

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, itu sebabnya untuk memenuhi kebutuhannya manusia melakukan berbagai aktivitas (Bujuri, 2018). Untuk dapat melakukan berbagai aktivitas tersebut manusia harus memiliki kondisi fisik dan kesehatan yang baik (Mubarok, Rahayu, & Hidayah, 2015). Pola hidup yang sehat menjadi jalan untuk memperoleh kondisi fisik dan kesehatan yang baik. Salah satu aktivitas jasmani yang dapat membantu manusia memiliki pola hidup sehat adalah olahraga (Pradana, 2018) (Al-Amari & Al-Khamees, 2015), *fitness* menjadi salah satu aktivitas yang penulis maksud sebagai salah satu cara menuju pola hidup sehat secara keseluruhan.

Fitness dan *Gym* biasanya diartikan sebagai olahraga angkat beban yang bertujuan membentuk otot dan badan yang ideal, namun *Fitness* dan *Gym* sebenarnya dua hal yang berbeda. *Fitness* jika diambil dari Bahasa Inggris memiliki arti Kebugaran, sedangkan *Gym* merupakan singkatan dari *Gymnasium* yang memiliki arti sebagai lokasi untuk melakukan kegiatan olahraga. *Fitness* memberikan efek yang positif bagi para anggota (*member*) sebuah *fitness centre* yaitu membentuk otot, dan yang paling utama adalah mereka memiliki badan yang ideal ataupun proporsional, sesuai dengan tuntutan media yang berkembang pada

masyarakat. Tuntunan media yang ada pada masyarakat merupakan pengaruh dari iklan yang kemudian memberikan dampak pada psikologis masyarakat serta melahirkan sebuah gaya hidup yang baru.

Periklanan secara khusus mampu mengeksploitasi kondisi dan memberikan *image-image* eksotika, kecantikan, pemenuhan kebutuhan, serta kehidupan yang baik untuk menyebarkan benda-benda konsumen dan juga memberikan kesempatan untuk melakukan perbaikan diri dan ekspresi diri dan kemudian melahirkan sebuah gaya hidup (Featherstone, 2008). Pandangan tersebut menggambarkan bahwa melalui gaya hidup tercipta dari tawaran perbaikan diri dan ekspresi diri melalui eksploitasi kondisi dan gambar eksotis, kecantikan dan pemenuhan kehidupan. Dengan kata lain gaya hidup diciptakan atau sengaja diciptakan melalui produk yang menggambarkan sesuatu yang lebih baik.

Berdasarkan konsep tersebut penulis memandang olahraga *fitness* sebagai produk yang ditawarkan melalui eksploitasi kondisi dan gambar-gambar yang eksotis, kecantikan, dan pemenuhan kehidupan seseorang akan kesehatan.

Olahraga yang didefinisikan sebagai pola hidup sehat dan diterapkan oleh kebanyakan masyarakat sesungguhnya merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan terus menerus untuk mendapatkan kecantikan, dan juga ekspresi diri yang kemudian melahirkan sebuah gaya hidup. Peranan iklan yang didapatkan dari televisi ataupun dari media sosial melahirkan pandangan baru dalam membentuk pola hidup sehat masyarakat.

Fitness menjadi olahraga yang diiklankan melalui media, dengan menampilkan masyarakat perkotaan yang melakukan kegiatan angkat beban, senam *aerobic*, dan kegiatan lainnya terlihat lebih menarik dengan didukung situasi tempat yang lebih bagus dan diisi dengan orang-orang yang berpakaian *sport* (olahraga) yang bagus. Selain itu penawaran menjadi *member* (anggota aktif) di sebuah *Gymnasium* juga menarik di mata masyarakat, dikarenakan oleh harga yang relatif lebih murah dibandingkan tidak menjadi seorang *member* (anggota).

Penggunaan waktu yang lebih efisien juga terdapat pada olahraga *Fitness* terutama bagi mereka yang tidak memiliki waktu banyak untuk berolahraga, sehingga tak jarak olahraga *Fitness* menjadi pilihan olahraga bagi beberapa kalangan. Dikarenakan hal ini, Tren untuk pergi berolahraga di pusat kebugaran pun menjadi pilihan kebanyakan orang. *Fitness* menjadi sangat adiktif, karena mampu mengubah pola hidup seseorang. *Mindset* atau pola pikir seseorang berubah bagaimana menjalani kegiatan yang sehat, mulai mengatur pola makan, hingga aktif berolahraga ke *Gym*.

Keberadaan tempat *Fitness* saat ini dapat dijumpai pada lingkungan perumahan, ruko-ruko bahkan permukiman penduduk dengan tarif yang bervariasi. Hal tersebut membuka kesempatan kepada semua kalangan untuk mengunjunginya. Kenyataan ini akan mendorong perubahan perilaku di berbagai kalangan termasuk mahasiswa. Mahasiswa adalah kalangan muda yang mengalami suatu peralihan dari dari tahap remaja menuju dewasa, dengan

memiliki sikap keilmuan yang melihat sesuatu berdasarkan kenyataan objektifitas, sistematis, dan rasional (Saputra, 2015).

Mahasiswa yang melakukan olahraga *fitness* tentu ingin memiliki pola hidup yang sehat yang membantu aktivitasnya. Akan tetapi, pilihan melakukan olahraga *fitness* bukanlah hal yang mudah bagi seorang mahasiswa karena pengeluaran biaya yang tidak sedikit melalui aktivitas *fitness*. *Fitness* yang dipilih mahasiswa sebagai kegiatan olahraga tentu menghasilkan sebuah gaya hidup yang baru bagi mahasiswa. Mulai dari gaya hidup sehat sampai pada gaya hidup yang hedonis, dikarenakan *fitness* ini sudah menjadi hal yang sangat melekat pada dirinya sendiri. Gaya hidup hedonis yang lahir dari kegiatan olahraga *fitness* kemudian menghasilkan pola pikir dan perilaku yang berbeda dari mahasiswa yang tidak melakukan kegiatan *fitness*.

Pembahasan tentang perubahan perilaku yang dimaksudkan di atas erat kaitannya dengan pembahasan tentang gaya hidup. Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola-pola tindakan yang menjadi pembeda antara individu dengan individu lainnya. Melalui kegiatan interaksi yang dilakukan setiap hari, dapat diketahui sebuah gagasan gaya hidup seseorang, memahami apa yang mereka lakukan, dan apakah yang mereka lakukan tersebut memiliki makna bagi dirinya sendiri dan oranglain. Gaya hidup sehat adalah hidup dengan pola makan yang baik dan teratur, pola pikir yang baik, serta memiliki kebiasaan dan lingkungan yang sehat.

Bourdieu (1984) mengatakan pilihan konsumsi dan praktik gaya hidup berkaitan dengan pekerjaan dan fraksi kelas tertentu yang memungkinkan dibuatnya peta alam selera dan gaya hidup bersama dengan oposisinya yang

terstruktur serta pembedaannya yang tersusun baik yang berlaku dalam suatu masyarakat tertentu pada suatu titik waktu tertentu dalam sejarah.

Gaya hidup sehat melalui kegiatan *Fitness* ini tentu memberikan dampak besar bagi pengeluaran biaya bulanan pada mahasiswa yang menjadi *member* (anggota) aktif di sebuah tempat *fitness*. Gaya hidup sehat ini kemudian berubah yang kemudian dapat melahirkan gaya hidup yang hedonis.

Kotler dan Armstrong (2001) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Keterikatan dalam kelompok juga menghasilkan gaya hidup hedonis. Keterikatan dalam kelompok sosial yang menjadi pertimbangan sebagai bagian diri (*a part of self*), dengan timbulnya rasa bahawa kejadian atau peristiwa penting, monumen, atau tim olahraga merupakan bagian dari diri yang diperluas (Limakrisna, 2011). Kegiatan olahraga *fitness* juga membentuk suatu kelompok yang membuat semua anggotanya terikat satu dengan yang lainnya. Dalam kelompok tersebut melahirkan sebuah klasifikasi kelas dan menunjukkan diri tentang bagaimana seharusnya orang lain melihat diri seseorang. Melalui konteks bagaimana orang lain melihat seseorang kemudian melahirkan pandangan bahwa olahraga *fitness* harus memiliki pakaian yang bermerk, dan benda-benda lainnya.

Berdasarkan dari fenomena yang terjadi, penulis semakin tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang gaya hidup yang dimiliki mahasiswa mengenai

konsep hidup sehat dan konsep kecantikan atau ketampanan dalam mengubah penampilan dengan biaya yang tidak sedikit yang kemudian melahirkan gaya hidup hedonis pada kalangan mahasiswa di Kota Medan.

Melihat kondisi di atas penulis bermaksud mengungkapkan dan mendeskripsikan tentang gaya hidup hedonis dalam *fitness* yang sedang berkembang di kalangan mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa memilih *fitness* sebagai aktifitas olahraga?
2. Bagaimana gaya hidup mahasiswa yang memilih *fitness* sebagai aktifitas olahraga?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih *fitness* sebagai aktivitas olahraga.
2. Untuk mendeskripsikan gaya hidup mahasiswa yang memilih *fitness* sebagai aktifitas olahraga.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis:

1. Mampu mendeskripsikan secara konseptual *fitness* sebagai gaya hidup hedonis.

2. Memberikan sumbangan konseptual khususnya pada tema sub payung penelitian gaya hidup.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis dapat:

1. Memberikan informasi, pengetahuan, dan sebagai literatur dalam ilmu pendidikan dan studi tentang masyarakat perkotaan, khususnya antropologi perkotaan.
2. Dijadikan rujukan dan dasar pertimbangan bagi mahasiswa atau khalayak yang berencana melakukan *fitness* sebagai aktivitas olahraga.

THE
Character Building
UNIVERSITY