

MOTIFASI MASYARAKAT BEROLAHRAGA DI CELEBRITY FITNESS

by Sabarudin Yunis Bangun

Submission date: 29-May-2023 12:07PM (UTC+0700)

Submission ID: 2104301260

File name: MOTIFASI_MASYARAKAT_BEROLAHRAGA_DI.pdf (267.64K)

Word count: 2333

Character count: 15262

MOTIFASI MASYARAKAT BEROLAHRAGA DI CELEBRITY FITNESS

Ahmad Tarmizi¹, Sabaruddin Yunis Bangun², Amir Supriadi³

¹SMA Ar Rahman Medan

^{2,3} Prodi Pendidikan Olahraga Pascasarjana Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: miziahmad09@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah melihat bagaimana keaktifan masyarakat dalam berolahraga di *Celebrity Fitness*, kesadaran masyarakat dalam berolahraga dan motifasi masyarakat dalam berolahraga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung *Celebrity Fitness* baik yang berolahraga maupun yang tidak berolahraga. Desain yang digunakan metode pengamatan dan wawancara. Hasil penelitian yang diperoleh 66,67% memiliki tujuan berolahraga dan 33,33% memiliki tujuan selain berolahraga. Kesimpulan yang dapat diperoleh bahwa orang yang berkunjung ke *Celebrity Fitness* memiliki kesadaran dan motivasi akan pentingnya berolahraga.

Keywords: *Celebrity Fitness, Motivasi, Olahraga.*

PENDAHULUAN

Kebanyakan orang pergi ke *Celebrity Fitness* untuk melakukan aktifitas seperti latihan untuk mengikuti kontes badan, mengubah badan agar *six pack*, latihan untuk menurunkan berat badan, latihan untuk kesehatan tubuh, bermain dan menghilangkan stres dan kejenuhan. sebagian orang itu datang ke *Celebrity Fitness* melakukan kegiatannya dengan rutin. Dan sebagian orang lagi hanya datang sesekali saja dan ada yang satu kali saja. Dalam melakukan suatu aktivitas atau kegiatan banyak faktor yang terlibat di dalamnya. Salah satu faktor yang berperan dalam pencapaian hasil yang optimal dalam melakukan suatu aktivitas yaitu motivasi (Gandasari, M. (2017), Simatupang, N. (2016), (Karo Karo, A., Sinulingga, A., & Dewi, R., 2020).

Motivasi merupakan suatu dorongan atau dukungan yang dapat membuat seseorang menjadi semangat dalam melakukan suatu aktivitas atau kegiatan. Biasanya motivasi yang diberikan orang lain dapat menyebabkan seseorang menjadi sangat bersemangat dan antusias dalam mewujudkan apa yang menjadi keinginan orang tersebut. Hal tersebut terjadi karena ketika ada orang yang memberikan motivasi kepada orang lain maka orang yang diberikan motivasi merasa ada yang mendukung dan mendorong untuk melakukan hal yang menjadi keinginan orang itu.

Masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut: keaktifan masyarakat dalam berolahraga di *Celebrity Fitness*, kurangnya kesadaran masyarakat dalam berolahraga, motivasi masyarakat dalam berolahraga. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu untuk mengetahui peningkatan hasil keaktifan masyarakat dalam berolahraga, untuk menambah wawasan peneliti maupun pembaca lainnya tentang motivasi masyarakat berolahraga, meningkatkan peran aktif masyarakat berolahraga sehingga masyarakat tampak sehat dan bugar, Selain itu hasil penelitian diharapkan bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

METODE

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2011:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam kata-kata

dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi. Pengertian Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004 : 104). Subjek penelitian ini adalah pengunjung *Celebrity Fitness* serta menggunakan desain penelitian wawancara dan pengamatan. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dari pengunjung *Celebrity Fitness* terkait bagaimana keaktifan masyarakat dalam berolahraga di *Celebrity Fitness*, kesadaran masyarakat dalam berolahraga dan motifasi masyarakat dalam berolahraga. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembaran hasil wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan sampel sebanyak 12 orang. Hasil yang diperoleh sebanyak 8 orang atau 66,67% memiliki tujuan berolahraga dengan motivasi ingin menurunkan berat badan dan menjadi lebih sehat, sedangkan yang memiliki tujuan selain berolahraga seperti menambah teman, menghilangkan suntuk, mengisi waktu kosong dan agar tampak keren, sebanyak 4 orang atau 33.33%.

Dalam dunia olahraga motivasi juga menjadi hal yang penting khususnya bagi anak. Anak yang berlatih dengan giat dan teratur memiliki tujuan dan keinginan menurunkan berat badan dan latihan untuk masuk tes polisi dan latihan untuk kesegaran jasmani saja. Untuk mencapai tujuan tersebut bukan hanya teknik, fisik, taktik yang bagus, namun seorang harus memiliki motivasi yang dapat menjadikan dirinya antusias dalam meraih tujuannya tersebut.

Membangun motivasi bukanlah hal yang mudah karena tidak setiap orang bisa dimotivasi dengan cara yang sama sehingga diperlukan orang yang sangat mengerti hal tersebut yang biasanya sering disebut sebagai motivator. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa motivasi yang datang dari dalam diri sendiri (*intrinsik*) dan motivasi yang datang dari luar diri seseorang (*ekstrinsik*). Motivasi *intrinsik* biasanya muncul dari dalam diri seseorang tersebut seperti keinginan, harapan, tujuan yang ingin dicapainya sedangkan motivasi yang *ekstrinsik* muncul dari lingkungan dimana seseorang tersebut berlatih, keluarga, teman bahkan yang menjadi sebuah motivasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia.

Jaringan kebugaran terbesar di Indonesia *Celebrity Fitness* terus mendorong misinya untuk membuat masyarakat Indonesia aktif berolahraga sekaligus meningkatkan pengalaman berolahraga dengan meluncurkan *CelFitTV*. Inovasi ini adalah platform fitness berlangganan pertama di Indonesia yang mempersembahkan talenta local terbaik dan ratusan program olahraga untuk penggemar fitness di Indonesia.

Pada dasarnya bentuk-bentuk program personal trainer di *celebrity fitness* dapat dikatakan sebagai program fitness modern atau mengikuti perkembangan yang ada dalam dunia fitness, oleh sebab itu disarankan agar bentuk-bentuk program personal trainer lebih disempurnakan lagi agar dapat diterima di masyarakat luas serta personal trainer selalu menjaga keselamatan dan kenyamanan member mengikuti program personal trainer. Dalam hal ini untuk penyempurnaan hasil penelitian yang lebih baik, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan beberapa variabel lain yang berpengaruh.

David Prosser, Country Manager *Celebrity Fitness* Indonesia menyatakan, “*CelFitTV* menargetkan 4 tipe konsumen. Yang pertama adalah member kami saat ini yang ingin meningkatkan pengalaman berolahraga di klub kami dengan melatih gerakan-gerakan mereka sebelum sesi olahraga di klub. Selain itu, *CelFitTV* juga menargetkan non-member yang belum begitu nyaman berolahraga langsung di klub untuk pertama kalinya dengan membawa nuansa olahraga *Celebrity Fitness* langsung ke dalam kenyamanan ruang keluarga mereka. *CelFitTV* juga cocok untuk penggemar fitness yang tidak mendapat akses yang mudah ke lokasi klub karena sekarang mereka dapat menikmati pengalaman *Celebrity Fitness* kapanpun

dimanapun. Dan bagi mereka yang mempertimbangkan untuk memulai dengan segala bentuk latihan yang kami tawarkan cara yang aman dan menyenangkan untuk lebih aktif, kami benar-benar memberikan Personal Trainer di saku Anda “.

Celebrity Fitness memiliki penawaran unik dibandingkan dengan latihan online lainnya karena programnya diisi dengan talenta lokal terbaik yang terpilih dari berbagai jenis olahraga. CelFitTV dapat memadukan sesi olahraga yoga dengan latihan kardio dan HIIT bersama dengan latihan kekuatan dan olahraga dance, semua dilengkapi dengan fitur bahasa Indonesia. Adapun olahraga dengan tema GLOW, BURN, STRENGTH dan DNA yang dihadirkan sebagai pengalaman olahraga di CelFitTV. Di samping itu, CelFitTV juga menyiarkan rejimen latihan khusus dan berbagai tantangan fitness untuk memberikan inspirasi kepada semua masyarakat Indonesia agar mulai aktif berolahraga.

Celebrity Fitness bermitra dengan Virtually Fit, rekan yang berpengalaman dalam aktivitas produksi, pemasaran, dan manajemen teknologi di berbagai platform. Kolaborasi ini memungkinkan kami untuk menyiarkan konten TV kelas dunia yang dapat ditonton di perangkat apa pun seperti smartphone, tablet, laptop, dan smart TV. Konten olahraga terbaru akan disiarkan oleh Starmakers setiap minggu. pilihan konten yang lebih banyak akan memberi motivasi yang lebih bagi masyarakat untuk berolahraga. Member Celebrity Fitness dapat menikmati free trial gratis selama 14 hari dan, diskon promosi spesial jika mereka terus berlatih bersama StarMaker kami. Harga paket langganan untuk menikmati berbagai program latihan adalah IDR 708.000,- per 1 tahun untuk akses ke berbagai video olahraga.

Berdasarkan hasil penelitian Handoko Dwi Purnomo(2016) maka didapatkan angka presentase sesuai perhitungan rumusnya. Hasil tersebut antara lain perhitungan berdasarkan dimensi kualitasnya yaitu, dimensi Tangibles (Bukti Langsung) yaitu sebesar 93.4%, yang berarti sangat memuaskan, dimensi Reliability (Kehandalan) yaitu sebesar 93.4% yang berarti sangat memuaskan, dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu sebesar 93.2% yang berarti sangat memuaskan, dimensi Assurance (Jaminan) yaitu sebesar 92.4% yang berarti sangat memuaskan, dimensi Empathy (Empati) yaitu sebesar 91.8% yang berarti sangat memuaskan. Sehingga dapat diketahui bahwa persepsi atau kinerja personal trainer pada keseluruhan mengenai program yang diberikan pada member dengan dimensi tersebut memiliki kinerja sangat memuaskan dengan rata-rata total persepsi atau kinerja sebesar 92.84%. Selain kepuasan juga dapat disimpulkan bahwa adanya bentuk bentuk program di celebrity fitness yang mana memiliki bentuk – bentuk program sebagai berikut : 1. Better Body Shape, 2. Better Muscle Strengst, 3. Better Athletic Performance, 4. Better Healt And Fitness. Contoh wawancara pada members.

Celebrity Fitness merupakan tempat kebugaran yang sangat besar (Mega Gym) dan sudah terkenal di Medan. Pusat kebugaran ini menawarkan berbagai fasilitas seperti ruangan main studio yang di gunakan untuk latihan seperti aerobic, zumba, yoga, pilates, body combat, RPM, TRX, dan body pump, serta latihan untuk anak remaja yaitu capuerra. Celebrity Fitness memiliki banyak member yang melakukan aktivitas olahraga dengan tujuan yang bermacam-macam, seperti fatloss, weight gain, dan chalistenic. Kebanyakan dari mereka menginginkan tubuh yang proporsional (ideal), flexible, multifungsi dan terlihat kuat sehingga member akan semakin percaya diri ketika berada di tengah masyarakat. Sehingga tempat kebugaran ini memiliki banyak member yaitu lebih dari 500 orang. Member tersebut terdiri dari berbagai kalangan, usia, jenis kelamin, dan lain-lain. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan pengelola Celebrity Fitness di Medan untuk mampu mengelola, mempertahankan, dan mempertanggungjawabkan setiap pelayanan yang diberikan dan mengetahui keinginan para members. Celebrity fitness selain memiliki fasilitas juga terdapat suatu komunitas informal yang memiliki doktrin atau ideologi tersendiri akan bagaimana personal trainer memandang penampilan seseorang. Personal trainer adalah orang yang membantu pelanggan dalam menjalankan fitness secara baik dan benar, membuat program untuk setiap member, memastikan para member melakukan latihan yang benar dan

sesuai dengan tujuan latihan, serta menambah pengetahuan member dalam masalah kebugaran yang mencakup masalah nutrisi dan panduan kesehatan secara umum diawali dengan kesempurnaan pada jasmani dan rohani seseorang.

Kebutuhan masyarakat akan sarana dan prasarana yang baik misalnya perkembangan inovasi alat, serta peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan, akan menuntut peningkatan tempat kebugaran tersebut baik kualitas maupun kuantitasnya. Hal ini berpengaruh terhadap pengembangan tempat kebugaran tersebut. Menurut Handoko (2016) bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sehingga dapat diartikan bahwa pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan dapat diasumsikan baik atau memuaskan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang dirasakan atau diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan. Kepuasan member ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang diperoleh member. Menurut Kotler (2001:298) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembeli tidak akan puas. Sehingga dapat diartikan apabila produk baik barang atau jasa tersebut jauh dibawah harapan member, maka member akan merasa kecewa. Tetapi apabila produk barang atau jasa tersebut sesuai dengan harapan member, maka member akan merasa puas dan akan menggunakan kembali produk yang diberikan.

Motivasi juga dapat dinilai sebagai suatu daya dorong (driving force) yang menyebabkan orang dapat berbuat sesuatu untuk mencapai tujuan. Hal ini dijelaskan oleh Chauhan (2008: 67) bahwa motivasi menunjuk pada gejala yang melibatkan dorongan perbuatan terhadap tujuan tertentu. Motivasi pada hakekatnya merupakan dorongan untuk melakukan segala sesuatu dengan lebih baik dari lainnya dalam kegiatan untuk mencapai tujuan. Dengan demikian pada akhirnya kegiatan individu itu akan mengarah pada sesuatu yang berharga. Misalnya motivasi yang mengarah pada usaha untuk memperbesar kepuasan individu dalam pekerjaannya. Kebugaran jasmani adalah kemampuan melakukan kegiatan sehari-hari dengan penuh vitalitas dan kesiagaan tanpa mengalami kelelahan berarti dan masih cukup energi untuk beraktivitas pada waktu senggang dan menghadapi hal-hal yang bersifat darurat (Mutohir, dkk., 2011: 11), (Natalia Sitepu, D., Simatupang, N., & Yunis Bangun, S., 2019). Orang yang bugar berarti ia tidak gampang lelah dan capek. Ia dapat mengerjakan pekerjaan sehari-hari secara optimal, tidak malas atau bahkan berhenti sebelum waktunya (Mutohir dan Maksun, 2007: 51). Seseorang yang sehat, belum tentu bugar, sebab untuk dapat mengerjakan tugas sehari-hari seseorang tidak hanya dituntut bebas dari penyakit saja, tapi dituntut memiliki kebugaran dinamis Irianto, (2004: 3). Seseorang yang memiliki kebugaran jasmani yang baik dengan sendirinya juga akan memiliki kekuatan atau strength yang relatif lebih baik dibandingkan dengan mereka yang tidak bugar.

KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh sebanyak 8 orang atau 66,67% memiliki tujuan berolahraga dengan motivasi ingin menurunkan berat badan dan menjadi lebih sehat, sedangkan yang memiliki tujuan selain berolahraga seperti menambah teman, menghilangkan suntuk, mengisi waktu kosong dan agar tampak keren, sebanyak 4 orang atau 33,33%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang yang berkunjung ke *Celebrity Fitness* memiliki kesadaran dan motivasi akan pentingnya berolahraga sedangkan yang bertujuan tidak untuk berolahraga hanya beberapa orang. Masyarakat masih memiliki keinginan untuk berolahraga dengan dorongan berbagai macam motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chauhan, S. S. (2008). *Advanced Educational Psychology*. New Delhi: Vikkas Publishing House, Ltd.
- Gandasari, M. (2017). The Enhancement Of Featured Sportsprocedures And Evaluationquality In Landak Regency. *Jurnal Pedagogik Olahraga*, 3(1), 74-88. doi:<https://doi.org/10.22245/jpor.v3i1.8200>.
- Handoko Dwi Purnomo, Isbondo Tjahjono. (2016). Kepuasan Member Pada Program Personal Trainer Di Celebrity Fitness Supermall. *Jurnal Mahasiswa Unesa*, 6(1), 1-9.
- Irianto, Djoko Pekik. (2004). *Pedoman Praktis Berolahraga Untuk Kebugaran Dan Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI.
- Karo Karo, A., Sinulingga, A., & Dewi, R. (2020). Hasil Pembentukan Karakter Atlet Pelajar Di Pplp Sumatera Utara Tahun 2018. *Jurnal Pedagogik Olahraga*, 5(2), 73-78. doi:<https://doi.org/10.22245/jpor.v5i2.17891>
- Kolter, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Moleong, Lexy. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Roesdakarya.
- Muthohir, Toho Cholik, dkk. (2011). *Ber karakter dengan berolahraga berolahraga dengan ber karakter*. Jakarta: Sportmedia.
- Mutohir, Toho Cholik dan Maksum, Ali. (2007). *Sport Development Index*. Jakarta: Kemenpora.
- Natalia Sitepu, D., Simatupang, N., & Yunis Bangun, S. (2019). Pola Hidup Sehat Anak Pengungsian Pasca Erupsi Gunung Sinabung. *Jurnal Pedagogik Olahraga*, 4(2), 32-43. doi:<https://doi.org/10.22245/jpor.v4i2.12139>.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Simatupang, N. (2016). Pengetahuan Cedera Olahraga Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Unimed. *Jurnal Pedagogik Olahraga*, 2(1), 31-42. doi:<https://doi.org/10.22245/jpor.v2i1.4507>.

MOTIFASI MASYARAKAT BEROLAHRAGA DI CELEBRITY FITNESS

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[djakarta.id](#)

Internet Source

17%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On