BAB II

FITNESS, GENDER, DAN DISIPLIN TUBUH

Pada bab kedua ini, peneliti akan menjabarkan hal-hal penting terkait dengan tema penelitian yaitu fitness, gender dan disiplin tubuh secara lebih mendalam. Selain itu, akan dijabarkan pula mengenai Reps ID, situs kesehatan dengan fokus pembentukan tubuh dan fitness yang menjadi objek dari penelitian ini. Adapun data dalam bab ini diperoleh dari literatur serta penelitian terdahulu yang mengangkat tema senada. Hal ini penting untuk dijabarkan, mengingat proses pencarian mekanisme disiplin tubuh melalui teks dengan analisis wacana Foucault memerlukan data-data penunjang misalnya dari aspek konteks dan historis untuk mempertajam analisis.

2.1 *Body Image*, Fit dan Fitness

2.1.1 *Body Image* : Sebuah Dimensi Pendisiplinan

Body image merupakan sebuah konsep multidimensi, subjektif dan dinamis yang meliputi persepsi, pemikiran dan perasaan individu terhadap tubuhnya. *Body image* tidak hanya terbatas pada karakteristik estetis pada seseorang tetapi juga pertimbangan kesehatan, keterampilan dan seksualitasnya (Neagu, 2015). *Body image* tidaklah sesederhana merefleksikan anugerah bawaan individu yang sejak lahir ada atau umpan balik yang diterima seseorang dari hal-hal tertentu. Meskipun, faktor-faktor tersebut bisa jadi memang mempengaruhi kepuasan seseorang akan tubuhnya.

Image yang ada ini terkadang bisa jadi sama dengan realita, tapi lebih sering *image* ini berbeda dari tubuh yang sesungguhnya. Ketika mendapati

ketidaksesuaian dengan *body image* ini, orang cenderung akan rela melakukan apa saja demi mendapatkan ukuran atau bentuk tubuh tertentu. Bahkan dalam beberapa kasus, terkadang seseorang rela untuk melakukan pola makan atau diet yang tidak sehat. Untuk itu, menjadi penting memahami konsep dasar dari *body image* dalam kajian pendisiplinan tubuh, khususnya dalam wacana fitness. Sebab memahami *body image* akan dapat membukakan wacana kita terhadap hal-hal sepsifik mengenai tubuh. Salah satunya adalah penyebab dari gangguan makan dan obsesi tidak sehat akan kontrol berat badan. Masalah ini seringkali terjadi dalam masyarakat kita, khususnya pada perempuan (Parrillo, 2008 : 69).

Komponen perseptual dari *body image* biasanya merujuk pada estimasi ukuran atau bentuk tubuh. Sebagaimana telah dipelajari dalam banyak studi sebelumnya, bahwa kepuasan terhadap tubuh perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki. Sebuah hasil riset di Kanada (dalam Croll, 2005 : 155), menyebutkan 85% wanita mengkhawatirkan penampilan fisik mereka, dua kali lipat lebih besar daripada laki-laki. Menurut survey dalam statistik *body image* ada lebih dari 80% perempuan yang mengemukakan bahwa gambaran wanita di media membuat mereka merasa minder akan tubuhnya, dan lebih dari 91% wanita yang mengaku tidak menyukai bentuk tubuh mereka, sehingga harus melakukan diet untuk memperbaikinya (sumber : https://www.statisticbrain.com/body-image-statistics/ diakses pada 2 Desember 2017 pukul 02.00 WIB). Hal ini disebabkan karena adanya sosialisasi gender dan ekspektasi kecantikan secara budaya, kepatuhan

terhadap peran gender tradisional, etnisitas, profesi, dan lain-lain (Neagu, 2015)

Body image, seringkali dikaitkan dengan gagasan umum mengenai *self image* yang dihasilkan dari internalisasi opini dari orang-orang atau lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, serta media mengenai atribut dan perilaku yang selayaknya untuk masing-masing gender. Hal ini pada akhirnya secara turun temurun mempengaruhi batas-batas persepsi mengenai fisik seseorang. Peran gender tradisional melihat femininitas sebagai kecantikan dengan hasrat untuk menampilkan bentuk tubuh yang atraktif, sedangkan maskulinitas diidentikkan dengan kekuatan, kontrol dan paksaan, dan dengan ini, tubuh laki-laki seolah memiliki makna untuk melakukan sesuatu di lingkungan eksternal, tetapi tidak dengan perempuan (Murnen & Don dalam Neagu, 2015). Selain itu, berfokus terhadap kualitas estetika tubuh ketimbang fungsinya akan menciptakan kepercayaan diri yang rendah serta ketidakpuasan, yang pada akhirnya juga akan mengarahkan seseorang pada depresi, merasa diri tidak bernilai, *body shaming*, kecemasan, dan hal-hal negatif lainnya. *Body image* dalam hal ini dapat digolongkan sebagai salah satu isu yang cukup kompleks. Masalah pribadi mengenai *self-image* yang tidak sehat dan tidak realistis dapat menyebabkan problem mental dan kesehatan fisik. Selain itu, timbul pula masalah dari tekanan sosial dan kompetisi ideal yang menghasilkan budaya rendah diri dan penyalahgunaan *body image* (Parrillo, 2008 : 90).

Pembahasan mengenai *body image* menjadi penting untuk diangkat dalam kajian pendisiplinan tubuh di media sebab hal ini memiliki implikasi yang luar biasa dalam membentuk persepsi individu mengenai pengawasan dan kuasa yang terbangun dalam diri individu tanpa disadari. Sebuah analisis teks majalah fitness dari Margaret Duncan (dalam Pirkko dan Markula, 2006 : 193) yang dilakukan di tahun 1994 memaparkan contoh-contoh berlakunya panoptisisme. Dalam majalah tersebut, ditampilkan sejumlah kisah sukses mengenai diet dan latihan fisik yang dikombinasi dengan foto para model yang langsing dan glamor, sehingga hal ini mengarahkan perempuan untuk memiliki pandangan panoptik. Pada akhirnya, hal tersebut membuat para perempuan mengobservasi kembali tubuh mereka dengan adanya tekanan, sebab merasa bahwa tubuh mereka tidak normal dan bertentangan dengan *body image* yang tidak realistis. Akhirnya, praktik dari *body image* yang ditampilkan ini berangsur-angsur menjadi motivasi mereka dalam mendisiplinkan diri sebab adanya kuasa panoptik. Sehingga tidak perlu institusi apapun yang mendisiplinkan, cukup diri mereka sendiri yang melakukan pengawasan diri terhadap tubuh dan aktivitas fisik yang dilakukan untuk mencapai *body image* yang dianggap ideal tersebut.

2.1.2 Fitness dan Perkembangannya

Tubuh manusia sejak zaman prehistoris sudah diandalkan untuk berburu dan bertahan atau *survival*. Meskipun hari ini, manusia sudah tidak lagi dituntut untuk bertahan dalam kegiatan tersebut, namun kini fitness digunakan untuk mengatur kesehatan dan kesejahteraan. Untuk itu, penting bagi kita untuk

melihat evolusi kesehatan dan fitness dari waktu ke waktu. Dulu, kebugaran tubuh adalah simbol dan ukuran kekuatan militer. Di zaman kekaisaran seperti Persia, Macedonia, Roman, orang-orang dituntut untuk memiliki orientasi terhadap kebugaran tubuhnya masing-masing. Kebugaran fisik menjadi satu hal utama untuk memastikan kekuatan dan daya tahan kekaisaran tersebut. Bahkan, kekaisaran China dan India, kemudian menggunakan konsep fitness bukan hanya untuk tujuan militer, namun juga untuk kesehatan. Konfusius, pemimpin politik dan filosofis dari China pun sangat mendukung orang untuk melatih tubuh agar tidak mudah sakit melalui latihan seperti yoga atau silat. Dari sinilah, fitness tidak hanya dipandang sebagai suatu aktivitas yang berkaitan dengan kemiliteran, tetapi juga untuk mencegah penyakit fisik (http://www.healthfitnessrevolution.com/fitness-throughout-the-history-of-time/ diakses pada 20 Oktober 2018 pukul 12.41 WIB).

Industrialisasi dari bidang ini dimulai di Amerika Serikat dan Eropa, dari adanya gaya hidup yang tidak sehat dan menyebabkan kematian tinggi sebab penyakit seperti kanker, diabetes, gangguan cardio, sehingga disimpulkan bahwa orang yang tidak aktif secara fisik akan memicu pada sejumlah penyakit berbahaya. Di awal abad 20-an awal, di barat muncul pergerakan menjaga kebugaran tubuh demi kepentingan keamanan dan kesehatan negara (Wealth, 2010). Pernah suatu hari, di Amerika Serikat, gairah terhadap fitness menurun, dan tidak disangka menyebabkan krisis moneter. Ternyata hal tersebut berdampak pada perekonomian. Sehingga disimpulkan bahwa ada korelasi antara kurangnya kebugaran tubuh dengan

merosotnya perekonomian (http://www.healthfitnessrevolution.com/fitness-throughout-the-history-of-time/ diakses pada 20 Oktober 2018 pukul 12.41 WIB). Di Indonesia sendiri, industri fitness terbilang berkembang pesat seiring dengan berkembangnya pasar kalangan menengah ke atas, di mana nilai pasar industri ini diestimasikan sekitar Rp 2-3 triliun (sumber : https://www.beritasatu.com/lainnya/450956-pasar-industri-kebugaran-di-ri-capai-rp-3-triliun.html diakses pada 5 Februari 2019 pukul 07.00 WIB).

Sejak awal mula munculnya fitness hingga perkembangannya saat ini, terdapat beberapa perubahan dari pandangan masyarakat secara umum mengenai fitness dan gaya hidup. Dalam literatur ilmiah saat ini, fitness yang terkait dengan kesehatan mencakup aktivitas-aktivitas yang meningkatkan kualitas kardiovaskular. Fitnes yang terkait dengan kesehatan saat ini terbagi menjadi beberapa komponen dalam hal kardio fitness, yang meliputi fleksibilitas, kekuatan otot, ketahanan dan komposisi tubuh. Fitness yang berhubungan dengan kesehatan, umumnya akan dibedakan dengan fitness dengan keterampilan spesifik pada kemampuan motorik seperti dalam kompetisi olahraga, sebab formasi diskursif, koherensi, serta konsep dan teorinya berbeda (Markula & Pringle, 2006: 57).

Topik fitness juga dalam perkembangannya kerap dikaitkan dengan urusan kesehatan, harapan hidup dan populasi (Shephard, 2015 : 1065). Dari keterkaitan tersebut, muncul anggapan bahwa individu yang tidak aktif bergerak secara fisik, akan menjadi rentan terhadap penyakit. Ini tidak hanya berkaitan dengan kesehatan individu, namun juga harapan hidup dan populasi

suatu bangsa atau masyarakat. Sehingga, konsep fitness dan pergerakan fisik juga seringkali dikaitkan dengan *governmentality* dimana urusan kesehatan individu melalui pergerakan aktif fisiknya, bukan hanya menjadi urusan dirinya sendiri, namun juga bagian dari urusan negara.

Fitness terkait kesehatan seharusnya mencakup konsep aktivitas fisik yang dilakukan demi pencegahan penyakit kronis bagi tubuh. Secara ilmiah, Markula dan Pringle (2006 : 58) memberikan gambaran mengenai panduan latihan spesifik tertentu dari *The American College of Sport Medicine* (ACSM) berdasar pembagian dari fitness fisik yang didesain untuk meningkatkan komponen dari kebugaran fisik. Fitness yang berkaitan dengan kesehatan ini menciptakan suatu rangkaian aktivitas fisik yang disebut dengan resep latihan. Resep latihan masing-masing memiliki mode atau tipe latihan, intensitas latihan, durasi latihan, dan juga frekuensi latihan.

Foucault (dalam Markula & Pringle, 2006 : 58) menambahkan bahwa pengetahuan fitness dan praktik diskursifnya mungkin tidak dipahami atau diorganisir dengan cara yang sama. Untuk itu, dalam melihat tahap arkeologi ini, peneliti harus melihat pula jenis-jenis latihan yang digunakan dalam wacana fitness yang disajikan melalui teks media, untuk kemudian dicocokkan dengan formula fitness dalam literatur olahraga dan kesehatan yang sesungguhnya. Konsep-konsep tersebut nantinya akan memungkinkan kita untuk melihat formasi fitness yang terkait dengan kesehatan sebagai formula teoritis tentang tubuh yang fit, yang kemudian diteruskan menjadi suatu resep latihan untuk mendapatkan tubuh yang fit atau bugar.

Namun, seiring berjalannya waktu, fitness pun berkembang menjadi suatu wacana yang menciptakan koneksi antara kesehatan dengan fitness fisik, di mana hal ini memungkinkan untuk mengalihkan dari pengawasan resiko kesahatan menjadi pengawasan terhadap kekurangan tubuh individu (Markula & Pringle, 2006 : 70). Hal ini pada akhirnya menjadikan fitness yang berkaitan dengan kesehatan sebagai teknik pendisiplinan yang 'mengoreksi' individu, di mana ia dapat menciptakan keberagaman yang terorganisir dengan cara menormalisasi perbedaan tubuh individu melalui wacana 'populasi yang sehat'. Hal-hal tersebut merupakan perkembangan dan pengetahuan mengenai fitness yang dihubungkan dengan pengetahuan kesehatan.

Di era sekarang, istilah 'fitness' seringkali diasumsikan merujuk pada kategori spesifik dari pembentukan otot atau cardiovascular. Hal ini juga berkaitan erat dengan bentuk dan ukuran tubuh, yang lebih spesifiknya merujuk pada penampilan secara umum. Istilah fitness ini telah dimaknai begitu beragam di budaya Amerika Utara dan muncul dalam berbagai wacana mengenai olahraga, *body image*, *fashion* dan kesehatan (Petersen, 2007). Hal-hal seperti meningkatnya komersialisasi dari tokoh publik yang memiliki perhatian terhadap tubuh dan fitness, serta isu-isu tertentu mengenai obesitas telah memberikan kontribusi terhadap ketertarikan publik mengenai fitness. Sejauh ini, fitness juga memainkan peran kunci dalam kontruksi sosial dari tubuh dan gender.

Fitness, sejatinya berkembang melalui seni dan teknik pembentukan tubuh, sebab banyak bentuk teknik latihan dalam fitness diambil dari aktivitas pembentukan tubuh atau *bodybuilding* (Andreasson & Johansson, 2013). Dalam konsep sosiologi kontemporer, bentuk tubuh dan kontrol fisik dipahami sebagai pusat identitas diri individu. *Body image* ditampilkan dalam berbagai media populer sedemikian rupa sebagai patologi dominan individu, yang pada akhirnya mengarahkan pada efek negatif bagi seseorang (Coffey, 2012). Kuasa, dalam hal ini, telah membuat adanya keinginan untuk mencapai 'tubuh yang sempurna' melalui latihan-latihan kedisiplinan seperti aktivitas fitness dan memonitor berat badan. Obesesi untuk menjadikan tubuh fit, kurus dan sehat merupakan hasil dari dua wacana. Wacana pertama adalah wacana kesehatan yang berisi pengetahuan yang diproduksi oleh medis dan wacana populer mengenai kesehatan yang seolah-olah adalah wacana kesehatan ilmiah. Wacana ini menyajikan tubuh fit dan kurus sebagai kategori sehat, dan memperlakukan kelebihan berat badan atau tubuh tidak fit sebagai tubuh yang tidak sehat dan tidak ideal (Pylypa, 1998). Wacana kedua merupakan produk dari industri media dan periklanan yang menggambarkan bahwa tubuh fit dan kurus bukan hanya sehat, tetapi juga cantik dan seksi. Kemudian, tubuh yang tidak fit akhirnya dikategorikan sebagai jelek, tidak seksi dan tidak populer.

Wacana fitness dan disiplin tubuh di sini sangat berkaitan dengan konsep biopower yang digagas oleh Foucault. Menurutnya, kuasa dapat secara efektif menyembunyikan mekanisme 'pendisiplinan' ini dan searah dengan menciptakan keinginan pada individu. Wacana fitness dipenuhi dengan

rujukan yang tidak hanya merujuk pada moralitas dan kedisiplinan tapi juga kepuasan hati. Kedisiplinan kemudian ditransformasi dari paksaan menuju kebebasan (Pylypa, 1998). Kuasa juga dapat menyembunyikan diri dalam resistensi pemberdayaan. Dalam wacana fitness dan tubuh langsing, kebebasan mengarah kepada pemberdayaan dan pendisiplinan diri. Pengawasan dari berat badan dan fitness, diri orang lain, profesi medis dan media. Seluruh komponen yang menjadi pengawas ini bisa datang dari mana saja, dari cermin di sekitar individu, televisi, majalah, internet dan lingkup lainnya yang lebih luas.

Foucault berargumen bahwa kuasa memproduksi tipe tubuh yang diinginkan oleh masyarakat. Fitness dan diet menciptakan tubuh yang disiplin dan layak untuk menjadi usaha kapitalis yang produktif, terkontrol, dan terbiasa dengan regulasi eksternal. Ketidakpuasan dengan tubuh dengan melakukan diet juga merupakan hal bagus untuk para kapitalis sebab hal ini akan mengarahkan orang-orang pada konsumsi, berupa pakaian baru, alat-alat latihan, sepatu olahraga, buku-buku diet, program diet, serta makanan khusus diet. Kebutuhan kapitalisme akan produksi dan konsumsi akhirnya terpenuhi dalam hal ini melalui penyeimbangan ideologi ‘kesehatan sebagai kontrol’ dengan menekankan disiplin melalui fitness untuk membuat kita menjadi pekerja yang produktif dengan ideologi ‘kesehatan sebagai kebebasan’ yang menekankan kepuasan dari keinginan yang membuat kita menjadi konsumen secara terus menerus (Crawford, 1984). Ajakan untuk fitness meyakinkan masyarakat untuk mengontrol tubuh individu dan tanggungjawab akan

kesehatan, sebuah ideologi yang juga melayani kebutuhan kapitalis. Mereka menekankan bahwa siapapun bisa mempunyai bentuk tubuh ideal yang langsing, selagi mau berusaha keras dan mencoba. Selagi individu tetap mendisiplinkan tubuhnya, maka akan menjadi mudah untuk mereka melakukan hal-hal seperti fitness, diet, dan sebagainya, akan bisa berhasil membentuk tubuh 'ideal'.

Pandangan lain juga melihat tubuh sebagai subjek dominasi dalam rezim fitness. Melalui perspektif Marxist, individu akhirnya menjadi teralienasi dari tubuh mereka melalui rezim fitness yang didesain untuk mengatur tubuh sebagai sebuah modalitas. Tubuh menjadi tanda, bahkan penda moral bagi orang yang melihat dan menghakimi, ketimbang menjadi identitas yang sesungguhnya dari diri itu sendiri (Dworkin & Wachs, 2009 : 9). Lebih jauh lagi, fitness dan pendisiplinan tubuh juga erat kaitannya dengan gender. Laki-laki dan perempuan, mengalami pendisiplinan yang berbeda dalam pembentukan tubuh melalui wacana fitness, terutama yang dibangun oleh media. Kembali lagi kepada konsep *body image* yang disebarkan oleh media, demikian pulalah tubuh seorang perempuan dan laki-laki akan dibentuk dengan menyesuaikan kepada konstruksi 'ideal' melalui aktivitas fitness. Tubuh, selanjutnya diidentikkan dengan maskulinitas dan femininitas dalam aktivitas pendisiplinannya.

2.2 Gender di Media dan Konstruksi Tubuh di Dalamnya

Gender merupakan salah satu konsep identitas yang normalisasinya masih mengikuti norma-norma atau standar yang ada di masyarakat. Media pun turut

andil dalam membentuk konsep ini. Sehingga, menjadi penting untuk membahas bagaimana gender di media untuk mendiskusikan lebih lanjut mengenai kekuatan ekspresi identitas. Namun sebelumnya, untuk memahami konsep ini lebih dalam lagi, kita perlu mengetahui dasar dari perbedaan jenis kelamin dengan gender. Jenis kelamin merujuk kepada deskripsi anatomi kromosom yaitu perempuan dan laki-laki. Jenis kelamin bersifat biologis. Sedangkan gender, tidak seperti jenis kelamin. Ia terbentuk bukan secara biologis namun secara konstruksi budaya. Gender merujuk pada maskulinitas dan femininitas serta mendeskripsikan pola-pola perilaku, sehingga bagaimana seseorang dianggap bagian dari maskulin atau feminin akan bergantung budaya atau konteks (Richardson & Wearing, 2014 : 1). Sikap dan tampilan fisik individu yang direpresentasikan akan membangun identitas mereka di aspek lain. Salah satu performa penting dalam hal ini adalah performa gender. Orang berperilaku untuk menyampaikan dan mengonfirmasi keanggotaan fisik dan perilaku pada jenis kelamin tertentu yang biasa masuk dalam kategori gender secara sosial.

Perilaku-perilaku yang kerap dinormalisasi yang membuat individu dianggap menjadi bagian dari gender tertentu biasanya diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, dikonstruksi oleh masyarakat, dan dikuatkan oleh institusi yang ada, seperti misalnya media. Menurut Butler (1993), konsep dari gender seringkali dinaturalisasi dan disahkan oleh media. Teks media adalah representasi, dimana mereka bukan realitas sesungguhnya, tetapi ia adalah dunia yang berbeda dalam dunia nyata dimana ia direpresentasikan. Agar dapat tampak nyata, audiens perlu mempercayai konten dari media. Audiens setidaknya dapat

menerima apa yang direpresentasi dalam konten media sebagai sesuatu yang nyata sebab penggunaan konsep gender ini seringkali sesuai dan disesuaikan dengan perilaku yang dikonstruksi di masyarakat, juga seolah merefleksikan apa yang terjadi di dunia nyata. Sebab media telah menjadi bagian dari hidup kita, cara mereka merepresentasikan gender dengan cara yang salah dapat mendistorsi bagaimana kita melihat diri kira dan apa yang kita lihat sebagai hal yang normal dan ideal bagi laki-laki dan perempuan. Secara umum, media menggambarkan perempuan dan laki-laki dalam stereotip yang membatasi persepsi kita dalam hal kemungkinan atau kemampuan yang bersifat manusiawi. Biasanya, laki-laki digambarkan sebagai aktif, petualang, kuat, agresif secara seksual dan jarang terlibat dalam urusan rumah atau mengurus keluarga. Hal ini kemudian selaras dengan pandangan budaya mengenai gender dimana perempuan adalah objek seks yang umumnya digambarkan muda, langsing dan cantik, pasif, bergantung pada orang lain, dan terkadang tidak kompeten. Karakter-karakter perempuan di media, digambarkan selalu menggunakan waktu dan energi mereka untuk mengingkatkan penampilan fisik atau kecantikan, dan mengurusi rumah beserta keluarga (Wood, 2012 : 32).

Hal ini umumnya adalah tujuan dari teks media untuk membentuk dunia melalui konten informatif dan menghibur, yang bisa diterima sebagai legitimasi, mengasumsikan ideologi serta mengkonstruksi secara natural (Butler, 1993). Industri pemasaran telah mempelajari hal ini. Mereka memainkan produk yang konsep gaya hidupnya merujuk pada suatu gender spesifik, dan menggambarkan sebuah identitas gender yang digeneralisasi untuk menjangkau orang sebanyak

mungkin demi mengoptimalisasi profit dan kepentingan mereka. Kecantikan, *fashion*, dan olahraga, termasuk fitness yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, adalah beberapa dari industri yang memiliki konsep-konsep gaya hidup yang merujuk kepada gender spesifik.

Selain itu, terlihat dari konstruksi gender yang berlaku, dimana praktik seksisme seringkali berlaku di masyarakat modern saat ini. Masyarakat di barat cenderung menganut paham patriarki, yaitu pembagian konstruksi sosial antara perempuan dengan laki-laki, di mana laki-laki ditandai sebagai posisi dominan dalam kekuasaan. Berdasar pembagian kekuasaan ini, muncullah konsep androsentrisme untuk mendeskripsikan pandangan yang berpusat pada lelaki. Perilaku gender ini tidak hanya sekali dua kali ditemui di dunia kesehatan, olahraga dan latihan olah tubuh. Sejak usia dini, pandangan konstruktif itu telah diberikan dari orang tua berupa; anak-anak perempuan dibawa ke les tari atau balet, sedangkan anak laki-laki ke sekolah sepak bola (de Graaf, 2016). Pembagian aktivitas fisik menurut gender ini pun terjadi dengan nyata di Indonesia. Misalnya yang sering kali ditampilkan di budaya pop Indonesia, khususnya di serial televisi, ketika anak laki-laki dalam kelompok basket tengah bermain, maka tidak ada anak perempuan dalam permainan tersebut, kecuali mereka menjadi pemandu sorak. Dengan adanya hal-hal semacam ini, tentunya pandangan mengenai pembagian jenis aktivitas berdasar gender lebih mudah melekat dan terkonstruksi di benak anak-anak hingga ketika mereka tumbuh dewasa kelak.

Adanya konstruksi tubuh ideal berdasar gender di media yang kemudian menciptakan normalisasi aktivitas berupa latihan fisik dan pembelian terhadap produk-produk tertentu adalah bagian dari pergeseran perspektif mengenai tubuh dari periode post industrial (Featherstone dalam Dworkin & Wachs, 2009 : 8). Dari sini, muncullah kegelisahan mengenai gender dalam perubahan post industri yang kemudian menciptakan pertanyaan mengenai siapa atau apa sebenernya perempuan, atau apa dan siapa sebenarnya laki-laki. Semakin perempuan memasuki dunia publik, peran gender pada akhirnya menjadi tidak pasti. Beberapa peneliti dalam penelitian-penelitian terdahulu melihat adanya krisis industri dari maskulinitas. Laki-laki pun kemudian mengalami *body panic* dalam hal ketidaksempurnaan tubuh atau masalah kepercayaan diri.

Sejumlah penelitian terdahulu dari berbagai disiplin ilmu mengungkapkan bahwa laki-laki juga sesungguhnya lebih perhatian mengenai tampilan fisik mereka (Dworkin & Wachs, 2009 : 9). Beberapa penelitian yang berfokus pada laki-laki menggarisbawahi pentingnya menjadi seseorang yang berorot, cenderung menerima teks media mengenai otot dan kesehatan, ketakutan menjadi gemuk, tekanan sosial untuk menjadi ramping, dan keinginan untuk terlihat menarik dan merasa kuat dalam berbagai situasi sosial (Bordo 1999, Frith dan Gleeson 2004, Grogan dan Richards 2002 dalam Dworkin & Wachs, 2009). Beberapa penelitian juga mengemukakan bahwa laki-laki juga sama-sama memiliki ketidakpuasan mengenai tubuh, sebagaimana perempuan, dan sama-sama mengalami depresi dan masalah ketidakpercayaan diri, yang mana hal-hal ini juga disebabkan oleh standar budaya mengenai gender yang sebagian besar di

antaranya diproduksi oleh media (Grogan 1999 dan Olivardia et al dalam Dworkin & Wachs, 2009 : 9). Untuk itu, menjadi penting pula untuk melihat media dan konstruksi gender yang diciptakannya dalam dunia fitness.

2.3 Profil Reps ID

Reps ID, atau dalam situs resminya *reps-id.com*, merupakan sebuah portal informasi mengenai fitness dan gaya hidup sehat di Indonesia. Media ini mengklaim dirinya sebagai *'The Best Indonesian Fitness and Bodybuilding Portal'*. Fokus dari situs ini adalah fitness, kesehatan, binaraga dan segala sesuatu terkait gaya hidup sehat. Nama 'Reps' berasal dari kata *repetition* atau repetisi, yang dalam olahraga fitness digunakan sebagai hitungan pengulangan dalam suatu gerakan. Selanjutnya, pihak redaksi mengambil empat huruf yaitu; R, E, P, S yang masing-masing huruf tersebut merepresentasikan *Responsive* (R) atau responsif, *Exclusive* (E) atau eksklusif, *Productive* (P) atau produktif, dan *Smart* (S) atau cerdas (sumber : http://reps-id.com/about-us/ diakses pada 12 September 2018 pukul 10.02 WIB).

Reps mulanya terinspirasi dari banyaknya tempat fitness dan restaurant yang menawarkan pola makanan sehat di Indonesia, dan berupaya untuk berpartisipasi melestarikan budaya hidup sehat di kalangan masyarakat dengan cara menyajikan informasi mengenai hal tersebut. Target pembaca dari situs *reps-id.com* ini adalah pria dan wanita urban yang tinggal di kota-kota besar. Adapun Reps ID kini dapat dikategorikan sebagai salah satu situs gaya hidup sehat yang terlengkap, terpercaya dan terpopuler di Indonesia.

Gambar 1

Tampilan situs Reps ID dalam *reps-id.com*
(sumber : http://reps-id.com/about-us/ diakses pada 12 September 2018 pukul 10.02 WIB)

Sebagai sebuah media dalam jaringan, Reps ID juga memiliki visi dan misi yang diusung dalam operasionalnya. Adapun visi dari Reps ID adalah menjadi media penyaji informasi olahraga fitness dan gaya hidup sehat yang terlengkap, terpercaya, dan terpopuler di Indonesia. Sedangkan misi dari Reps ID adalah memberi informasi serta tips fitness dan kesehatan yang bermanfaat secara praktis bagi pembaca. Motto dari media ini adalah; *"Be Healthy, Be Sexy, Be Strong and Be Smart"* (http://reps-id.com/about-us/ diakses pada 21 Mei 2018 pukul 12.12 WIB).

Portal Reps ID memiliki sembilan kolom khusus untuk mengkategorikan konten-konten dalam situsnya, yaitu;

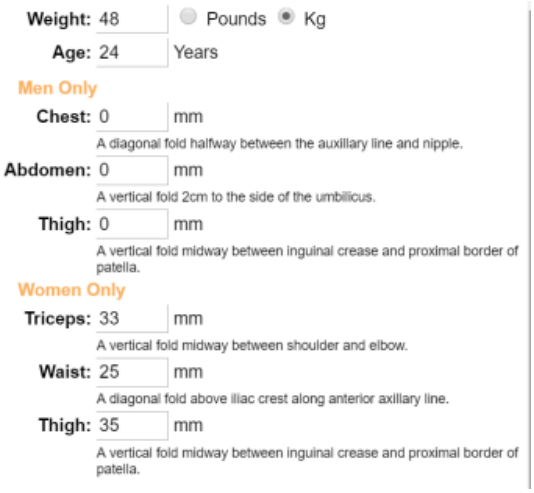
1) *Health*, merupakan kolom yang berisi isu-isu kesehatan secara umum.
2) *Muscle Building*, isu kolom yang berisi informasi, tips, dan panduan mengenai pembentukan otot.
3) *Healthy Sex*, merupakan kolom yang membahas tentang informasi mengenai seksualitas.
4) *News & Events*, yaitu kolom yang berisi berita mengenai kegiatan-kegiatan bertema fitness dan kesehatan yang melibatkan media Reps ID.
5) *Fat Loss*, merupakan kolom yang berisi informasi mengenai diet dan menurunkan berat badan.
6) *Nutrition*, adalah kolom yang berisi tentang nutrisi, baik berupa makanan atau minuman sehat tertentu yang direkomendasikan oleh Reps-id untuk dikonsumsi.
7) *Competitive*, adalah kolom berisi informasi atau artikel mengenai *body contest*, tips-tips mengenai *body contest*, kisah dari atlet atau orang-orang berpengaruh di bidang fitness/kesehatan, dan sejenisnya.
8) *Men Fitness*, adalah kolom program-program latihan kebugaran yang dikhususkan untuk para pria.
9) *Women Fitness*, merupakan kolom program-program latihan kebugaran yang dikhususkan untuk para wanita.

Selain sembilan rubrik di atas, Reps juga memiliki beberapa fitur atau pilihan untuk mempermudah audiens dalam menggunakan situs tersebut. Adapun fitur-fitur tersebut adalah;

1) *Home*, merupakan beranda atau menu utama dari situs *reps-id.com.*
2) *Forum*, merupakan laman untuk bertukar atau berbagi informasi mengenai kesehatan bagi para pembaca atau audiens dari situs *reps-id.com*.
3) *Magazine*, merupakan laman untuk mengakses majalah bulanan Reps ID berisi informasi fitness dan gaya hidup sehat yang bisa diunduh secara gratis. Namun, majalah ini telah berakhir di edisi 116, yaitu pada September 2016.
4) *Gallery*, merupakan laman yang berisi dokumentasi berupa foto-foto anggota, atlet pilihan redaksi, kegiatan, resep, serta di balik layar dari proses produksi atau segala aktivitas yang berkaitan dengan Reps ID.
5) *Gym Profile*, yaitu informasi mengenai sejumlah gym di Indonesia yang terdaftar di situs Reps ID.
6) *Fitness Tools*, merupakan laman yang berisi *body fat calculator*, *basal metabolic rate*, dan *macronutrients calculator*. Masing-masing dari *tools* ini memiliki fungsi berbeda, namun masih dalam rangka mengukur kadar kebugaran atau kondisi kesehatan tubuh. *Fitness tools* terdiri dari *Body Fat Calculator*, *Basal Metabolic Rate*, dan *Macronutrients Calculator*.
   - *Body Fat Calculator*, adalah seperangkat alat digital berupa kolom-kolom untuk mengkalkulasi lemak tubuh berdasarkan berat badan, usia dan gender. Pada spesifikasi gender, pembaca diminta untuk mengisi kolom lingkar dada, perut dan paha untuk laki-laki.

Sedangkan perempuan diminta untuk mengisi kolom lingkar lengan (triceps), pinggang dan paha.

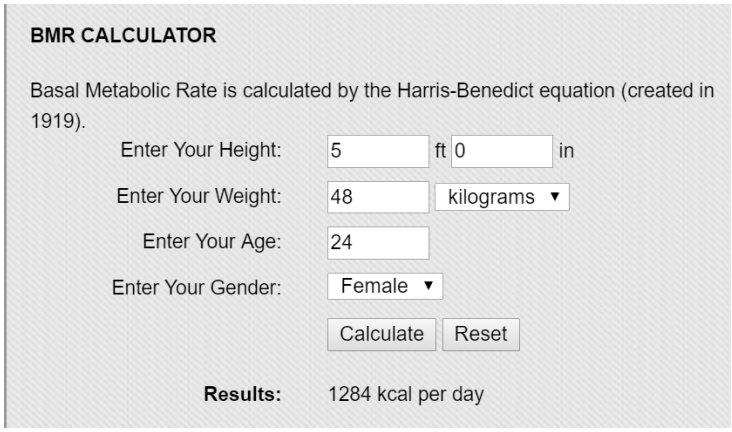
Gambar 2



Body Fat Calculator dari http://reps-id.com/fitness-tools/

- *Basal Metabolic Rate*, adalah kalkulator untuk menghitung kebutuhan energi minimal yang dibutuhkan tubuh untuk menjalankan proses tubuh yang vital. Kebutuhan energi metabolisme basal ini termasuk jumlah energi yang diperlukan untuk pernapasan, peredaran darah, pekerjaan ginjal, pankreas, dan lain-lain alat tubuh, serta untuk proses metabolisme di dalam sel-sel dan untuk mempertahankan suhu tubuh. Reps ID dalam kolom ini menggunakan metode yang digagas oleh Harris-Benedict tahun 1919. Untuk *basal metabolic rate*, pembaca harus memasukkan data tinggi badan, berat badan, usia dan gender dalam kolom-kolom yang sudah disediakan.

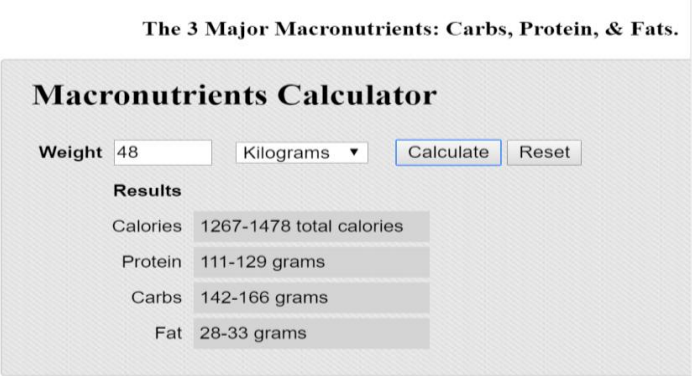
Gambar 3



Basal Metabolic Rate, dari http://reps-id.com/fitness-tools/

- *Macronutrients calculator*, adalah sistem digital untuk menghitung makronutrisi yang dibutuhkan berupa karbo, protein dan lemak. Untuk mendapatkan hasil ini, pembaca cukup memasukkan berat badan di kolom yang telah disediakan.

Gambar 4



Macronutrients Calculator dari http://reps-id.com/fitness-tools/

7) *About Us*, berisi preferensi, visi, misi, ilustrasi nama, dan motto.

8) *Contact Us*, berisi kolom untuk pembaca agar dapat mengontak pihak redaksi Reps ID. Pembaca diharuskan mengisi nama, email dan subjek sebelum menuliskan pesan.

9) *Choose Your Training*, berisi sejumlah pilihan latihan tubuh untuk pembaca, di mana mereka bisa memilih kolom bagian tubuh mana yang ingin dilatih atau dibentuk.

Audiens Reps ID

Pembaca yang menjadi target dari portal *reps-id.com* adalah para pria dan wanita urban di Indonesia yang memiliki perhatian terhadap kesehatan dan gaya hidup sehat, khususnya dalam hal pembentukan tubuh. Rata-rata, situs *reps-id.com* memiliki pembaca sebanyak 5.000 hingga 15.000 per harinya. Adapun rentang usia audiens dari portal ini adalah 18-40 tahun (Wawancara dengan Alfian, Pimpinan Redaksi Reps-id pada 17 Mei 2018). Hal ini sesuai dengan demografi pelaku fitness di Indonesia yang secara prosentase didominasi oleh kalangan dewasa muda.

Untuk menjaga keterlibatan dengan audiens, sebagai sebuah media atau portal berita dalam jaringan, Reps ID juga memiliki beberapa akun media sosial, yaitu Facebook (*fanpage*), YouTube, Instagram, dan Twitter. Akun-akun ini dioperasikan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens atau pembaca dari portal Reps ID, serta mempromosikan artikel yang baru saja tayang di *website*. Berikut merupakan rincian akun media sosial yang dimiliki oleh *reps-id.com*.

1) Facebook Fanpage, beralamat di https://www.facebook.com/RepsIndonesia/. Akun ini memiliki pelanggan sebanyak 14.700 orang, dan disukai oleh 14.701 orang (data per 2 Mei 2019 pukul 13.14 WIB).
2) YouTube, kanal dari reps-id beralamat di https://www.youtube.com/channel/UChcuEW7y5LrDlENdZb361UQ. Kanal

ini memiliki 18.700 pelanggan, lebih dari 500 video, dan telah ditonton sebanyak 2,3 juta kali sepanjang aktif (data per 22 Mei 2019 pukul 13.19 WIB).

3) Instagram

Adapun instagram dari reps-id.com beralamatkan di www.instagram.com/reps_id. Akun ini telah memiliki 39,5 ribu pengikut dan mengeposkan sebanyak 5.804 kiriman (data per 22 Mei 2019 pukul 13.21 WIB).

4) Twitter

Reps-id juga memiliki akun twitter yaitu www.twitter.com/reps_id yang memiliki 407 pengikut dengan jumlah kiriman sebanyak 6.542 kicauan (data per 22 Mei 2019 pukul 13.26 WIB).