

DIFUSI INOVASI ORGANISASI NON PROFIT DALAM TRANSFORMASI BUDAYA NGABEN DI BALI

Desy Erika

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang
Email : desyerika.kom@gmail.com

Abstract

This research aims to find out how the strategy of communication is conducted by Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi on the cultural transformation of cremation culture in Bali. Method which was used is case study with data collecting technique thru thorough interviews, observation and documentation study. Based on the result could be drawn a conclusion that the strategy of communication which is being conducted by organization of Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi in the process of crematorium diffusion of innovation was the first of cremation crematorium in Bali which had been successfully influenced to Bali's community to accept and using this innovation and this has resulted in changing or transformation of the implementation of Ngaben ritual in Bali. Key words: Crematorium, Ngaben, Communication Strategy, Diffusion of innovation, Cultural transformation

Keywords :

Crematorium, Ngaben, Communication Strategy, Diffusion of innovation, Cultural transformation.

PENDAHULUAN

Bali adalah salah satu pulau yang kaya akan budaya, tidak dapat dipungkiri akibat efek pariwisata telah terjadi beberapa perubahan struktural dalam masyarakat Bali, tetapi hal –hal yang mendasar sebagai esensi kebudayaan Bali masih tetap kuat tumbuh, berakar dan berkembang dengan subur (Pitana dkk, 1994:6). Salah satunya adalah upacara kremasi jenazah yang dikenal dengan ngaben.

Budaya ngaben selama ini memunculkan daya tarik bagi masyarakat maupun wisatawan, namun dibalik keunikannya upacara ngaben sendiri dianggap sebagai upacara keagamaan yang paling berat bagi umat Hindu di Bali. Dikatakan berat karena di dalam pelaksanaannya dibutuhkan sarana dan prasarana yang sulit, waktu dan tenaga yang banyak serta dana yang tidak sedikit. Bahkan pada beberapa kasus ritual upacara

ngaben menimbulkan berbagai konflik pada masyarakat Bali.

Hakikatnya ngaben terikat erat oleh budaya kolektif, di mana umat Hindu di Bali pada saat menguburkan jenazah ataupun melakukan upacara ngaben harus menggunakan kuburan di tempat asalnya serta turut melibatkan banjar atau desa adat setempat (semacam rukun warga) (Puspa, 2014). Hal ini menimbulkan berbagai masalah pelik, terutama bagi masyarakat urban yang menetap diluar pulau Bali sehingga tidak memungkinkan terikat oleh satu desa adat dan dengan eksis mengikuti segala kegiatan dan aturan yang dibuat. Maka ketika meninggal dan ingin melaksanakan upacara ngaben diperlukan berbagai prosedur supaya jenazah bisa di abenkan (Kebayantini, 2013).

Untuk merespon hal tersebut, para pemangku kepentingan di Bali meliputi pemerintah, ahli budayawan, agama dan akademisi, membuat sebuah inovasi dengan mendirikan pusat krematorium sebagai alternatif upacara ngaben di Bali.

Krematorium ini diprakarsai oleh organisasi *non profit* Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi (MGPSSR). Krematorium ini diberi nama Santha Yana yang berarti “jalan damai” menawarkan pelaksanaan ritual upacara ngaben yang lebih praktis dan efisien dengan waktu, tenaga, dan biaya yang lebih mudah dan murah dibandingkan

upacara ngaben pada umumnya, tanpa mengurangi substansi upacara ngaben sendiri. Krematorium ini terbuka untuk digunakan oleh umum termasuk warga Hindu perantauan dan warga dari garis keturunan dan agama lain (Dalam Suara Pasek, edisi Januari 2009, p. 3).

Tidak mudah bagi organisasi ini untuk mengkomunikasikan ide – ide baru atau inovasi dalam ritual upacara ngaben kepada masyarakat Bali yang telah memiliki persepsi dan kepercayaan mengenai budaya ngaben yang berlangsung selama ini. Dibutuhkan sebuah strategi komunikasi sehingga masyarakat dapat menerima ide dan jasa yang ditawarkan oleh organisasi ini.

Pelaksanaan ngaben melalui krematorium merupakan sebuah inovasi bagi masyarakat Bali, dimana terdapat perbedaan yang mendasar dengan upacara ngaben yang dilakukan oleh masyarakat selama ini melalui desa adat secara kolektif.

Penelitian mengenai strategi komunikasi dan transformasi budaya penting dan relevan dilakukan di mana dalam konteks ini strategi komunikasi berfokus pada rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide – ide baru (Roger, 1976). Bukti empiris menunjukkan peran strategi komunikasi yaitu difusi inovasi dalam transformasi

budaya terdapat dalam buku yang berjudul “*Communication of Innovation A Cross-Cultural Approach*” (Rogers, 1971)

Berdasarkan permasalahan yang ada serta asumsi dasar dalam teori difusi inovasi, maka dalam penelitian ini akan diteliti mengenai strategi komunikasi organisasi *non profit* MGPSSR dalam proses difusi inovasi krematorium Santha Yana sehingga menimbulkan sebuah konsekuensi yaitu transformasi budaya pada pelaksanaan upacara ngaben di Bali.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Riset studi kasus dalam penelitian ini bersifat intrinsik (*intrinsic case study*). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sosial. West dan Tuner (2008) menyatakan bahwa melalui paradigma konstruktivisme para individu secara berkala menciptakan struktur sosial melalui aksi dan interaksi mereka. Melalui paradigma ini akan dianalisis mengenai strategi komunikasi organisasi *non profit* dalam proses difusi upacara ngaben sehingga terjadinya transformasi budaya ngaben di bali.

Penelitian ini dilakukan pada organisasi *non profit* Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi pada krematorium Santha Yana yaitu di Jl. Cekomaria 777 Peguyangan Kangin, Denpasar Bali. Dalam penelitian ini

menggunakan tiga cara untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yaitu wawancara mendalam, observasi nonpartisipan dan studi dokumen. Wawancara dilakukan kepada para informan yang memiliki kredibilitas dalam menjawab masalah penelitian ini.

Selama analisis ini, seluruh data baik melalui wawancara, observasi dan studi dokumen mengenai strategi komunikasi organisasi *non profit* krematorium Santha Yana MGPSSR dalam melakukan transformasi budaya ngaben di Bali di baca secara keseluruhan, lalu di analisis kembali secara detail dan *di-coding* secara terus menerus.

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena komunikasi dalam konteks strategi komunikasi pada organisasi *non profit* sehingga menyebabkan sebuah perubahan sosial dan budaya masyarakat. Dimana dalam kasus ini organisasi *non profit* Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi (MGPSSR) melalui krematorium Santha Yana yang *notabene* merupakan krematorium ngaben pertama di Bali, melalui strategi komunikasi menawarkan sebuah inovasi atau ide baru dalam pelaksanaan ritual upacara ngaben. Hal tersebut menimbulkan sebuah polemik ditengah masyarakat mengenai adanya isu transformasi budaya ngaben di Bali.

Penelitian ini dilakukan di Bali, selama ini Bali selalu menjadi objek penelitian yang menarik bagi para peneliti dari berbagai penjuru dunia terutama pada bidang ilmu - ilmu sosial. Berbagai literatur menarik tentang Bali khususnya pada budaya ngaben telah diterbitkan oleh penulis – penulis terkenal seperti Clifford Geertz (1980) *NEGARA The Theatre State In Nineteenth – Century Bali*, Adrian Vickers (1996) *Being Modern in Bali (Image and Change)*. Fokus tulisan tersebut melihat Bali dengan perspektif antropologi atau kajian budaya.

Penelitian ini mencoba memahami transformasi budaya ngaben di Bali melalui perspektif komunikasi, seperti yang dinyatakan Gordon C.Whiting (dikutip oleh Rogers 1976) bahwa komunikasi mempunyai peran dalam mengubah atau mencegah terjadinya perubahan dalam budaya dan struktur social.

Penelitian mengenai strategi komunikasi khususnya pada organisasi *non profit* telah banyak dilakukan, kecenderungan penelitian – penelitian ini pada level bagaimana strategi komunikasi organisasi *non profit* memberikan kontribusi pada kesuksesan program kampanye tertentu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2010) tentang strategi *public relations* dalam revitalisasi program KB dan penelitian Irfan (2014) mengenai

proses komunikasi pemasaran rumah zakat melalui media spanduk. Penelitian – penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai aktivitas strategi komunikasi organisasi *non profit* untuk menarik dan mempengaruhi target audies dalam program kampanye organisasi.

Sayangnya penelitian mengenai strategi komunikasi dan kaitannya dengan budaya masih sangat minim, itu pun kecenderungan utamanya pada media bukan pada strategi organisasi *non profit*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fiske dan Dawson (dikutip oleh West dan Tuner 2008;69) tentang *audience* yang tertindas dan intepretasi kekerasan melalui film mengenai kebudayaan kekuasaan dan pihak subordinat.

Selain itu kebanyakan dari hasil penelitian studi kajian budaya yang menempatkan komunikasi sebagai indikator pendukung dalam perubahan (transformasi) budaya. Seperti penelitian Geriya (2008) dengan judul Transformasi Kebudayaan Bali. Penelitian Kebayantini (2013) dengan judul Komodifikasi Upacara Ngaben dan penelitian Puspa (2014) yang berjudul Bali dalam Perubahan Ritual. Penelitian – penelitian ini memiliki kecenderungan utama menggambarkan strategi komunikasi sebagai indikator didalam menyampaikan informasi kepada target audiens untuk menggunakan jasa baru dalam upacara

ngaben sehingga menghasilkan perubahan budaya dalam masyarakat Bali.

Dewasa ini strategi komunikasi pada organisasi *non profit* merupakan faktor esensial bagi kesuksesan organisasi. Kotler dan Andreasen (1995) menyatakan bahwa komunikasi bukanlah sesuatu hal yang dapat diabaikan oleh organisasi *non profit* karena mempengaruhi perilaku merupakan suatu bentuk komunikasi. Setiap organisasi semestinya membuat suatu program komunikasi yang dapat berpengaruh efektif dan efisien dari segi biaya. Organisasi *non profit* harus tahu cara mengkomunikasikan dirinya pada kelompok yang bervariasi agar mendapatkan dukungan dan hubungan yang baik (Kotler dan Andreasen, 1995).

Menurut Miles dan Snow (dikutip oleh Brown dan Iverson 2004) pelaksanaan strategi organisasi *non profit* sangat tergantung pada struktur dan proses organisasi. Sejalan dengan itu Kotler dan Andreasen (1995) menyatakan bahwa institusi yang berbeda menghasilkan cara komunikasi yang berbeda untuk mencapai tujuannya. Hal ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi tersebut melihat perubahan lingkungannya seperti ekonomi, bisnis, politik, sosial dan budaya (Argenti, 2009).

Organisasi Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi (MGPSSR) melalui krematorium Santha Yana menawarkan sebuah inovasi

baru dalam melaksanakan upacara pengabean. Penciptaan sebuah inovasi bukan tanpa resiko dan hambatan, struktur sosial yang ada sering menghambat penyebaran innovasi tersebut (Rogers, 1971). Dalam penelitian ini fokus utamanya adalah memahami bagaimana ide baru mengenai pelaksanaan ritual upacara ngaben yang ditawarkan oleh krematorium Santha Yana MGPSSR disebarluaskan melalui sumbernya kepada penerima dan strategi atau faktor – faktor apa yang mempengaruhi setiap penerimaan innovasi itu.

Berbagai *study* mengenai penyebaran inovasi sudah banyak dilakukan. Pada kajian ilmu komunikasi, model teori Difusi Inovasi yang dirumuskan oleh Everett M. Rogers dalam bukunya *Communication of innovations A Cross-Cultural Approach* (1971) bahkan sudah banyak mengalami perkembangan. Awalnya kehadirannya teori difusi inovasi terutama pada negara berkembang seperti di Asia banyak dipergunakan pada penelitian – penelitian dalam penyuluhan pertanian, kesehatan dan keluarga berencana (Rogers, 1971). Pada era teknologi seperti sekarang ini pendekatan difusi inovasi mengarah pada penelitian – penelitian mengenai penggunaan teknologi komunikasi, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ilie, dkk (2005) dengan judul *Gender Differences in*

perception and use of communication technologies: A Diffusion of Innovation Approach. Sejalan dengan itu menurut Hausten (dikutip oleh Rogers 1976) permasalahan teoritis yang paling serius adalah timbul asumsi bahwa komunikasi memainkan peran independen dalam mempengaruhi perubahan dan tingkah laku sosial tanpa pengujian yang memadai terhadap asumsi tersebut di negara – negara berkembang.

Fokus dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam perubahan atau transformasi budaya. Komunikasi adalah elemen yang penting dalam seluruh proses perubahan sosial dan budaya (Rogers, 1971). Inovasi sendiri menurut Rogers (1971) adalah suatu ide, praktek atau objek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh individu. Inovasi ini dapat berupa ide, pengetahuan, kepercayaan ideologis bahkan gerakan sosial. Proses komunikasi (difusi) lebih menekankan pada proses meluasnya inovasi kepada anggota – anggota suatu sistem sosial. Studi difusi ini berhubungan dengan pesan – pesan yang merupakan ide – ide baru, sedangkan studi komunikasi mencakup seluruh tipe pesan itu.

TEMUAN DAN DISKUSI

Berbagai permasalahan komunikasi yang timbul terkait adanya krematorium Santha Yana tidak timbul begitu saja.

Sebelumnya ada proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi MGPSSR kepada seluruh *stakeholders*. Difusi disini mengacu pada proses ketika gagasan dan praktek baru disebarluaskan kepada anggota sistem sosial (Cutlip dkk, 2006). Strategi komunikasi yang dilakukan organisasi MGPSSR dalam proses difusi krematorium Santha Yana tidak diprogram secara eksplisit seperti strategi komunikasi organisasi *profit* pada umumnya. Namun dilakukan secara mendadak sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada.

Sejalan dengan itu Stoner, dkk (dikutip oleh Tjiptono 2008) menyatakan bahwa strategi tidak semata – mata sebuah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dalam mengimplementasikan misinya. Strategi juga dapat berupa pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Tahapan proses strategi komunikasi krematorium Santha Yana diawali dalam forum rapat pengurus pusat. Pada tahun 2005 seorang pengurus pusat MGPSSR yaitu Profesor I Gde Pitana Brahmananda yang ketika itu menjabat sebagai Ketua I (Organisasi dan Hubungan Eksternal) mencetuskan ide pembuatan krematorium pengabeanan. Ide mendirikan krematorium ini disampaikan berbarengan dengan ide mendirikan yayasan Santha Yana Dharma.

Ketika itu yang hadir adalah seluruh pengurus pusat yang terdiri dari ketua umum, ketua I sampai VII, Sekretaris umum dan bendahara umum.

Awal dikemukakan, tidak semua pengurus setuju dengan ide ini, namun beberapa pengurus yang setuju tetap mengadakan berbagai rapat dan diskusi untuk mempersiapkan dan merealisasikan ide pembangunan krematorium Santha Yana. Rapat pada organisasi *non profit* berbeda dengan organisasi *profit* pada umumnya. Bagi organisasi *non profit* seperti MGPSSR struktur organisasi tidak dipahami sebagai pembagian hierarki berdasarkan jabatan dan kekuasaan. Setiap pengurus memiliki hak yang sama terutama dalam menyampaikan pendapatannya. Komunikasi seperti ini esensial bagi kordinasi yang efektif dan memperlancar kerja sama yang lebih baik diantara kelompok (Moore,1987). Namun persaingan dalam sumber daya dapat mengganggu komunikasi tersebut, terutama dalam mencapai keputusan (Pace and Faules,2010).

Rapat pengurus pusat pada organisasi MGPSSR tidak dilakukan secara rutin karena kesibukan masing – masing anggotanya. Rapat baru diadakan ketika timbul masalah yang mendesak atau menjelang pelaksanaan kegiatan tertentu. Karena bersifat sosial, organisasi MGPSSR

tidak dapat memaksakan anggotanya secara ketat untuk ikut berpartisipasi secara rutin dengan aturan dan kegiatan yang dibuat oleh organisasi. Dibutuhkan kesadaran sendiri dari para anggota untuk memajukan organisasi.

Kurangnya waktu yang memadai dalam melakukan rapat mengakibatkan organisasi lambat dalam mencapai tujuannya (Kotler dan Andreasen 1995). Padahal di era teknologi komunikasi seperti sekarang ini melakukan komunikasi dan koordinasi dengan pengurus MGPSSR pada masing – masing lembaga dan tingkatan diseluruh Bali bahkan Indonesia bukanlah hal yang sulit seperti awal berdirinya organisasi ini pada tahun 1969.

Untuk mempercepat kordinasi diantara pengurus dalam pembangunan krematorium Santha Yana dilakukan melalui teknologi komunikasi yang ada, seperti grup *Blackberry Messenger*, *WhatsApp Messenger*, *Facebook* bahkan organisasi MGPSSR memiliki *software SMS* dimana melalui jaringan internet dengan menggunakan *database NO*

Handpone seluruh anggota yang jumlahnya ribuan pesan dapat dikirim secara bersamaan. Melalui penggunaan media internet organisasi dapat memperlancar penanggulangan hambatan – hambatan komunikasi karena batasan ruang dan

waktu bahkan dapat menerobos hierarki tradisional (Pace dan Faules,2010).

Namun ada saatnya dipergunakan media undangan atau surat resmi dari pengurus pusat kepada ketua masing – masing pengurus kabupaten atau provinsi dan sebaliknya. Ataupun mengundang tokoh – tokoh penting seperti Pejabat Pemerintah, para *Sulinggih* (Pemuka Agama Hindu) dan tokoh masyarakat. Sejalan dengan itu Cutlip,dkk (2006) menyatakan bahwa surat tetap menjadi media yang penting di zaman perkembangan teknologi saat ini karena surat bersifat lebih individual dan mengesankan dengan keakuratan informasi yang lebih pasti.

Setelah hampir 2 tahun dicetuskan dan dibahas berkali – kali dalam rapat pengurus pusat, ide krematorium kembali dibahas secara resmi pada saat ulang tahun MGPSSR bulan april 2007. Ketika itu hadir tokoh masyarakat dari berbagai kalangan termasuk tokoh dari klan (garis keturunan lain) seperti warga pande, Bhujingga, Tirta Arum dan lain – lain serta Ketua PHDI Provinsi Bali. Ketika itu profesor Wita selaku Ketua Umum MGPSSR menyampaikan isu mengenai berbagai permasalahan ngaben yang terjadi selama ini dan latar belakang serta visi – misi MGPSSR mendidirikan pusat krematorium di Bali. Ia menegaskan bahwa krematorium

ini bukan hanya diperuntukkan bagi warga pasek saja namun seluruh masyarakat Hindu bahkan agama lain. Selain itu krematorium ini sifatnya hanya sebagai pilihan alternatif bagi mereka yang memiliki permasalahan dalam melakukan upacara ngaben jadi tidak akan mengancam budaya kolektif dan mengantikan desa adat. Melalui forum ini organisasi MGPSSR mendapat dukungan dari tokoh – tokoh masyarakat untuk segera merealisasikan ide pembangunan krematorium Santha Yana.

Setelah mendapat dukungan dari tokoh masyarakat, adat dan agama, Pada tanggal 2 Desember 2007 ide pembangunan krematorium kembali dilontarkan saat pelaksanaan *Pasamuan Agung* MGPSSR di sekretariat MGPSSR pusat yang dihadiri oleh Wali Kota Denpasar, Drs. A.A. Puspoyaga. Wali kota menyambut positif dan memberi dukungan terhadap gagasan ini. Seluruh perencanaan seperti gambar bangunan dan Rencana Anggaran Biaya sudah dipersiapkan dan pembangunan krematorium masuk pada Program Kerja MGPSSR periode 2009- 2014. Disini organisasi mencari dukungan politis melalui pemerintah dan komunitas untuk mempermudah perizinan dan legitimasi dengan cara melobi. Cutlip, dkk (2006) menyatakan bahwa lobi digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan

dengan pemerintah dan komunitas lokal, terutama dengan tujuan mempengaruhi legislasi dan regulasi

Program Kerja terkait pembangunan krematorium Santha Yana ini di informasikan kembali pada forum *Mahasabha* yang diadakan setiap lima tahun sekali. Pelaksanaan *Mahasabha* MGPSSR biasanya dilaksanakan secara meriah dengan dihadiri oleh seluruh pengurus pusat hingga desa, tokoh masyarakat, agama dan pemerintah. Dalam forum *Mahasabha* ini akan menetapkan ketua umum dan pengurus pusat untuk periode berikutnya selain itu rencana dan laporan implementasi krematorium Santha Yana di rumuskaan dalam laporan *Mahasabha VIII* (2009) dan *IX* (2014).

Melalui proses tersebut maka seluruh pengurus pusat dan ketua pengurus di tingkat provinsi hingga kecamatan serta para pemangku kepentingan mengetahui lebih dulu mengenai pembangunan krematorium Santha Yana. Setelah itu masing – masing ketua pengurus akan mensosialisasikan program kerja mengenai pembangunan krematorium Santha Yana kepada anggotanya masing- masing dari tingkat provinsi hingga desa secara berurutan. Pace dan Faules (2010) menyatakan bila pesan disebarluaskan secara berurutan seperti organisasi MGPSSR, penyebarluasan informasi berlangsung dalam

waktu yang tidak beraturan dan individu cenderung menyadari adanya informasi pada waktu yang berlainan. Hal ini sering menimbulkan masalah dalam kordinasi dan sulit digunakan dalam membuat keputusan.

Untuk mengatasi hal tersebut setiap tahun diadakan forum Pesamuan Agung merupakan forum tertinggi setelah *Mahasabha*. Pada forum ini akan mengevaluasi pelaksanaan program kerja organisasi selama satu tahun termasuk pembangunan dan implementasi krematorium Santha Yana.

Setelah kurang lebih tiga tahun melalui proses sosialisasi dan pembangunan. Pada tanggal 7 Desember 2008 krematorium Santha Yana diresmikan oleh Wali Kota Denpasar Ida Bagus Rai Mantra. Tiga hari kemudian Hari Rabu tanggal 10 Desember 2008, untuk pertama kalinya krematorium Santha Yana dipergunakan melangsungkan upacara pengabean atas jenazah Men Mayun yang berasal dari Kabupaten Tabanan. Krematorium Santha Yana menjadi pilihan karena krematorium ini milik orang Hindu yang sudah tentu dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Roger (1971) menyatakan bahwa faktor penting yang mempengaruhi kecepatan penerimaan inovasi ialah kesesuaian terhadap kepercayaan – kepercayaan kultural suatu

sistem sosial masyarakat. Luh Mayun mendapatkan informasi mengenai krematorium Santha Yana dari seorang sahabatnya yang merupakan warga pasek dan media massa koran.

Menurut Rogers (1971) Strategi komunikasi dalam penyebaran inovasi (difusi) harus mempertimbangkan dua hal yaitu, pertama tujuan atau tindakan komunikasi dan kedua kepada siapa inovasi itu di kirim. Setelah krematorium Santha Yana beroperasi, tujuan komunikasi yang pertama adalah menyebar luaskan informasi ini kepada semua pengurus MGPSSR di seluruh Indonesia, warga pasek serta masyarakat yang membutuhkan jasa krematorium, seperti masyarakat urban yang memiliki kendala dalam melakukan upacara ngaben.

Strategi komunikasi dalam proses difusi untuk menjangkau target pasar dilakukan melalui lima cara yaitu pertama, secara interpersonal melalui rapat pengurus MGPSSR dari pusat, provinsi hingga kecamatan. Kedua, lewat publisitas media massa surat kabar. Ketiga, melalui forum besar dan kegiatan (event) yang dilakukan oleh organisasi MGPSSR seperti Mahasabha, Pasamuhan Agung, Ulang Tahun dan event lainnya. Keempat, melalui majalah internal tabloid suara pasek dan kelima, melalui media sosial seperti facebook.

Selain itu, dari hasil observasi peneliti pengelola krematorium Santha Yana secara interpersonal aktif memberikan penjelasan mengenai isu permasalahan sosial yang terjadi akibat upacara ngaben, latar belakang, visi dan misi serta kelebihan yang ditawarkan oleh krematorium kepada setiap pengunjung yang datang dan ingin mendapatkan informasi mengenai krematorium Santha Yana. Kotler dan Andreasen (1995) menyatakan bahwa strategi komunikasi ini disebut *personal selling* dan sangat efektif dipergunakan dalam proses pengambilan keputusan ,membangun prefensi, keyakinan dan tindakan pengguna.

Warga pasek dan pengguna yang telah mendapatkan informasi ini selanjutnya menjadi agen informasi lagi kepada masyarakat yang lebih luas. Kotler & Keller (2007) menyatakan bahwa strategi ini merupakan *word of mouth Communication* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

Strategi *word of mouth* (WOM) yang dipergunakan oleh organisasi MGPSSR dalam menyebarluaskan informasi merupakan cara yang cepat dan efektif

untuk mempengaruhi pengguna menggunakan jasa krematorium Santha Yana. Namun tidak jarang informasi yang disampaikan kurang jelas sehingga mengakibatkan muncul berbagai isu negatif mengenai krematorium Santha Yana, seperti anggapan krematorium ini hanya untuk warga pasek dan orang – orang yang bermasalah dengan adat. Kotler & Keller (2007) menyatakan bahwa strategi ini memiliki kekurangan bilamana informasi atau isu yang disebarluaskan malah merusak *image* produk, maka inovasi juga akan cepat ditinggalkan. Maka dibutuhkan suatu bentuk proses komunikasi yang melibatkan media lain sebagai penyeimbang informasi.

Organisasi MGPSSR juga memiliki majalah internal organisasi yang bernama “Suara Pasek”. Terbitan Suara Pasek ini didistribusikan kepada para anggota pengurus MGPSSR dan masyarakat umum. Suara Pasek merupakan salah satu unit usaha yang dikelola oleh yayasan Santha Yana Dharma dengan bantuan dari relawan yaitu pengurus MGPSSR. Tabloid ini terbit satu bulan sekali dengan harga Rp 17.000. Isi berita maupun artikel sebagian besar ditulis oleh pengurus organisasi MGPSSR di seluruh Indonesia. Jefkins (1995) menyatakan bahwa kelebihan majalah internal adalah dapat dinikmati lebih lama, dan dapat mengemukakan isu yang menarik sesuai kebutuhan organisasi.

Berita mengenai krematorium Santha Yana yang terbit pada tabloid Suara Pasek menginformasikan secara lengkap mengenai latar belakang, pembangunan hingga krematorium ini mulai beroperasi. Bingkai berita mengarah kepada permasalahan sosial terkait upacara ngaben di Bali dan beberapa liputan yang diterbitkan memberikan kesan bahwa organisasi ini menangkis adanya tuduhan bahwa krematorium Santha Yana hanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermasalah dengan banjar (rukun desa adat) dan terkena sanksi adat. Namun lebih kepada keuntungan dan manfaat potensial yang diberikan oleh krematorium sebagai tempat baru dalam melakukan upacara ngaben. Bahkan iklan krematorium Santha Yana berisi informasi mengenai paket dan harga berada pada sampul depan dan selalu ada setiap tabloid ini terbit. Iklan yang lain berbentuk brosur berisi daftar paket dan harga serta kontak person dan alamat krematorium.

Rogers (1971) menyatakan bahwa saluran komunikasi yang paling efektif dalam menyebarkan inovasi baru untuk khalayak banyak adalah melalui media massa. Dari penelusuran dokumen peneliti terhadap surat kabar lokal di Bali, organisasi MGPSSR merupakan organisasi *non profit* berdasarkan klan (garis keturunan) yang paling eksis di media

massa terutama koran. Berkaitan dengan berita mengenai krematorium Santha Yana, diterbitkan pada tahun 2007 ketika ide krematorium Santha Yana dicetuskan sampai tahun 2014 saat krematorium ini dipergunakan.

Berita – berita yang termuat pada harian surat kabar lokal Bali bernilai positif berisi tentang informasi krematorium Santha Yana dan beberapa jenazah yang telah dikremasi disana dengan biaya terjangkau bahkan gratis. Hal ini memunculkan opini positif ditengah masyarakat, Cutlip dkk (2006) menyatakan bahwa koran merupakan daya penggerak dalam masyarakat dan opini publik dibentuk oleh kolom – kolom berita.

Bahkan muncul opini dari kalangan akademis dan praktisi agama mengenai krematorium Santha Yana. Seperti berita yang termuat dalam Denpost (28 November 2010) dengan *headline* “Krematorium untuk umat Hindu Perlukah? Dituduh Jadi Pelarian Kaum Terkucil, Jadi Sahabat Kaum Miskin”. Pada berita ini Ketua PHDI Bali Gusti Ngurah Sudiana memberikan dukungan terhadap pembangunan krematorium Santha Yana di Bali. Satrategi ini sejalan dengan pernyataan Onggo (2004) bahwa masyarakat cenderung lebih mempercayai isi *editorial* atau kata pihak lain dalam bentuk edukasi.

Kotler dan Andreasen (1995) menyatakan bahwa organisasi dapat meningkatkan nilai beritanya dengan mengadakan acara – acara yang menarik. Selain melalui forum besar seperti Mahsabha, Perayaan Ulang Tahun dan Pasamuhan Agung, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas MGPSSR juga secara rutin mengadakan kegiatan upacara keagamaan untuk masyarakat Hindu di seluruh Indonesia, seperti *atma wedana*, dan *mepandes* pada tahun 2014 silam.

Hadirnya internet telah mengubah komunikasi didalam organisasi dan komunikasi antar- organisasi beserta publik mereka (Cutlip,dkk, 2006). Selain media massa, media sosial menjadi media yang sangat efektif dan efisien digunakan dalam menyebarkan informasi mengenai inovasi sebagian besar pengurus organisasi MGPSSR cukup aktif menggunakan teknologi informasi terutama media sosial seperti *facebook*. Berdasarkan data Nielson (dikutip oleh Wahyuni 2013) penggunaan internet paling banyak digunakan dalam bersosialisasi (*social networking*) melalui media sosial. Sementara menurut laporan Yahoo Net Index pada tahun 2011 Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai pengguna *facebook* terbanyak di dunia

Pengurus – pengurus ini secara aktif membuat sebuah opini dan informasi

mengenai krematorium Santha Yana pada *page* akun pribadinya maupun akun grup tertentu. Seperti akun *facebook* pribadi milik Ketua I MGPSSR Pusat “Pitana Brahmananda” dan akun *facebook* group “Aku Orang Bali” dengan 115,020 total pages like.

Selain melalui *facebook* dari pengamatan observasi yang dilakukan peneliti melalui situs pencarian internet, pengguna krematorium Santha Yana juga turut andil dalam menyebarkan informasi melalui media sosial lainnya yaitu *twitter*, *instagram* dan *blog*, seperti akun *twitter* milik @DewaRamaSanjaya update “At Krematorium Santha Yana (Maha Gotra Pasek Sanak Sapta Rsi) Cekomaria dengan hastag #Solusikremasi” dan blog Kabari News dengan *headline* “Ngaben Krematorium Sebuah Alternatif”.

Jika satu orang pengurus maupun pengguna memiliki minimal 100 *followers*, maka dapat dibayangkan berapa orang yang akan membaca dan mendapatkan informasi mengenai krematorium Santha Yana. Hal ini sejalan dengan pernyataan Onggo (2004) bahwa ribuan *one-to one relations* dapat dibangun secara simultan melalui media internet karena sifatnya yang interaktif dan merupakan sarana yang ampuh untuk berbagai promosi.

Selain fokus pada saluran media, Rogers (1971) memberi peran besar kepada

komunikator untuk mempengaruhi khalayak dalam proses difusi. Disini seluruh pengurus MGPSSR dapat dikategorikan sebagai komunikator terutama ketua pada masing –masing lembaga dan tingkatan serta pengurus pusat karena memiliki peluang besar untuk menyebar luaskan informasi mengenai krematorium Santha Yana. Saat ini dari data Laporan Mahasabha IX MGPSSR (2014) terdapat 133 orang pengurus MGPSSR Pusat dan 9 Ketua pengurus Kabupaten di Bali.

Efendi (2004) menyatakan bahwa terdapat tiga faktor penting yang harus dimiliki oleh komunikator yaitu daya tarik sumber, kredibilitas sumber dan kekuatan (power). Jika dicermati pengurus MGPSSR yang sering tampil mewakili organisasi didominasi oleh intelektual Bali, merupakan tokoh – tokoh yang terkenal dan disegani di Bali. Sebut saja I Wayan Wita Ketua Umum organisasi MGPSSR Pusat selama dua periode 2009 -20019 merupakan seorang profesor, dan mantan Rektor Universitas Udayana. Begitupula beberapa tokoh pengurus MGPSSR pusat yang lainnya. Seperti Profesor Pitana (Deputi kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, RI), Pasek Suardika (Anggota DPD RI) dan Sumarjaya Linggih (Anggota DPRI RI).

Bahkan Ketua dari Maha Yowana adalah Sandoz Prawirattama merupakan putra bungsu dari Gubernur Mangku Pastika dan mantan Ketua Umum Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Bali. Begitu pula jika melihat *profile* ketua MGPSSR pada tingkat Kabupaten Seperti Ketua MGPSSR Kabupaten Buleleng Nengah Gel – Gel (Akademisi dan Dosen UNDIKSHA), Wisnu Bawa Temaja (Kepala Inspektorat Kabupaten Badung), dan lain – lain. Dalam beberapa kesempatan tokoh – tokoh ini aktif menjadi pembicara mewakili organisasi untuk memberikan informasi mengenai krematorium Santha Yana, baik dalam kegiatan yang dilakukan oleh MGPSSR maupun media massa dan media internal Suara Pasek.

Lebih dari itu tokoh yang tidak kalah pentingnya yang dapat membawa pengaruh besar pada perubahan disebut sebagai *opinion leader* adalah individu yang secara informal bukan merupakan pengurus MGPSSR memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi sikap atau perilaku individu lainnya (Rogers 1971).

Terdapat beberapa tokoh politik, militer dan agama yang sering terekspos oleh media massa ikut serta dalam kegiatan – kegiatan MGPSSR dan beberapa kesempatan memberikan tanggapan positif mengenai krematorium Santha Yana.

Seperti mantan Pangdam Udayana Bali Mayjen Wisnu Bawa Tenaya, Gubernur Bali Mangku Pastika, Mantan Wakalpoda Bali Brigjen.Pol Ketut Untung Yoga Ana, Ketua PHDI Bali Bapak Prof Gusti Ngurah Sudiana dan Bupati pada masing – masing Kabupaten di Bali. Bahkan dalam Koran Bali Post (18 Januari 2011,p-) muncul berita dengan *headline* “ Mayat sulit Dikubur Gubernur Tawarkan Solusi Kremasi”. Melalui komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi informasi mengenai krematorium Santha Yana dapat tersebar dengan cepat dan memiliki kekuatan untuk dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat Hindu- Bali.

Meskipun terdapat perbedaan dan perubahan antara sistem ngaben secara krematorium dengan sistem ngaben yang selama ini dilakukan oleh masyarakat Hindu – Bali, namun kemajuan teknologi komunikasi menyebabkan masyarakat Hindu - Bali semakin pintar dan terbuka terhadap pesan – pesan yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini sejalan dengan pernyataan Lazafeld dan Manzel (dikutip oleh Nurudin 2005) corak baru pemuka pendapat akan lahir apabila masyarakat tradisional berada dalam masa peralihan menuju masyarakat modern.

KESIMPULAN

Melalui konsistensi publisitas di media massa dan didukung oleh jaringan komunikasi melalui struktur organisasi dari tingkat pusat, provinsi, kabupaten, hingga desa serta dipergunakannya strategi personal selling dan teknologi komunikasi menghasilkan kekuatan *Word Of Mouth (WOM)* sehingga informasi mengenai krematorium Santha Yana dapat tersebar dalam waktu yang relatif singkat. Pesan yang sifatnya rasional dan moral menjelaskan mengenai isu permasalahan ngaben di Bali dan keuntungan potensial bagi pengguna krematorium disampaikan oleh komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi di dalam dan luar organisasi mampu mendapat simpati dan mempengaruhi masyarakat Bali untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh krematorium Santha Yana. Berbagai persoalan komunikasi yang dihadapi dengan *stakeholders* internal dan eksternal di tanggapi dengan cepat melalui respon yang progresif dan analisis situasi yang tepat membuat organisasi mampu menyelesaikan permasalahan komunikasi dengan baik sehingga tidak menimbulkan efek berkepanjangan yang mengakibatkan terbentuknya opini negatif bagi krematorium Santha Yana. Hubungan yang baik dengan wartawan menimbulkan pemberitaan yang positif hal ini membentuk image yang positif pula bagi krematorium

Santha Yana. Meskipun demikian penyebaran informasi difusi krematorium Santha Yana, sampai saat ini masih menemukan kendala terutama mengenai persepsi sebagian masyarakat Bali yang melihat krematorium ini sebagai ancaman dalam pelemahan budaya Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1986. *Transformasi Sosial Budaya dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: UI-Press.
- Allison, M. and Jude,K. 2005. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Argenti, P.A. 2009. *Komunikasi korporat*. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cornelissen, J. 2011. *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice* (3nd ed.). London: Sage Publication Ltd.
- Coulson, C., & Thomas. 2002. *Public relations: Pedoman Praktis untuk PR*. Jakarta: Bumi Aksara
- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M. 2006. *Efective Public Relations* (6nded.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kebayantini,N.Y. 2013. *Komodifikasi Upacara Ngaben di Bali*. Denpasar: Udayana University Press.

- Kotler and Andreasen. 1995. *Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba*. 3Ed. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pitana, IGede (Eds).1994, *Dinamika masyarakat dan Kebudayaan Bali*. Denpasar: Penerbit BP
- Rogers,E.M (Eds). 1976,*Communication and Development Critical Perspectives*. London: Sage Publications
- Rogers, E. and Shoemaker,F. 1971. *Communication of Innovation A Cross- Cultural Approach*. 2Ed. London: The Free Press