

HIPERREALITAS KEBUGARAN DALAM MEDIA SOSIAL (STUDI PADA UNGGAH FOTO AKTIVITAS KEBUGARAN ANGGOTA *CELEBRITY FITNESS* DI INSTAGRAM)

Farisha Sestri Musdalifah¹, Prawinda Putri Anzari², Risya Zahrotul Firdaus³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya

²Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang

³Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

(corresponding author: farishasestrim@fisip.unsri.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena unggah foto kebugaran di *Celebrity Fitness* melalui media sosial Instagram. Kegiatan tersebut menjadi tren bagi para anggota klub kebugaran untuk menampilkan aktivitas kebugarannya di media sosial. Hal ini membuat kebugaran itu sendiri menjadi bergeser, karena belum tentu unggahan foto kebugaran di Instagram mencerminkan realitas kebugaran yang sesungguhnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada kelas pekerja anggota *Celebrity Fitness* di Kota Jakarta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan unggah foto kebugaran merupakan simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan citra tubuh yang bugar. Di balik citra kebugaran yang ditampilkan di Instagram, ternyata hal tersebut dapat berbeda dengan kenyataannya. Media sosial Instagram dalam hal ini merupakan ruang terbaik terbentuknya hiperrealitas, di mana terdapat simulasi dalam unggahan foto yang telah dikondisikan sedemikian rupa agar terlihat lebih bugar daripada bugar yang sesungguhnya.

Kata Kunci: Hiperrealitas; Simulasi; Citra; Kebugaran; Instagram

PENDAHULUAN

Pada beberapa tahun terakhir, kebugaran kesehatan menjadi gaya hidup tersendiri bagi masyarakat perkotaan. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk hidup lebih sehat kemudian mendorong individu mencari jenis olahraga yang sesuai untuk mendapatkan tubuh yang bugar. Gaya hidup sehat inilah yang mendorong dibangunnya berbagai fasilitas kebugaran baik oleh pengusaha maupun pemerintah, termasuk juga klub kebugaran berbayar.

Di kota-kota besar Indonesia khususnya Jakarta, terdapat tiga klub kebugaran yang menjadi pilihan favorit saat ini, yaitu *Celebrity Fitness*, *Fitness First*, dan *Gold's Gym* (Arthen, 2016). Ketiga klub kebugaran ini berasal dari Amerika Serikat dan telah membuka cabang di Indonesia lebih dari sepuluh tahun yang lalu. Hampir semua cabang dari ketiga klub kebugaran tersebut dibuka di pusat perbelanjaan ataupun hotel mewah yang menargetkan masyarakat kelas menengah ke atas untuk menjadi anggotanya (Gurusinga, 2013). Hal ini untuk menciptakan citra (*brand image*) bahwa ketiga klub kebugaran tersebut merupakan pusat kebugaran eksklusif dengan

biaya keanggotaan yang mahal dan fasilitas yang lengkap. Dengan lokasi yang strategis dan waktu operasional yang panjang, klub kebugaran memberikan kesempatan kepada para pekerja untuk berolahraga sebelum berangkat kerja atau selepas jam kerja.

Kebugaran (*fitness*) merupakan rangkaian karakteristik fisik yang dimiliki seseorang berkaitan dengan kemampuan aktivitas secara fisik (Corbin et al, 2008). Seseorang yang bugar ialah orang yang memiliki tubuh sehat dan tidak beresiko mengalami penyakit yang disebabkan oleh kurangnya aktivitas fisik (Mood et al, 2007). Menurut Hoeger dan Hoeger (2010), kebugaran dapat dibagi menjadi dua, yaitu kebugaran yang berkaitan dengan kesehatan dan kebugaran yang berkaitan dengan keterampilan. Kebugaran yang berhubungan dengan kesehatan merupakan kemampuan untuk melakukan aktivitas sehari-hari dan mengurangi resiko munculnya penyakit yang berhubungan dengan kurangnya aktivitas fisik. Sementara, kebugaran yang berhubungan dengan keterampilan merupakan kebugaran yang penting untuk melakukan gerakan-gerakan fisik dalam aktivitas atletik, seperti

kelincahan, keseimbangan, kecepatan, dan kekuatan. Komponen-komponen dalam kebugaran yang berkaitan dengan keterampilan tersebut lebih fokus pada kelompok atlet, sehingga tidak krusial bagi orang yang bertujuan untuk mencapai kesehatan fisik (Hoeger dan Hoeger, 2010). Oleh karena itu, bila tujuan dari latihan hanya untuk membina atau meningkatkan kesegaran jasmani, bukan untuk meningkatkan prestasi olahraga, maka frekuensi latihan cukup 3-5 kali seminggu. Setiap berlatih waktu yang digunakan antara 15-60 menit untuk latihan intinya. Dalam penelitian ini, kebugaran yang identik dengan kemampuan fisik seseorang dalam menjalani kegiatan sehari-hari ialah kebugaran yang berkaitan dengan kesehatan.

Penelitian Al-Munawaroh (2015) mengenai konsep diri wanita di pusat kebugaran mengungkapkan bahwa semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat, dapat terlihat dari banyaknya masyarakat Indonesia yang melakukan kegiatan olahraga. Hal tersebut dibuktikan dengan mulai banyaknya tempat klub kebugaran yang ada di kota-kota besar di Indonesia. Olahraga di klub kebugaran juga menjadi ajang berkumpul pertemanan sesama anggota sehingga menjadi tren baru dalam pergaulan gaya hidup yang sehat. Bagi para anggota ini, berolahraga di klub kebugaran sudah menjadi gaya hidup sekaligus kebutuhan.

Seiring berjalannya waktu dan dengan hadirnya media sosial, tren kebugaran ini mengalami pergeseran. Berdasarkan penelitian Gurusinga (2013), menjadi anggota klub kebugaran dengan citra merk yang sudah diakui secara internasional membuat para anggota klub kebugaran ini memiliki kebanggaan tersendiri dibandingkan menjadi anggota klub kebugaran biasa. Munculnya media sosial seperti Instagram beserta hadirnya klub-klub kebugaran ternama menggeser kegiatan olahraga kebugaran menjadi tempat untuk merepresentasikan citra dari kebugaran yang sesungguhnya. Jika kita mencari lokasi salah satu klub kebugaran di Jakarta, contohnya Celebrity Fitness Plaza Indonesia di media sosial Instagram, akan muncul ribuan foto dan video yang menampilkan kegiatan olahraga

maupun foto diri di cermin klub kebugaran tersebut.

Fenomena di atas dicurigai menggeser makna kebugaran menjadi suatu kondisi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan citra tertentu. Di balik kegiatan kebugaran pada klub kebugaran yang diunggah ke media sosial, terdapat hal yang dapat berlainan dengan kondisi nyata yang terjadi. Hal ini dapat membuat kebugaran yang diunggah ke dalam media sosial Instagram menjadi lebih nyata dibandingkan kenyataan yang sesungguhnya terjadi.

Salah satu teori ternama mengenai realitas dan citra ialah teori Jean Baudrillard mengenai hiperrealitas. Ketika suatu hal berkembang dengan sendirinya dan membentuk realitas baru yang penuh rekayasa maka sudah menjadi hiperrealitas (Baudrillard, 1981). Realitas baru ini memiliki bentuk atau tampilan tertentu tanpa adanya substansi, melainkan hanya citra (gambaran) yang kurang menunjukkan sesuatu yang nyata, atau disebut Baudrillard (dalam Lubis, 2014) sebagai *simulacra*.

Dalam media sosial Instagram, realitas dapat menjadi kabur. Berbekal pemikiran Jean Baudrillard mengenai hiperrealitas, kajian ini bertujuan untuk mengungkap hiperrealitas kebugaran dalam media sosial Instagram melalui unggah foto kegiatan kebugaran dari kelas pekerja anggota Celebrity Fitness di Jakarta.

Penelitian ini akan menyasar pada kelas pekerja di Jakarta yang merupakan anggota dari Celebrity Fitness. Celebrity Fitness merupakan klub kebugaran yang memiliki jaringan terbesar di Indonesia. Di samping itu, Celebrity Fitness juga merupakan klub kebugaran Amerika Serikat pertama yang masuk ke Indonesia, khususnya kota Jakarta (Arthen, 2016). Dalam penelitian Gurusinga (2013), anggota klub kebugaran Celebrity Fitness merupakan kelompok menengah ke atas yang memiliki ego tersendiri untuk masuk ke dalam kelas yang bersifat eksklusif. Para anggota Celebrity Fitness beranggapan bahwa dengan mereka mengikuti tren berolahraga di berbagai pusat kebugaran di pusat perbelanjaan akan menunjukkan sebuah gengsi dibandingkan jika

mereka berolahraga secara gratis dan beramai-ramai di lapangan terbuka (Gurusinga, 2013).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dicirikan oleh adanya konstruksi sosial atas realitas dan makna kultural, di mana keaslian sebagai kunci dari pendekatan ini. Pendekatan ini fokus dalam kata-kata dibandingkan kuantitas dalam mengumpulkan dan menganalisa data. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti diharapkan dapat mengaitkan fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat dalam bentuk teks. Sehingga penjelasan dalam penelitian terhadap sebuah gejala fenomena sosial ini akan menjadi utuh. Data yang diperoleh merupakan data sebenarnya dengan interpretasi makna dibalikinya. Tradisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *phenomenological analysis*. Fenomenologi sebenarnya merupakan istilah filosofis yang diasosiasikan kepada Edmund Husserl, yang merujuk pada pemikiran fenomena yang ada, baik itu yang 'objektif' maupun yang 'subjektif'. Sebuah penelitian fenomenologi mendeskripsikan makna pengalaman hidup beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena. Peneliti yang mengadopsi pendekatan ini tertarik dengan menanyakan apakah pengalaman yang disajikan sama dengan perasaan mereka yang juga pernah mengalaminya. Tujuan dari penelitian fenomenologi ini ialah untuk memposisikan pembaca agar merasakan perasaan informan dan memiliki pemahaman yang mendalam atas seperti apa perasaan orang-orang yang mengalaminya. Pusat dari analisa fenomenologi ini ialah kepercayaan bahwa ada esensi untuk mengalami fenomena yang terjadi, dan peneliti berusaha untuk menggali lebih dalam lagi esensi tersebut (Baxter & Babbie, 2004).

Keinginan individu mengunggah foto di Instagram ketika berada di pusat kebugaran dapat disebut sebuah fenomena. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti berusaha untuk menggali secara mendalam serta melihat bagaimana perspektif para anggota pusat kebugaran setiap mereka mengunggah foto aktivitas diri mereka ketika berolahraga.

Data primer penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam terhadap dua orang informan. Pemilihan informan didasarkan pada tiga kriteria, antara lain: merupakan pekerja kantoran di Kota Jakarta, Anggota klub kebugaran Celebrity Fitness, dan sering mengunggah konten aktivitas kebugaran pada akun Instagramnya. Setelah data terkumpul, data akan dianalisis melalui tiga tahapan *coding*, yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki 2 informan, yaitu informan SG dan RA. Keduanya merupakan perempuan anggota Celebrity Fitness sejak tahun 2014. SG merupakan seorang perempuan yang berasal dari Kota Surabaya. Sejak tahun 2013, SG pindah ke Kota Jakarta untuk bekerja di salah satu firma hukum di kawasan bisnis SCBD. Pekerjaan SG dapat dibilang cukup berat dan memiliki jam kerja yang tidak tentu. Saat awal bekerja, SG tidak pernah memiliki kegiatan ketika akhir pekan, karena SG baru pindah ke kota Jakarta dan tidak memiliki kenalan. Maka dari itu, SG memutuskan untuk bergabung dalam keanggotaan klub kebugaran di Celebrity Fitness yang berlokasi di BEJ (Bursa Efek Jakarta). SG bergabung sebagai anggota di Celebrity Fitness karena mendapatkan *voucher* diskon dari temannya.

SG sendiri menyadari bahwa sejak kecil ia memiliki bentuk badan yang gemuk. Maka dari itu, SG memanfaatkan akhir pekan untuk berolahraga menurunkan berat badan sekaligus menghabiskan waktu luang dengan menjadi anggota *all club* di Celebrity Fitness. Dalam satu minggu, SG dapat berolahraga sebanyak enam kali. Bahkan pada waktu tertentu, SG dapat pergi ke pusat kebugaran dua kali dalam satu hari.

SG seringkali menampilkan foto-foto setelah berolahraga di klub kebugaran melalui media sosial Instagram. SG menggunakan tiga media sosial, yaitu Facebook, Path, dan Instagram. Dari ketiga media sosial tersebut, SG paling sering mengunggah foto setelah berolahraga di klub kebugaran pada media sosial Instagram, baik itu fitur unggah foto maupun fitur Instagram Stories. SG

menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2012, dan sekarang telah memiliki 1.331 pengikut (*followers*). Dalam akun Instagramnya, SG mengunggah foto-foto dirinya (seringkali setelah melakukan aktivitas olahraga) dengan menyertakan lokasi Celebrity Fitness. Dengan menampilkan kegiatan olahraga di Instagram, SG ingin menunjukkan pada para kolega kantornya bahwa ia memiliki kegiatan lain di luar kantor. Selain itu, SG juga ingin menunjukkan bentuk tubuhnya hasil dari berolahraga. SG mengakui bahwa dulu ketika belum aktif berolahraga, ia merupakan orang yang tidak percaya diri untuk mengunggah foto dirinya maupun bentuk badannya. Foto-foto yang diunggah SG pada akun Instagramnya dulu lebih banyak foto-foto makanan. Sekarang, akun Instagram SG banyak menampilkan foto-foto dirinya yang menampilkan bentuk tubuh hasil dari berolahraga.

Informan kedua, RA, merupakan perempuan berusia 33 tahun dan belum menikah. Saat ini RA bekerja sebagai *Personal Assistant* (PA) di Media Group, induk perusahaan dari Metro TV, Media Indonesia.

Sebelum bekerja di Media Group, RA bekerja di Ritz Carlton Hotel Pacific Place di bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jenis pekerjaan RA menuntut RA untuk banyak bekerja di meja kerja dan kurang melakukan aktivitas fisik.

RA menjadi member Celebrity Fitness Plaza Indonesia sejak 2014 dengan motivasi untuk melangsingkan badan, dan karena lokasi pusat kebugaran tersebut satu gedung dengan tempatnya bekerja. Sejak awal bergabung dengan Celebrity Fitness, RA sudah mendaftar untuk sesi dengan *Personal Trainer* (PT) sampai dengan saat ini. RA melakukan sesi dengan PT di sela-sela istirahat makan siang, dan kemudian ikut kelas yoga atau zumba setelah jam kantor. RA melakukan olahraga di Celebrity Fitness lima hari dalam seminggu, yaitu hari Senin sampai dengan hari Jumat. Dalam satu hari, RA dapat menghabiskan waktu 5 jam untuk berolahraga, 1,5 jam untuk sesi dengan PT, 3 jam untuk kelas yoga, dan 15 menit masing-masing untuk pemanasan menggunakan alat baik sebelum sesi dengan PT maupun sebelum kelas.

Tabel 1. Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Informan SG	Informan RA
Bergabung di Celebrity Fitness	2014	2014
Berat awal	60 Kg	75 Kg
Keberhasilan penurunan berat badan	50 Kg	54 Kg
Motivasi awal bergabung keanggotaan Celebrity Fitness	Mengisi waktu luang saat weekend	Ingin menurunkan berat badan
Personal Trainer (PT)	Hanya di awal, untuk mengetahui kegunaan alat-alat gym, sekarang tidak lagi	Pakai PT dari awal menjadi member, agar ada yang memicu untuk berolahraga

Meskipun RA aktif menjalankan kegiatan olahraga, namun RA sendiri mengakui bahwa ia tidak menjaga pola makan. Sejak RA berpacaran, RA mengatakan bahwa ia memang sering makan di luar dan tidak terlalu peduli dengan pola makan. RA merasa jika ia aktif berolahraga setiap harinya, maka tidak menjaga pola makan pun bukan menjadi masalah. Namun dalam kalimat lainnya, RA mengungkapkan bahwa menjaga pola makan merupakan salah satu aspek penting dalam mencapai tubuh yang bugar.

Kegiatan kebugaran yang RA lakukan seringkali ditampilkan melalui media sosial Instagram. RA menggunakan dua media sosial, yaitu Facebook dan Instagram. RA menggunakan Instagram sejak 2012 dan mempunyai 1.171 pengikut (*followers*). Di dalam akun Instagramnya, RA mengunggah foto dan video kegiatan berolahraga dan menyertakan lokasi Celebrity Fitness Plaza Indonesia. Selain itu, RA juga mengunggah foto dan video kegiatan lainnya seperti perjalanan ke luar negeri, makanan, foto bersama keluarga dan teman, foto barang bermerk, dan lain sebagainya. Motivasi RA untuk mengunggah foto dan video saat sedang melakukan kegiatan olahraga adalah untuk memotivasi pengikutnya berolahraga dan menunjukkan bahwa dengan berolahraga saja ia bisa kurus.

Kedua informan dalam penelitian ini mengakui dan merasa bahwa tubuhnya belum mencapai apa yang disebut sebagai bugar. SG, misalnya, meskipun ia setiap harinya menyempatkan berolahraga dengan mengikuti kelas *body combat*, ia masih merasa tubuhnya belum bugar. Ini dikarenakan pekerjaan yang dilakukan oleh SG memiliki jam kerja yang tidak tentu, sehingga sulit bagi SG untuk mendapatkan waktu istirahat yang cukup. Padahal, salah satu aspek penting tubuh yang bugar menurut SG ialah istirahat yang cukup.

“...kurus itu enggak equal to bugar. Karena banyak aspek, ya *endurance*, daya tahan, kekuatan, *agility*, itu sih yang bikin orang tuh physically fit..dan yang pasti itu gak akan bisa dicapai kalau kita juga gak ikut hal-hal lain di luar workout, Misalnya istirahat yang cukup, makan yang proper. Percuma aja kalau workout 7 kali seminggu terus

makannya ngawur, terus istirahatnya gak beres. Makanya aku ini tantangannya emang di waktu istirahat. Karena emang susah banget, dan itu yang bikin aku sampe sekarang belum bisa mencapai titik yang bener-bener fit gitu loh. Karena seberapa sering aku olahraga pun, aku merasa badan ini capek, karena istirahatku kurang.”

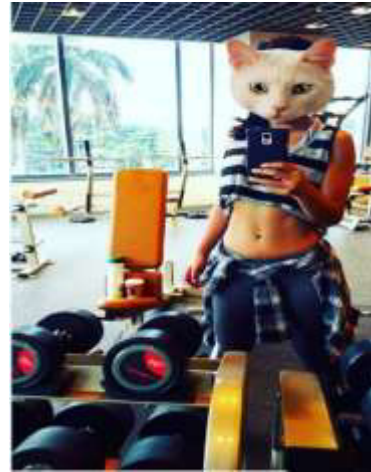
Menurut SG, kebugaran merupakan keseimbangan antara *endurance* (daya tahan), *strength* (kekuatan), dan *agility* (kelincahan). Namun, keseimbangan antara ketiga aspek tersebut tidak dapat dicapai tanpa menjaga aspek-aspek lain di luar olahraga, seperti menjaga pola makan dan istirahat yang cukup. SG mengakui bahwa ia kurang istirahat akibat padatnya jam kerja, dan ia juga tidak bisa menjaga pola makan dikarenakan makannya memang banyak. Setiap harinya, SG harus sarapan karbohidrat sebagai tenaga untuk berolahraga di pagi hari. SG juga makan pada saat malam hari, karena jam kerja yang tidak tentu. Maka dari itu, SG belum merasa tubuhnya bugar karena ia tidak menjaga pola makan dan mendapatkan istirahat yang cukup. Secara mental, SG juga mengatakan bahwa bugar ialah tidak stres. Dikarenakan pekerjaannya yang sangat *demanding*, membuat SG menjadikan olahraga di klub kebugaran sebagai pelarian sehingga dapat menghilangkan stres.

Sementara menurut RA, kebugaran idealnya olahraga sudah menjadi gaya hidup, menjaga pola makan, dan hasilnya ialah perut yang *sixpacks*. Oleh karena itu, RA belum merasa belum sepenuhnya bugar karena belum berhasil menjaga pola makan.

“...eeeeee... definisinya sih kalo menurut saya sendiri adalah orang yang rajin olahraga, yang olahraga itu bukan lagi karena kewajiban keharusan tapi juga *lifestyle* gitu. Dan juga dia orang yang jaga makanan, gitu. Orang yang jaga makanan itu pasti akan berbentuk. Akan berbentuk ototnya, akan *sixpacks*, kaya gitu. Karena dia mengurangi karbo. Yang dimakan itu kebanyakan protein. Sayaaa pemakan nasi ehehehehehe Indonesia banget Indonesia raya deh gitu...”



Gambar 1. Unggahan foto kebugaran SG
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram SG



Gambar 2. Unggahan foto kebugaran SG
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram SG



Gambar 3. Salah satu unggahan foto kebugaran SG
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram SG

Dengan demikian, RA menganggap bahwa dirinya belum dapat dikatakan bugar. namun, RA tetap menjalankan olahraga setiap hari pada hari kerja, karena merasa olahraga dapat membuat tubuhnya kurus. Bagi RA, kebugaran juga mengenai *Endurance* (daya tahan). Oleh karena itu, RA tetap menggunakan jasa *Personal Trainer* (PT) untuk latihan.

“....*Endurance*, lebih ke *endurance*. Karena kan saya suka lari. Suka ikut *event-event* lari gitu kan butuh *endurance*. Butuh ketahanan tubuh pada saat mengatur nafas. Nah itu bagus diimbangin sama yoga. Yoga kan untuk *breathing*-nya juga bagus kan. Kaya gitu.”

RA menggunakan jasa PT sejak pertama kali bergabung hingga saat ini karena

dengan demikian ia dapat berlatih dengan lebih disiplin. Selain berlatih di pusat kebugaran, RA juga suka mengikuti perlombaan lari. Dengan demikian, RA merasa sesi latihan dengan PT telah membantunya untuk dapat menyelesaikan lari hingga garis *finish*.

Realitas Kebugaran Informan

Dalam wawancara kepada kedua informan, ditemukan bahwa terdapat realitas kebugaran informan dari kegiatannya berolahraga di pusat kebugaran. Realitas kebugaran RA adalah dia melakukan olahraga hampir setiap hari. Olahraga yang dilakukan SG adalah aktivitas kardio seperti mengikuti kelas *body combat*. SG merasa pada waktu tertentu dia dapat melakukan *body combat* lebih rajin dari instruktur *body combat* itu sendiri.

“... sekarang aku minimum lima kali sebenarnya. Ummm aku biasanya kalau pagi sejam doang, bener-bener kelas doang. Cuma kalau weekend, itu kadang-kadang aku bisa dua kelas kalau gak capek. Kadang abis combat, aku ikut yang ringan lah, biar balance gitu...”

Selain itu, SG berhasil menurunkan berat badan sebanyak 10 Kg dan membuat tubuhnya lebih berotot. Di samping berolahraga di pusat kebugaran, SG juga aktif berolahraga bersama rekan-rekan kerjanya. Dia sering mengikuti kompetisi olahraga yang diadakan oleh perusahaannya seperti futsal.



Gambar 4. Unggahan foto kebugaran RA
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram RA

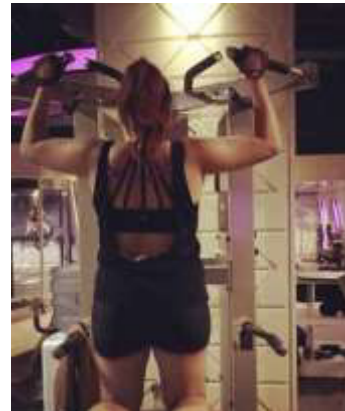
Sementara realitas kebugaran bagi RA juga tidak jauh berbeda dengan SG. RA pergi ke pusat kebugaran dua kali dalam satu hari. Yaitu pada saat istirahat makan siang, dan sore hari setelah pulang kerja. Meskipun tidak menjaga pola makan, berat badan RA turun hingga 21Kg pada saat tahun pertama. Hal ini dibuktikan melalui hasil wawancara sebagai berikut: “Karena waktu itu tuh berat badan saya 75 kilo.... Gendut bangeett lah. Waktu itu pas 2014 mulai ngegym... selama 8 bulan itu turun 21 kilo. Ga pakai diet.”

RA juga mengambil dua sertifikasi sebagai pelatih yoga dan telah menjadi instruktur yoga di waktu senggangnya. Di samping itu, RA aktif mengikuti kegiatan lari marathon di berbagai kota dan negara. Hingga Mei 2017, dia telah mengikuti 10 acara lari baik di Jakarta, Bali, hingga Singapura. Dapat

dikatakan baik SG maupun RA adalah seorang *gym freak* karena mereka menghabiskan hampir separuh waktunya di pusat kebugaran. Mereka juga aktif berolahraga dan berhasil menurunkan berat badan mereka.

Unggahan Foto Kebugaran pada Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan foto-foto kebugaran yang diunggah kedua informan dalam media sosial Instagram, terdapat temuan pola unggah foto dari masing-masing informan. Pada SG, foto-foto kebugaran yang diunggah pada Instagram merupakan foto diri sebelum atau setelah



Gambar 5. Unggahan foto kebugaran RA
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram RA

melakukan aktivitas olahraga. Contohnya ialah sebagaimana diilustrasikan dalam Gambar 1, Gambar 2 dan Gambar 3.

Sedangkan pada RA, foto-foto kebugaran yang diunggah ke Instagram merupakan foto diri ketika sedang melakukan aktivitas olahraga. Contohnya ialah dalam Gambar 4 dan Gambar 5.

Ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pola foto-foto kebugaran yang diunggah oleh masing-masing informan ke Instagram. Informan SG cenderung mengunggah foto-foto kebugaran yang menampilkan hasil dari aktivitas olahraga yang ia jalani. Misalnya, foto yang menunjukkan bentuk tubuh yang *bootygoal* (bokong ideal) dan foto perut yang rata dan kencang. Selain itu, ketika SG mengunggah foto kebugaran di Instagram, terdapat kecenderungan untuk

membuat orang yang melihat foto langsung fokus pada perutnya yang kencang. Ini menunjukkan bahwa SG ingin menunjukkan hasil tubuhnya setelah berolahraga melalui unggahan foto kebugaran di Instagram. Sementara, RA cenderung mengunggah foto-foto kebugaran yang menampilkan proses atau aktivitasnya ketika berolahraga. Misalnya pada foto unggahan RA, terlihat aktivitas olahraga yang ditampilkan ialah ketika melakukan pose *backbend* (kayang) di atas bola karet. Pada unggahan foto tersebut, terdapat *caption* (keterangan foto) bahwa dengan melakukan aktivitas olahraga *backbend*, maka perut akan menjadi rata.

merasa senang ketika foto kebugaran yang diunggah mendapat *like* (disukai) oleh instruktur *gym* favoritnya. Melalui unggah foto kebugaran di Instagram, SG ingin menunjukkan pada kolega-koleganya bahwa ia memiliki aktivitas lain di luar kantor, yaitu aktivitas olahraga dan menunjukkan bentuk tubuh hasil dari berolahraga.

Sedangkan pada RA, citra yang ingin ia tampilkan melalui unggahan foto kebugaran di Instagram ialah citra bahwa hanya dengan berolahraga, maka dapat menurunkan berat badan.



Gambar 6. Unggahan foto kebugaran RA yang menampilkan merk Victoria Sport
Sumber: Dokumentasi pribadi dari akun Instagram RA

Selain pola unggahan foto, hasil wawancara kepada kedua informan menunjukkan bahwa terdapat citra yang mereka ingin tampilkan ketika mengunggah foto-foto kebugaran di Instagram. Pada SG, citra yang ingin ia tampilkan ialah ingin menunjukkan bahwa ia aktif berolahraga di luar kantor.

“...di firm aku yang sekarang, itu lebih senang ngeliat kalau *lanyer-lanyernya* tuh juga aktif berolah raga. Karena ada di *law firm-law firm* gitu ada semacam kompetisi tahunan untuk olahraga antar konsultan hukum. Dan kantorku ini termasuk yang kayak langganan juara umumnya gitu...”

Selain itu, SG juga ingin menunjukkan bentuk tubuhnya setelah berolahraga dan

“..temen-temen tuh tau kalo misalkan saya dulu gemuk gitu loh. Sebenarnya malah mau memotivasi mereka gitu. Maksudnya dengan olahraga aja itu cukup loh. Bisa loh nurunin berat badan. Jadi kalian ga perlu minum obat-obatan...”

Hal ini terbukti berhasil dilakukan oleh RA, bahwa dalam delapan bulan pertama ia bergabung di Celebrity Fitness, RA berhasil menurunkan berat badan sebanyak 21 Kg. Selain itu, melalui unggah foto kebugaran di Instagram, RA ingin memotivasi teman-temannya di Instagram.

Selain aktivitas olahraga, foto-foto kebugaran yang diunggah oleh RA dalam akun

Instagramnya juga cenderung menampilkan merk-merk tertentu yang cukup terkenal.

Maka dari itu, melalui aktivitas kebugaran yang diunggah dalam Instagram, RA juga ikut menampilkan merek-merek tertentu yang ia pakai ketika berolahraga.

Secara konsep, kebugaran menurut Mood et al. (2007) ialah ketika orang tersebut memiliki tubuh sehat dan tidak beresiko mengalami penyakit yang disebabkan oleh kurangnya aktivitas fisik. Sementara aspek-aspek kebugaran menurut Hoeger dan Hoeger (2010) antara lain daya tahan, komposisi tubuh, kekuatan dan daya tahan otot, dan kelenturan. Namun, aspek-aspek kebugaran bagi kedua informan ialah memiliki *endurance* (daya tahan), menjaga pola makan, serta *body shapping* (membentuk tubuh). Hal ini dibuktikan oleh kedua informan yang dapat melakukan berbagai aktivitas kardio seperti lari dan futsal. Informan juga beranggapan apabila ingin mendapatkan tubuh bugar harus menjaga pola makan. Seperti, tidak makan malam dan mengurangi konsumsi karbohidrat. Selain itu, bagi informan kebugaran adalah membentuk tubuh. Hal ini dibuktikan dengan bentuk tubuh kedua informan yang telah berubah jauh dari awal berolahraga di pusat kebugaran hingga saat ini.

Lebih lanjut lagi, diskusi temuan penelitian ini akan dijabarkan lebih lanjut menjadi dua, antara lain simulasi unggah foto dan hiperrealitas kebugaran dalam media sosial Instagram.

Simulasi Pada Unggahan Foto Kebugaran

Dalam hal unggah foto kebugaran yang dilakukan oleh kedua informan, terdapat simulasi yang dikondisikan sebaik mungkin agar apa yang mereka tampilkan di media sosial Instagram dapat menunjukkan adanya aktivitas kebugaran. Simulasi dimulai ketika pengunggah foto menonjolkan sesuatu dalam foto yang diunggah ke Instagram. Saat mengambil foto, keadaan dikondisikan sedemikian rupa dan semenarik mungkin untuk memperlihatkan bentuk tubuh dan kegiatan ketika berolahraga di klub kebugaran. Dalam penelitian ini, baik informan SG maupun RA telah menggunakan simulasi pada foto dan video kebugaran yang diunggah di media sosial Instagram.

Informan SG misalnya, selain melakukan pose tertentu yang ditujukan agar bentuk tubuhnya terlihat ideal, mengambil foto dari sudut tertentu, dan menyesuaikan pencahayaan ketika mengambil foto kebugaran yang akan diunggah ke Instagram. Untuk menampilkan perutnya yang kencang, SG melakukan trik seperti *flexing* (menahan napas). Setelah itu, foto tersebut juga akan melalui proses *editing* terlebih dahulu, misalnya dengan menggunakan *filter* untuk menonjolkan bagian tubuh tertentu, memasang artikel untuk menutupi bagian tubuh tertentu, atau dengan memotong ukuran foto (*crop*). Pada Informan RA, simulasi pada unggahan di Instagramnya juga menampilkan foto dan video yang dikondisikan dengan pose-pose tertentu, serta keterangan foto (*caption*) yang menarik dan memotivasi para *followers* (pengikutnya) di Instagram.

Untuk menampilkan kebugaran dalam media sosial Instagram, simulasi tidak hanya dilakukan dalam satu waktu. Hal tersebut harus dilakukan berulang-ulang agar orang lain menganggap apa yang ditampilkan di foto adalah gaya hidup dari informan. Hal tersebut tidak terlepas dari alasan bahwa mengunggah foto ketika berolahraga di pusat kebugaran dianggap memiliki tubuh yang bugar. Selain itu, menandai lokasi Celebrity Fitness di Instagram juga menjadi simbol masyarakat kelas atas, mengingat biaya bulanan keanggotaan di Celebrity Fitness cukup mahal. Maka dari itu, simulasi yang dilakukan berulang-ulang dapat memunculkan realitas yang bukan realitas.

Simulasi merupakan sesuatu yang berbeda dengan representasi, karena representasi menampilkan gambar yang setara dengan kenyataannya. Simulasi, dalam hal ini mengaburkan kenyataan yang sebenarnya. Baudrillard (1981) memaparkan empat tahap pencitraan, antara lain citra yang merefleksikan kenyataan yang mendasar, citra yang menyembunyikan dan memalsukan kenyataan yang mendasar, citra yang menyembunyikan ketiadaan kenyataan, dan terakhir, citra yang tidak berhubungan dengan kenyataan apapun. Dalam hal unggah foto kebugaran, simulasi dalam unggahan foto telah mengaburkan kebugaran yang sebenarnya. Maka dari itu, unggah foto kebugaran di Instagram

merupakan tahapan pencitraan yang kedua, bahwa citra yang menyembunyikan dan memalsukan kenyataan yang mendasar.

Hiperrealitas Kebugaran dalam Media Sosial Instagram

Instagram merupakan ruang terbaik terbentuknya hiperrealitas. Hiperrealitas terwujud karena media sosial Instagram dapat merepresentasikan hiperrealitas menjadi realitas palsu. Dalam pelaksanaannya, mengunggah foto di klub kebugaran dapat merepresentasikan kebugaran. Pada kenyataannya, pengunggahan foto belum tentu menjalankan aktivitas kebugaran secara keseluruhan tertuang dalam Tabel 2.

Dalam fenomena unggah foto kebugaran di Instagram, temuan menunjukkan bahwa memang terdapat realitas kebugaran yang sesungguhnya terjadi. Baik informan SG maupun RA, keduanya berhasil menurunkan berat badan dan memang rutin melakukan aktivitas olahraga di klub kebugaran setiap harinya. Namun, ketika kedua informan mengunggah foto-foto kebugarannya pada media sosial, mereka telah melakukan simulasi dengan mengambil foto yang telah dikondisikan sedemikian rupa agar terlihat lebih bugar daripada bugar yang sesungguhnya. Hal ini merupakan bentuk hiperrealitas yang muncul dari unggahan foto oleh kedua informan.

Tabel 2. Realitas dan Hiperrealitas Kebugaran Informan

Informan	Realitas	Hiperrealitas
SG	a. Memiliki bentuk bokong yang biasa saja b. Memiliki perut yang rata tetapi belum berotot	a. Melakukan pose tertentu seperti menaikkan satu kaki, mengambil foto dari samping tubuh, dan menggunakan efek hitam putih untuk menampilkan “ <i>booty goal</i> ” b. Mengencangkan perutnya dan melakukan <i>flexing</i> (tahan napas) agar perut terlihat rata dan otot perut terlihat
RA	a. Perutnya tidak rata b. Menghabiskan waktu hingga 5 jam untuk latihan di klub kebugaran Celfit c. Berat badan turun sebanyak 21 Kg	a. Unggahan video saat sedang melakukan latihan <i>upper body</i> menggunakan alat. Dalam video tersebut, badan informan masih tidak kurus. Hal ini tidak sesuai dengan pernyataan informan yang dalam sehari bisa berolahraga hingga 5 jam, namun waktu yang selama itu tidak berhasil membuat informan kurus. Ini menunjukkan kemungkinan informan tidak berolahraga dengan keras. b. Unggahan foto informan yang sedang melakukan latihan di atas bola besar dengan caption: ‘ <i>resting</i> 3 menit di atas <i>gym ball</i> ’ begini, bisa bikin perut rata loh’. tetapi pada kenyataannya, informan tidak memiliki perut rata. c. Unggahan lain, infoman membanding dua fotonya dengan caption: ‘ <i>that feeling after being a beast</i> ’. Unggahan tersebut membandingkan bentuk tubuhnya saat masih gemuk dan sudah turun berat badan. Pada kenyataannya informan menyatakan bahwa berat tubuhnya fluktuatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran temuan dan diskusi penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Memang terdapat realitas dalam kelas pekerja anggota Celebrity Fitness. Realitasnya adalah kegiatan olahraga yang dilakukan oleh para pengunggah foto hingga dapat dibilang mereka adalah *gym freak*, karena intensitas mereka menghabiskan waktu di klub kebugaran yang hampir setiap hari. Sementara, hiperrealitas terjadi ketika pelaku mengunggah foto di Instagram. Pelaku mengambil foto yang telah dikondisikan sedemikian rupa, seperti melakukan pose tertentu dan melakukan edit foto untuk menampilkan hasil berolahraga lebih dari hasil yang ia dapatkan; (2) Simulakra simbol-simbol kebugaran ditampilkan dalam media sosial Instagram ketika foto yang diunggah merupakan hasil prekondisi sedemikian rupa membentuk citra yang diinginkan. Misalnya pose ketika berolahraga, pencahayaan, dan melakukan *flexing* (tahan napas). Selain itu, sebelum foto diunggah, foto mengalami proses edit terlebih dahulu seperti *cropping*, *filtering*, serta *sticker* untuk menutupi bagian tubuh tertentu agar orang yang melihat foto unggahannya fokus pada bagian tubuh lain yang memang ingin ditonjolkan oleh pengunggah foto.

Berdasarkan hasil temuan, diskusi, dan kesimpulan penelitian, terdapat saran yang merupakan implikasi dari penelitian ini. Secara akademis, perlu adanya kajian lebih lanjut terhadap pengunggah foto-foto kebugaran berjenis kelamin laki-laki, bagaimana hiperrealitas kebugaran dalam foto ataupun video yang diunggah oleh laki-laki, apakah memiliki pola berbeda dibandingkan pengunggah foto kebugaran yang berjenis kelamin perempuan. Selain itu, perlu juga adanya kajian mengenai hiperrealitas kebugaran kepada individu yang tidak tergabung sebagai anggota klub kebugaran. Misalnya, individu yang melakukan olahraga di *car free day* (CFD), atau bergabung dalam kegiatan lari serta marathon. Apakah akan terdapat pola unggahan dan temuan hiperrealitas berbeda dibandingkan unggahan foto di klub kebugaran ternama. Sementara

secara sosial, penelitian ini dapat membuka pengetahuan kepada pembaca bahwa hiperrealitas dapat terjadi pada kegiatan apapun, terutama dengan hadirnya media baru. Penelitian ini juga dapat menyadarkan para pembaca bahwa secara sengaja maupun tidak sengaja, kita sendiri juga melakukan konstruksi hiperrealitas di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthen, D. (2016). *The Fitness Phenomenon*. The Jakarta Post, 31 Mei 2016. Diakses dari :<http://www.thejakartapost.com/longform/2016/05/31/the-fitness-phenomenon.html>
- Baudrillard, Jean. (1981). *Simulacra and Simulation*. United States of America: The University of Michigan Press.
- Baxter, L. (2004). *The Basics of Communication Research*. Belmont CA: Wadsworth/Thompson Learning.
- Corbin, C. B. (2008). *Concepts of Physical Fitness : Active Lifestyle for Wellness* (14th ed.). New York: McGrawHill.
- Gurusinga, J. H. (2013). *Opini Pengunjung Celebrity Fitness Terhadap Fitness Centre Sebagai Gaya Hidup (Studi Deskriptif Opini Pengunjung Celebrity Fitness Sun Plaza Medan terhadap Fitness Centre Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Modern di Kota Medan)*. Diakses dari :
<https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/download/13817/6171>
- Hoeger, Werner W.K. and Sharon A. Hoeger. (2010). *Principles and Labs for Physical Fitness* (7th ed.). Belmont : Wadsworth.
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2014). *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta : Rajawali Press.
- Mood, D. P., A. W. Jackson, and J. R. Morrow, Jr. (2007). Measurement of physical fitness and physical activity: Fifty National children and youth fitness study years of change. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 11(4), 217–227.
- Munawaroh, Al. (2015). *Konsep Diri Wanita Gym Freak Mengenai Kecantikan*. Universitas Telkom.