungkan dalam kontestasi identitas dengan sejumlah *Pura Kahyangan Jagat* besar yang ada di Nusa Penida, di samping berbagai anugerah kesuksesan hidup yang telah dirasakan masyarakat yang meyakini.

Selanjutnya di era milenial, globalisasi informasi dimanfaatkan oleh aktor-aktor kapitalis yang menangkap pengetahuan di balik keberadaan kedua bangunan suci berbentuk mobil tersebut untuk diwacanakan menjadi kuasa dalam ranah komersial. Kuasa wacana-pengetahuan-kebenaran ini tumbuh subur dalam semangat *lifestyle* praktik keberagamaan masyarakat Nusa Penida atau masyarakat Bali secara umum dan juga wisatawan. Hal ini kemudian memicu konsumsi tanda/symbol religius, untuk memenuhi hasrat mendapat kehormatan, prestise, status, dan identitas melalui sebuah mekanisme penandaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2018. “Mobil”. *Wikipedia online*, (akses tanggal 14 Mei 2018). Tersedia dalam URL: <http://id.wikipedia.org/wiki/mobil>.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik* (Terj. Tim Kunci Cultural Studies Centre). Yogyakarta: PT. Benteng Pustaka.
- Buda, Jero Mangku Made. 2012. *Tirta Yatra ke Nusa Penida. Perjalanan Suci Mencari Tirta Kawitan*. Surabaya: Paramita.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles. Sebuah Pengantar Komprehensif* (Terj. Nuraeni). Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, Marcel. 2012. *Pesan, Tanda, dan Makna. Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dwijendra, Ngakan Ketut Acwin. 2008. *Arsitektur Bangunan Suci Hindu Berdasarkan Asta Kosala-Kosali*. Denpasar: CV. Bali Media Adhikarsa dan Udayana University Press.
- Foucault, Michel. 2002. *Power/Knowledge, Wacana Kuasa/Pengetahuan* (Terj. Yudi Santosa). Yogyakarta: Benteng Budaya.
- Gelebet, I Nyoman. 2002. *Arsitektur Tradisional Daerah Bali*. Denpasar: Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata. Deputi Bidang Pelestarian dan Pengembangan Budaya. Bagian Proyek Pengkajian dan Pemanfaatan Sejarah dan Tradisi Bali.
- O’dea, Thomas F. 1985. *Sosiologi Agama*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Piliang, Yasraf Amir dan Jejen Jaelani. 2018. *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Aurora.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dan Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ritzer, George. 2004. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sidemen, Ida Bagus, dkk., 1983. *Sejarah Klungkung: dari Smarapura sampai Puputan*. Klungkung: Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Klungkung.
- Soebandi, Jro Mangku Gede Ketut. 2000. *Ithi Prakerti*. Denpasar: Pustaka Manikgeni.
- Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam.
- Suyono, Seno Joko. 2002. *Tubuh yang Rasis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sztompka, Piotr. 2004. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Terjem. Alimandan. Jakarta: Prenada.

- Thompson, John B. 2003. *Kritik Ideologi Global* (Terjem. Haqqul Yagin). Yogyakarta: IPCiSoD.
- Tim Penyusun, 2009. *Asta Kosala Kosali, Asta Bhumi*. Denpasar: Dinas Kebudayaan Pemerintah Provinsi Bali.
- Zoetmulder, P.J. Kamus Jawa Kuna-Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.