

Komodifikasi Praktek Yoga sebagai Simbol Figural Pada Masyarakat Urban

Oleh:

Kadek Hema Malini¹

Email : kadekhema@gmail.com

Abstract

Yoga becomes a popular culture especially after yoga is recognized by the world with the establishment of World Yoga Day. The meaning of yoga teachings which are then well appreciated by the community makes yoga a culture that is unstoppable in its development. Understanding the benefits of yoga practice makes yoga a new culture among the rapidly growing urban community. Yoga is interpreted and accepted as a representation of the purpose of life and harmony of human life in the community. But yoga today has undergone a change of concept from sacred to profane as the impact of the cultural industry which involves itself in the form of sophisticated ideological indoctrination by using entertainment as a sweetener in the process of changing the existing order. Yoga has been de-contextual from its original understanding because of the influence of the lifestyle and consumer culture of the urban community. Yoga becomes a culture that undergoes decontextualization, simulation, reduplication and is constantly being renewed and experiencing restylization.

Keywords: Commodification, Yoga, Figural, Urban Society

I. Latar Belakang

Modernisme membawa perubahan peradaban manusia ke dalam ranah yang dinamis. Setiap aspek dalam kehidupan masyarakat yang menjadi serba cepat, praktis dan canggih membawa suatu dampak krusial terhadap peradaban masyarakat. Globalisasi dan teknologi menjadi barometer peradaban masyarakat. Segala sesuatunya diukur berdasarkan perolehan materi dan kemakmuran sehingga tanpa bisa dipungkiri masyarakat sekarang adalah masyarakat modern yang lebih dikenal dengan masyarakat hedonis. Faktor perolehan materi seringkali menjadi tolok ukur pencapaian dan status seseorang, sehingga kecenderungan masyarakat

dewasa ini adalah berlomba-lomba untuk mendapatkan materi untuk pemenuhan kebutuhan fisik dan mulai mengesampingkan hal-hal lain seperti pemenuhan kebutuhan batin. Maka fenomena dalam masyarakat dewasa ini yang terjadi adalah mencari cara untuk mencapai keseimbangan pemenuhan kebutuhan fisik dan batinnya, tentunya dengan cara yang praktis yang sesuai dengan tipikal masyarakat dewasa ini, tidak terlalu agamis namun tetap dapat mengakomodir kebutuhan-kebutuhan mereka didalam mengisi kekosongan batin akibat gerak laju kehidupan yang sangat dinamis.

Yoga menjadi suatu budaya populer terlebih setelah ditetapkannya tanggal 21

¹ Jurusan Penerangan Agama Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara Jakarta

Juni sebagai Hari Yoga Sedunia yang artinya yoga sudah bukan menjadi milik satu keyakinan atau satu agama saja yaitu Hindu tetapi juga sudah menjadi suatu praktek yang dilakukan oleh masyarakat seluruh dunia. Praktek-praktek yoga menjadi jamak dilihat dalam sebuah komunitas dan juga klub-klub kebugaran di daerah perkotaan. Yoga menjadi suatu budaya baru bagi masyarakat perkotaan yang diyakini mampu menjadi solusi permasalahan hidup dalam hal mendapatkan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan fisik dan batin.

Namun dalam perkembangannya, yoga sebagai budaya populer mengalami suatu perubahan yang dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam budaya postmodern masyarakat urban. Yoga sudah menjadi gaya hidup yang telah menghasilkan estetika kehidupan kota. Menilik dari makna awal pemahaman yoga yang sesungguhnya merupakan suatu bentuk ajaran *kelepasan* bagi umat Hindu, kemudian mengalami perkembangan menjadi suatu budaya populer bagi masyarakat urban di daerah perkotaan, fenomena ini menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian lebih dalam untuk mengkaji diterimanya ajaran yoga sebagai suatu budaya baru yang populer oleh masyarakat urban dewasa ini.

II. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah yang melatarbelakangi perkembangan yoga sebagai budaya populer pada masyarakat urban?
2. Apakah implikasi yoga sebagai budaya populer terhadap masyarakat urban?

III. Tujuan dan Manfaat Penulisan

Manfaat yang dapat diambil dari penulisan ini yaitu :

1. Membantu pengembangan wawasan dibidang sosial budaya terkait dalam praktek yoga.
2. Melalui penelitian ini dapat menganalisis diterima dan dipraktikkannya ajaran yoga sebagai budaya populer oleh masyarakat urban.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Budaya Pop dalam Masyarakat Urban

Masyarakat urban merupakan masyarakat yang tinggal di perkotaan., yang mana pada level tertentu setiap kota di dunia ini merupakan kota pascamodern (Barker dalam Selo, 2006:319). Aspek pascamodern yang paling kentara dalam argumen Soja mengacu pada munculnya bentuk baru kontrol sosial atau cara regulasi yang dibangun oleh imajinasi perkotaan yang mengalami transformasi sebagai suatu epistemologi baru dimana hubungan antara

citra dengan realitas semakin kabur atau bahkan terdekonstruksi. Contoh paling kentara adalah semakin pentingnya *hiperreal* atau *simulacrum*. Menyebarnya hal-hal *hipperreal* ke dalam kehidupan sehari-hari disebabkan oleh beberapa faktor yang mana selain dikarenakan realitas virtual, budaya pop pada masyarakat urban menjadi pemicunya.

Modernisme membawa perubahan peradaban manusia ke dalam ranah yang dinamis. Setiap aspek dalam kehidupan masyarakat yang menjadi serba cepat, praktis dan canggih membawa suatu dampak krusial terhadap peradaban masyarakat. Masyarakat urban memiliki tendensi kekacauan badan dan pikiran yang lebih tinggi, bagaimana tidak dengan kehidupan perkotaan yang serba cepat, dan mobilitas tinggi, lalu lintas yang padat, beban kerja yang berat membawa tekanan terus menerus pada masyarakatnya. Yoga hadir sebagai suatu solusi dari dampak permasalahan-permasalahan tersebut. Implikasi yang bersifat fisik dan batin akibat gaya hidup masyarakat kota yang serba cepat seperti kelelahan, sakit pinggang akibat terlalu banyak duduk, sakit kepala karena beban kerja yang tinggi sampai pada emosi yang tak terkontrol dapat ditanggulangi melalui praktek yoga.

Yoga sebagai suatu ajaran Hindu dimaknai sebagai suatu cara yang membawa manfaat bagi manusia dalam mencapai

kesehatan fisik dan ketenangan batin yang menjadi tujuan masyarakat urban. Sebagai contoh yaitu *Hatha Yoga* yang merupakan cabang dari yoga yang menitikberatkan pada penguasaan tubuh dan nafas melalui penyeimbangan dua kutub energi pada manusia yaitu *yang* dan *yin*, *masculine* dan *feminine*, *lingga* dan *yonis*. Keseimbangan dua kutub ini mutlak membutuhkan penguasaan akan tubuh fisik yang diperoleh melalui Praktek *Asanas* (olah tubuh), *mudra* (gesture), *kriya* (pembersihan), *bandha* (kuncian) dan *pranayama* (olah nafas) (Sugata, 2016:17).

Ajaran yoga yang bertujuan untuk mengontrol tubuh fisik dan batin melalui pemusatan pikiran membawa ranah baru dalam hal pemaknaan hidup bagi masyarakat urban. Sesungguhnya persoalan besar manusia bukanlah masalah-masalah ekonomi, politik atau teknologi, tetapi justru pertanyaan yang ada di kedalaman hati manusia itu sendiri, yaitu bagaimana mengerti keberadaan manusia yang terbatas ini, tentang tujuan hidup dan nilai hidup, serta cara untuk mendapatkannya. Seringkali ketidakbahagiaan muncul bukan karena kurangnya pemenuhan fisik tetapi lebih karena ketidakmampuan untuk mengelola pikirannya.

Masyarakat dewasa ini semakin bijak untuk tidak seterusnya terlena memprioritaskan pemenuhan fisik secara berlebihan. Diperlukan suatu keseimbangan

antara pemenuhan fisik dan batin agar mendapatkan kebahagiaan. Untuk mencapai kebahagiaan maka diperlukan ketenangan pikiran, pikiran yang tidak dikelola dengan baik menyebabkan orang menderita, singkatnya pikiran sebagai penentu apakah orang menjadi menderita ataukah bahagia. Inilah yang menurut Stuart Hall bahwa yoga membawa proses perubahan konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk konkrit. Ajaran Patanjali tentang kehidupan melalui praktek yoga membawa perubahan cara pandang masyarakat urban dalam memaknai dan menjalani kehidupan.

Yoga dimaknai dan diterima sebagai suatu representasi akan tujuan hidup dan keselarasan hidup manusia dalam komunitasnya. Seperti misalnya tahapan *Asana* dalam *Astangga Yoga*, *asana* merupakan postur yang nyaman, dilakukan dengan perlahan, meditatif dan disertai pernafasan dalam. *Asana* dirancang untuk menguatkan setiap bagian tubuh serta memudahkan seseorang untuk mengelola pikiran dan perasaan serta aspek aspek spiritual. Somvir menyebutkan bahwa beberapa *asana* dirancang untuk menghormati alam semesta yang telah dianggap membantu aktivitas manusia, yaitu menamai *asana* dengan nama-nama bagian dari alam semesta seperti seperti gunung (*tadasana*), pohon (*vrksasana*), gerakan penghormatan terhadap matahari (*suryanamaskar*), *gomukhasan* (wajah sapi),

gajakarni (gajah), *sarpasana* (ular), ayam (*kukutasana*), *adho mukha svanasana* (anjing), (Somvir, 2008:25). Dengan mempraktekkan suatu postur *asanas* saja membantu terhadap pemaknaan manusia akan alam semesta. Bahwa manusia diingatkan akan kekuatan alam, bahwa manusia tidak ada apa-apanya tanpa dukungan alam, melalui postur-postur dalam *asanas* pula manusia diarahkan untuk menghargai dan mencintai makhluk hidup lainnya di alam.

Postur-postur *asanas* membawa suatu pemaknaan melalui sebuah gerak yang menurut Hall sebagai suatu proses penting dalam terciptanya sebuah budaya. Postur-postur yoga ini sebagai suatu media berkomunikasi dalam merepresentasikan pikirannya melalui gerak. Seperti gerakan-gerakan dalam *yoga Surya Namaskar* sebagai contoh pemaknaan penghormatan terhadap dewa matahari. Postur-postur lain dalam *asanas* ini pun membawa makna tersendiri dan disertai dengan manfaat yang menyertainya.

Pemaknaan ajaran yoga yang kemudian diapresiasi dengan baik oleh masyarakat menurut Hall menjadikan yoga sebagai sebuah budaya yang tidak terbelenggu perkembangannya. Pemahaman akan manfaat Praktek yoga menjadikan yoga sebagai suatu budaya baru di kalangan masyarakat urban yang berkembang pesat. Yoga sebagai sebuah budaya baru mampu

menjawab keinginan dan harapan dari masyarakat ini. Yoga diyakini sebagai suatu paket lengkap, disamping dapat menjaga kesehatan fisik juga memberikan ketenangan batin yang menjadi pencarian masyarakat urban dewasa ini.

Namun masyarakat dewasa ini menurut Jameson adalah masyarakat yang merepresentasikan model baru representasi, pengalaman hidup dan sensitivitas estetika (Pakulski dalam Haryanto, 2007). Praktek yoga dalam masyarakat dewasa ini ikut terbawa dalam arus pencitraan diri sebagai karakter sebuah masyarakat postmo yang selalu ingin menampilkan diri dihadapan orang lain dan menunjukkan eksistensinya dalam lingkungan sosialnya membawa perkembangan ajaran yoga menjadi budaya populer.

Budaya populer yang sering disebut budaya pop semakin berkembang di perkotaan. Karena secara tradisional kota dipandang sebagai tempat yang relatif mapan yang kekuatan besarnya terletak pada proses mengatasi 'jarak friksional ruang', jadi kota membawa serta elemen industrialisasi, kerja, budaya dan hiburan (Barker dalam Graham dan Marvin, 2006:327). Dan masyarakat ini menurut Strinati, menguraikan lahirnya suatu tatanan sosial dimana arti penting maupun kekuatan media massa dan budaya populer yang berarti kesemuanya itu membentuk segala

macam hubungan sosial (Strinati, 2016:273).

Kekuatan media yang dimaksud dalam hal ini adalah semua jenis media, baik cetak maupun elektronik yang perkembangannya sangat didukung oleh peran iklan. Iklan yang dimaksud dalam hal ini merupakan media komunikasi yang dimaksudkan untuk menginterpretasikan kualitas produk jasa dan ide berdasar kebutuhan dan keinginan konsumen. Komunikasi komersil dan non personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail*, reklame luar ruang (Abdullah dkk, 2009:206). Baudrillard berpandangan bahwa realitas media berkesinambungan dengan realitas sosial. Apa yang terdapat di layar adalah bagian yang besar dari realitas. Dalam dunia Baudrillard dikatakan bahwa "realitas berdisintegrasi menjadi citra dan tontonan" (Burton, 2012:51).

Keberadaan iklan tidak hanya memiliki tujuan dan fungsi sebagai media informasi produsen (*produsen*) pada khalayak (*target audience*) dengan pesan untuk menciptakan kesadaran merek (*brand awereness*) dan citra merek (*brand image*) terhadap produk dan jasa milik produsen (*produsen*) melainkan ikut serta membentuk budaya konsumen. Melalui iklan citra dibentuk kemudian diformulasikan menjadi

sesuatu yang bersifat membujuk dan pada akhirnya mengajak untuk mengkonsumsi suatu produk (Abdullah, 2009:118). Baudillard menguraikan bahwa saat ini iklan telah menawarkan citra-citra yang simulasional. Jika awalnya iklan menggunakan citra untuk merepresentasikan realitas kini prosesnya menjadi terbalik. Realitas iklan diciptakan melalui proses yang disebut simulasi yaitu penciptaan model-model realitas yang terlihat nyata, pada akhirnya telah menjadi determinan dan realitas sosial. Dengan demikian terdapat perbedaan antara realitas dan citra membawa perubahan pada masyarakat.

Dalam hal ini media memegang cermin dan karenanya merefleksikan secara cukup luas suatu realitas sosial yang lebih luas. Media memainkan peranan dalam mengkonstruksi rasa kita akan realitas sosial maupun rasa kita sebagai bagian dari realitas sosial itu (Currant, Bennet dalam Strinati 2016:274).

4.2 Perkembangan Praktek Yoga sebagai Simbol Figural

Berkembangnya yoga sebagai budaya populer membawa dampak dualisme. Ibarat seperti pedang yang memiliki dua sisi yaitu sisi fungsional dan sisi merugikan. Kondisi seperti inilah yang muncul terkait dengan *boomingnya* yoga. Bagi sebagian praktisi yoga konvensional yoga dianggap sebagai anak hilang. Betapa

tidak yoga yang merupakan ajaran Hindu yang bertujuan untuk menghubungkan diri dengan Tuhan melalui ajaran *Astangga Yoga* nya, sekarang ini dianggap sudah “kebablasan”. Jauh melenceng dari apa yang menjadi tujuan yoga sesungguhnya. Untuk itulah muncul ‘kegerahan’ bagi praktisi yoga khususnya yang berlatar belakang Hindu terhadap perkembangan yoga dewasa ini.

Yoga dewasa ini telah mengalami perubahan konsep dari sakral menjadi profan yang menurut Sugihartati yoga telah menjadi industri kebudayaan yang sedang melibatkan diri dalam bentuk indoktrinasi ideologi yang canggih dengan menggunakan hiburan untuk mempermanis penindasan sambil menggerogoti standar kebudayaan dengan tujuan menekan setiap bentuk ekspresi yang menentang tatanan yang ada.

Sebagai contoh *Yoga in the dark* yang sedang *in* di London .



Gambar 1. *Yoga in the Dark*

Sumber : <https://www.google.co.id/search>

Hal yang sama juga sering dilakukan di Jakarta seperti yang diadakan oleh sebuah

gym & fitness besar di Indonesia. Festival yoga tersebut dikemas sedemikian rupa untuk menarik peserta benar-benar menunjukkan tipikal masyarakat posmo yang tetap mengusung manfaat tanpa meninggalkan kenyamanan dan hiburan *entertainment* sebagai pelengkap serta menunjukkan sikap pragmatisme. Terlebih lagi konsep *yoga glow in the dark*, yang menurut penulis sangat kental akan nuansa *entertainment* yang mana peserta diajak berada dalam kondisi dan situasi gelap hanya dengan penerangan stik *glow* yang sudah disiapkan panitia. Suasana yang muncul memang sangat unik dan banyak peserta merasa senang dan gembira pada saat mengikuti arahan instruktur melakukan postur-postur *asanas*. Namun dibandingkan nuansa yoga sesungguhnya yang ingin dicapai yang biasanya cenderung pada tempat-tempat yang hening, sepi, damai yang mana bertujuan untuk lebih mampu mengkonsentrasikan pikiran sebagai salah satu tujuan dari yoga itu sendiri konsep yoga festival diatas sarat akan muatan hiburan. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Featherstone yang menyatakan bahwa dalam fenomena budaya konsumen dan pascamodernitas semakin mengaburkan batas-batas seni, kebudayaan dan perdagangan yang menyatu dengan semakin pentingnya ‘figural’ pascamodern telah menghasilkan estetisasi secara umum

kehidupan sehari-hari. (Featherstone dalam Barker (2000:300))

Kehadiran produk-produk industri budaya yang makin massif akan memunculkan sifat represif akan cenderung membodohkan (Sugihartati, 2014 : 28-29), sehingga hal tersebut dapat menutupi pemahaman masyarakat terhadap ajaran yoga itu sesungguhnya. Inilah yang oleh Simmel disebut sebagai ‘tragedi budaya’. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pengalaman-pengalaman praktisi yoga yang mendapatkan pemahaman berbeda tentang yoga itu sendiri.

Yoga dilihat memiliki nilai lebih bagi masyarakat luas (yang bukan hanya pemeluk Hindu) dalam hal kesehatan jasmani dan rohani, dan memiliki potensi untuk menjaring pasar yang luas sehingga dapat meraih keuntungan. Namun tentunya dengan melakukan beberapa penyesuaian-penyesuaian sehingga yoga dapat dipraktekkan secara oleh masyarakat luas. Menurut Baudrillard, dalam masyarakat dewasa ini budaya secara efektif menjadi mengambang bebas sepanjang budaya ada dimana-mana, secara aktif menjadi perantara dan melakukan estetisikasi struktur sosial dan hubungan sosial (Featherstone dalam Baudrillard (2008:235).

Barker berpendapat bahwa terdapat pergeseran bentuk budaya diskursif ke arah bentuk budaya figural yang tampak dalam

penekanan pada image visual dan bukan kata-kata Lash {dalam Barker (2000:157)}. Pendapat Barker tersebut terdampak pula dalam budaya yoga dewasa ini. Belakangan ini bermunculan jenis-jenis yoga yang bagi sebagian orang dikatakan sebagai hal yang unik dan sebagian orang menyebutnya *nyeleneh*. Yoga yang dipraktikkan tersebut tentunya membawa suatu misi untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Meningkatnya spesialisasi kebudayaan mengarah kepada perbaikan kemampuan untuk menciptakan beragam budaya namun, pada saat yang sama, individu yang berspesialisasi tersebut kehilangan budaya total dan kehilangan cara untuk mengendalikannya. Ketika kebudayaan objektif muncul dan berkembang, kebudayaan individu sirna. Tingginya peningkatan budaya modern menjadi salah satu contoh dari besarnya upaya peningkatan kebudayaan obyektif yang membawa efek dramatis bagi kehidupan, inilah yang disebut Simmel sebagai tragedi budaya (Fetherstone dalam Barker (2000:300). Beberapa contoh Praktek yoga tersebut adalah :

(1) *Goat Yoga*



Gambar 2 *Goat Yoga*

(Sumber:<http://www.gq.com/story/goat-yoga-is-a-thing>)

Berawal dari sekadar iseng Lainey Morse pemilik dari *No Regrets Farm* memposting video dirinya sedang melakukan yoga bersama kambingnya di media sosial pada Agustus 2016 lalu. Video ini langsung menjadi viral dan banyak orang yang berminat untuk melakukan hal ini. Banyaknya permintaan ini membuat Morse akhirnya membuka *Goat Yoga*, sebuah kelas yoga yang dilakukan bersama dengan kambing dan dilakukan di luar ruangan. Morse sendiri melakukan olahraga ini pada sebuah area perbukitan sejuk di Negara bagian Oregon.

Dari beberapa video yang ia posting mengenai kelas yoganya yang unik ini, terlihat bahwa instruktur yoga memberikan pengarahannya akan gerakan-gerakan yoga dengan benar dan ditemani oleh kambing yang mau berbaur dan menghampiri semua peserta yoga. Banyak orang yang mengaku jika sensasi melakukan yoga bersama dengan kambing, di tengah-tengah alam terbuka hijau nan menyegarkan, ternyata

bisa memberikan efek luar biasa pada kesehatan tubuh, khususnya dalam menurunkan tingkat stress. Peminat kelas yoga bersama kambing pun semakin banyak. Tak hanya dari masyarakat yang tinggal dekat dengan peternakan milik Morse, banyak pendatang dari luar kota yang memesan kelas ini sehingga antrian untuk melakukan yoga inipun sangat panjang. Ada seorang penggemar yoga bahkan yang harus menunggu musim semi hanya untuk mendapatkan sensasi unik melakukan yoga bersama kambing ini. (<http://doktersehat.com/tren-terbaru-yoga-bersama-kambing/#ixzz4p3CFuDMY>)

(2) *Beer Yoga*



Gambar 3 *Beer Yoga* (Sumber: <http://global.liputan6.com>)

Di Berlin, Jerman untuk membuat latihan lebih menarik, kelas yoga dilakukan di sebuah pub di Berlin atau yang lebih dikenal dengan *Beer Yoga* atau boga. Para penggemar olah tubuh dan meditasi ini menggunakan botol bir sebagai alat meditasi mereka. Sambil duduk bersila, kedua tangan diangkat ke atas kepala sambil memegang

botol bir dengan satu atau dua tangan. Atau, mereka bisa meletakkannya di atas kepala sambil duduk bersila dan menyeimbangkannya agar tidak terjatuh. Lebih serunya lagi, para peserta bisa meminumnya dalam posisi yoga.

Teknik menggabungkan antara yoga dan bir ini sangatlah bertolak belakang. Namun menurut Jhula penemu yoga ini mengemukakan argumennya bahwa banyak orang menyukai yoga dan juga bir, sehingga ia menemukan ide untuk menggabungkan keduanya (dilansir dari *Oddity Central*) (<http://global.liputan6.com/read/2490494/beer-yoga-inovasi-baru-meditasi-pakai-bir>)

Budaya populer dipandang telah didominasi oleh ‘seolah-olah’ dunia periklanan. Busana, tubuh, wajah merupakan ketentuan-ketentuan yang diambil dari sisi kehidupan lain, imajiner, periklanan serta anjuran yang tak terbatas dari ikonografi perkotaan (Featherstone dalam Chambers 2008:239). Tanda-tanda inilah yang mengalami dekontekstualisasi dari tatanan tradisi atau sub budaya, dimainkan dengan cara yang superfisial, dengan orang yang bersenang-senang dalam kenyataan bahwa tanda/symbol itu adalah dangkal sehingga tidak dapat diuraikan kebenaran dari arti fundamentalnya.

Seperti yang dilihat dari *Goat Yoga* dan *Beer Yoga*, yoga menjadi begitu ter-dekontekstual dari pemahaman asalnya karena pengaruh dari gaya hidup dan budaya

konsumen masyarakat kota. Yoga menjadi sebuah budaya yang mengalami dekontekstualisasi, simulasi, reduplikasi dan secara terus menerus diperbaharui, serta mengalami restylisasi.

V. Kesimpulan

Logika pemaknaan masyarakat urban dalam era postmodern bersifat 'figural' yaitu mengutamakan hal-hal yang bersifat visual dibandingkan makna dan mendekati penonton pada hasrat terhadap obyek budayanya sehingga menyatu dengan estetikasi kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini melalui Praktek yoga dapat menunjukkan citra diri masyarakatnya yang mana masyarakat urban menempatkan

budaya dalam kerangka teori panggung masyarakat sebagai upaya untuk menampilkan dirinya dihadapan orang lain sekaligus menunjukkan eksistensi dirinya di komunitasnya. Kekuatan media dan konsumsi membentuk dan mengubah realitas rakyat menjadi realitas populer dan realitas populer dalam banyak hal ditentukan oleh komunikasi massa menjadikan yoga sebagai sebuah iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Melalui yoga merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk senantiasa tampil di muka publik.

DAFTAR PUSTAKA

Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies*.

Yogyakarta : Kreasi Wacana

Chaney, David. 2006. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*.

Yogajakarta : Jalasutra

Featherstone, Mike.2008. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*.

Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

George Ritzer & Douglas J., Goodman,

2011. *Teori Sosiologi Modern*

Yogyakarta: Kreasi Wacana,

Gulo W. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta : Gramedia.

Hamidi. 2004. *Metode Penelitian*

Kualitatif. Malang : Universitas Muhammadiyah.

Haryanto, Sindung.2012. *Spektrum Teori*

Sosial Dari Klasik Hingga Modern. Yogyakarta : AR-Ruzz Media.

Ihalauw, J.O.I John. 2008. *Konstruksi*

Teori. Jakarta. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Lembaga Penelitian. 2011. *Yoga Marga Rahayu*. Denpasar : UNHI
- Ritzer, George dan Goodman, Doudglas. 2011. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Riyanto, M. 1996. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Ucem.
- Storey, John. 1993. *Teori Budaya dan Budaya Pop : Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta : Qalam.
- Strinati, Dominic.2016. *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta : Narasi
- Sugihartati, Rahma.2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta : Kencana
- Utama, Budi I Wayan. 2016. *Yoga Sebagai Life Style*. Denpasar : UNHI

<http://global.liputan6.com/read/2490494/ber-yoga-inovasi-baru-meditasi-pakai-bir><https://www.google.co.id/search>

<http://www.gq.com/story/goat-yoga-is-a-thing>

<https://www.google.co.id/search>

Sumber-Online :

<http://doktersehat.com/tren-terbaru-yoga-bersama-kambing/#ixzz4p3CFuDMY>

