

MAKNA LANGSING BAGI COACHEE DALAM KOMUNITAS ONLINE COACHING DIET #SENANGBUANGLEMAK

Nita Rimayanti, Nova Yohana
Universitas Riau
Email: nita.rimayanti@lecturer.unri.ac.id

:

Abstrak

Komunitas Online Coaching Diet (OCD) dilakukan secara online melalui media sosial. Dari gemuk menjadi langsing bagi coachee merupakan pengalaman tersendiri saat mengikuti OCD. Tujuan penelitian untuk mengetahui motif coachee mengikuti komunitas OCD dan untuk mengetahui makna langsing coachee komunitas OCD. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, informan dalam penelitian menggunakan teknik purposif sampling, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi. Hasil penelitian didapat bahwa Motif because motives adalah ingin menurunkan berat badan, kegagalan dalam mengikuti program diet lainnya, kondisi kesehatan yang memburuk, pendapat orang lain penampilan berbadan gemuk tidak menarik, Motif in order to motives adalah memperlancar kegiatan beribadah, mempermudah dalam mencari pakaian yang diinginkan, melatih dan menjaga pola makan, pola pikir dan pola gerak, menjaga kesehatan mereka sehingga tidak mudah sakit. Media sosial berperan besar dalam mengkonstruksi makna langsing, media digunakan adalah media What's, Facebook, Youtube, Blog dan Web. Coachee memaknai langsing sebagai sehat, tampil menarik, percaya diri, kurus, bisnis, awet muda dan memiliki berat badan yang ideal.

Kata Kunci: Fenomenologi, Komunitas, Langsing, Motif, Media sosial.

Abstract

The Online Coaching Diet (OCD) Community is conducted online through social media. From fat to slim for the coachee is an experience in itself when following OCD. The purpose of the study was to determine the coachee's motives for joining the OCD community and to find out the meaning of slim coachee in the OCD community. Qualitative method with a phenomenological approach, informants in the study used purposive sampling technique, data collection was carried out by observation, in-depth interviews, and documentation. The results showed that the because motives were wanting to lose weight, failure to follow other diet programs, deteriorating health conditions, other people's opinions that the appearance of being overweight was unattractive, train and maintain their diet, mindset and movement patterns, maintain their health so they don't get sick easily. Social media plays a big role in constructing the meaning of slim, the media used are What's, Facebook, Youtube, Blog and Web media. Coachee defines slim as being healthy, looking attractive, confident, thin, business, youthful and having an ideal body weight.

Keywords: Community, Motif, Phenomenology, Slim, Social Media.

PENDAHULUAN

Riset kesehatan dasar (Riskesdas) 2018 merilis hasil riset mereka mengenai masyarakat Indonesia yang mengalami kegemukan, hasilnya dinyatakan bahwa prevalensi obesitas atau kegemukan pada orang dewasa di atas 18 tahun terus meningkat setiap tahunnya mulai dari tahun 2007. Berdasarkan hasil riset prevalensi obesitas tahun 2007 10,5 persen, 2013 14,8 persen dan tahun 2018 21,8 persen (<https://www.republika.co.id>) bisa dilihat saat ini dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang memiliki badan gemuk juga menjadi peluang bagi perusahaan-perusahaan yang menjual produk kesehatan untuk menangkap peluang bisnis. Produk atau jasa kesehatan bermunculan baik dalam bentuk tablet, serbuk, program kesehatan, cara diet sehat bahkan semua dapat dengan mudah diikuti informasinya oleh pengguna internet sehingga komunikasi terjadi antara calon konsumen yang ingin menurunkan berat badan dengan mereka yang memiliki bisnis kesehatan dan penurunan berat badan.

Media sosial menambah wawasan masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan dan memiliki badan langsing. Konten menjadi langsing dapat dengan mudah di searching melalui google search. Kita dapat menonton di youtube, atau melalui facebook dan media sosial lainnya. Masyarakat mencoba berbagai produk dan program turunkan berat badan meskipun ada kemungkinan berhasil ataupun tidak berhasil. Fenomena masyarakat mengikuti berbagai program diet telah ada sejak dahulu akan tetapi dengan keberhasilan artis yang sukses menurunkan 75 Kg, ataupun Obsessive Corbuzier's Diet yang dikenalkan oleh Deddy Corbuzier yang informasinya didapat melalui media sosial. Program-

program penurunan berat badanpun bermacam-macam, mulai tanpa menggunakan karbo maupun dengan strategi olahraga, tapi tujuan semuanya adalah satu menjadi langsing, memiliki berat badan ideal. Memiliki badan langsing menjadi idaman setiap orang yang memiliki, harapan mereka dapat memiliki badan yang langsing. Memahami langsing bagi setiap orang tentu tergantung bagaimana mereka memaknai tubuhnya sendiri, informasi yang didapat baik dari lingkungan maupun media massa mempengaruhi setiap orang dalam memahami kata langsing. Salah satu yang menjadi perhatian peneliti adalah komunitas yang dibentuk oleh member Herbalife. Komunitas Online Coaching Diet (OCD) senang buang lemak atau di singkat OCD berada di Pekanbaru.

Herbalife merupakan salah satu perusahaan Internasional yang memiliki produk nutrisi dan kesehatan lainnya. Perusahaan yang berdiri di Los Angeles California dengan pemiliknya Mark Hughes telah hadir di Indonesia sejak tahun 2012. Strategi memperkenalkan produknya adalah membuat jaringan member yang dapat mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat (<https://www.herbalife.co.id>) sehingga member kreatif dalam mengenalkan produk ke masyarakat dan salah satunya adalah program OCD. Pada dasarnya member Herbalife fokusnya bagaimana membantu masyarakat menjadi lebih sehat melalui produk nutrisi ini. Komunitas OCD dalam sosialisasi ke masyarakat menggunakan hastag #SenangBuanglemak di media sosial. Kegiatan OCD dilakukan oleh peserta atau coachee untuk ikut secara aktif selama 25 hari setiap bulan bersama-sama pembina

atau coach melalui media sosial. Mereka beraktifitas dan berinteraksi dalam komunitas tersebut setiap harinya guna membiasakan diri merubah hidupnya untuk langsing.

Pada dasarnya komunitas ini dilakukan untuk mengajak coachee tetap aktif dalam komunitas, peserta memiliki berat badan dan mengikuti program sesuai arahan coach mereka. Peserta mendapat berbagai pesan untuk mau mengikuti saran-saran dari coach baik melalui personal chat maupun dalam grup what's app kelas edukasi. Tentu saja perubahan dalam diri peserta juga karena adanya pengalaman-pengalaman yang didapatkan baik dari masa lalu maupun saat menjalankan program yang menghasilkan tindakan-tindakan yang mensukseskan mereka. Focus penelitian ini melihat bagaimana pengalaman mereka pada proses mengikuti kegiatan, ketika sudah menjadi langsing. Bukan mereka yang gemuk tetapi mereka yang telah menjadi langsing. Keberhasilan coachee menurunkan berat badan mulai dari 3 sampai dengan 30 KG. Keberhasilan mengikuti komunitas ini menjadikan coachee yang awalnya menjadi peserta kemudian berubah menjadi coach yang membantu orang lain untuk bisa menjadi langsing.

Coachee dan coach yang ikut mulai pada komunitas ini ada yang memiliki berat badan lebih dari 100 kg sampai yang mendekati batas berat badan ideal. Setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda, bagaimana mereka memaknai hidupnya sehingga keberhasilan setiap coachee juga berbeda-beda. Motif mengikuti program tentu menjadi alasan kuat yang membetuk keinginan mereka untuk bisa menjalankan program dengan baik. Pada kenyataan tidak sedikit juga mereka yang

kurang berhasil mengikuti program. Terpaan informasi mengenai cara mengurangi berat badan didapat setiap hari oleh semua anggota komunitas baik peserta baru yang disebut coachee maupun para coach yang menjadi mentor coachee. Pesan-pesan melalui kelas edukasi disampaikan oleh coach yang sudah memiliki pengalaman menurunkan berat badan dengan level member di Herbalife Supervisor keatas.

Setiap orang memiliki pengalamannya tersendiri dalam usahanya menurunkan berat badan. Pemahaman akan langsing setelah menjadi langsing menjadi ketertarikan peneliti untuk mencari tahu kata langsing pada coachee. Mereka selama mengikuti OCD mendapatkan berbagai informasi yang juga dishare melalui media online. Setiap hari coachee mendapatkan arahan, menerima informasi, menonton berbagai informasi untuk menyelesaikan programnya sehingga pesan-pesan didapat dan dimaknai berbeda-beda bagi peserta. Hal ini juga tidak terlepas bagaimana seseorang memaknai hidupnya sendiri, pengalaman-pengalaman dimasa lalu menentukan keputusannya untuk melakukan sebuah keputusan. Melakukan keputusan untuk mau merubah hidup bukanlah sebuah keputusan yang mudah, sukses menurunkan berat badan juga bukanlah sebuah kegiatan yang mudah dilakukan, terbukti bahwa kenyataannya jumlah masyarakat yang memiliki berat badan terus bertambah. Keberhasilan merubah hidup menjadi langsing merupakan pengalaman baru bagi mereka yang sukses. Kesuksesan dapat dikatakan jika mereka berhasil menurunkan berat badan dan terus mampu mempertahankannya. Perubahan gaya hidup dapat saja terjadi setelah menjadi langsing, baik perilaku maupun perubahan pada gaya

berpakaian.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin melihat bagaimana makna langsing yang muncul dalam pemikiran coachee setelah mereka menjalankan OCD, pengalaman berbadan gemuk selama bertahun-tahun kemudian berubah badannya menuju langsing tentu saja akan menimbulkan berbagai pemaknaan tersendiri tentang langsing. Bagaimanapun paparan informasi melalui media sosial juga dapat mempengaruhi terbentuknya makna langsing. Internet menjadi media dalam menyampakan berbagai pesan langsing. Untuk itulah penulis tertarik untuk meneliti bagaimana makna langsing bagi coachee pasca turun berat badan dalam online coaching diet senang buang lemak. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui motif coachee mengikuti komunitas Online Coaching Diet 2) Untuk mengetahui makna langsing coachee komunitas Online Coaching Diet.

METODE PENELITIAN (TNR, 12 Bold)

1. Fenomenologi

Secara etimologis, fenomenologi terdiri atas fenomenon dan logos, dimana menunjukkan pada pengertian uraian, percakapan, atau ilmu yang melekat pada psikologi, sosiologi, antropologi atau etnologi. Dalam artikelnya fenomenologi bagian dari aneka macam cara populer dalam membicarakan berbagai fenomen-fenomen atau hal-hal yang tampak (Sobur, 2013).

Kuswarno (2009) Alferd Schuzt seorang fenomenologi memiliki pandangan bagaimana memahami tindakan sosial, seperti melihat pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan masa depan yang terbentuk karena adanya

penafsiran. (Putra, M.Afdal, Febrina, Annisa, 2019) Schutz menghususkan pada pandangan intersubjektifitas konsep ini menunjukkan pada pemisahan keadaan subjektivitas atau melihatkan dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran kelompok sosial yang saling berintegrasi. Intersubjektifitas yang memungkinkan terjadinya pergaulan sosial, hal ini tergantung pada pengetahuan terhadap peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi (Sobur, 2013).

Untuk melihat tindakan seseorang maka menurut Schutz (1970) terdapat 2 motif, yang pertama adalah Tergantung bagaimana mimpi-mimpi yang ingin dicapainya. Motif kedua adalah because motive atau motif karena (Weil Motiv), sebuah tindakan yang melihat pada masa lalu. Mengapa seseorang dapat mengikuti OCD tentu saja karena sebelumnya telah memiliki alasan yang kuat untuk memutuskan dirinya mengikuti komunitas dan berhasil menjadi langsing. Hal ini bisa saja karena kejadian-kejadian yang dialami oleh dirinya sebelum mengikuti program OCD. *in-order-to-motive* atau motif tujuan/harapan (Um-zu-Motiv) dimana merupakan motif yang melihat pada tindakan di mana yang akan datang. Tujuan dapat diketahuai oleh seseorang karena dia memiliki pandangan sehingga melakukan tindakan. Mengikuti program OCD karena ada tujuan ataupun harapan-harapan yang diinginkan. Semakin besar harapan yang ada dalam diri kita juga dapat menentukan keberhasilan yang ingin dicapai. Tujuan setiap orang pasti berbeda-beda dalam mengikuti program OCD. Schutz melihat bagaimana makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari yang terdapat

di dalam penelitian yang dapat mengembangkan ilmu sosial (Putra & Febrina, 2019).

2. Media Sosial

Cyberspace merupakan ruang imajiner dimana terdapat orang-orang yang berada didalam ruang tersebut. Mereka dapat melakukan apa saja yang bisa mereka lakukan dalam kehidupannya sehari-hari dengan cara yang baru, cara atrifisual. Maksudnya adalah mengandalkan peran teknologi seperti komputer dan informasi dalam mendefenisikan realitas, sehingga berbagai kegiatan dilakukannya seperti berdebat, diskusi, bisnis, bermain, bermesraan dan lainnya dalam ruang cyberspace. Piliang, (2012). Ruang imajiner ini salah satunya media sosial, kita berinteraksi dan bertukar informasi melalui media sosial. Merring (2009) Dalam struktur komunikasi, media sosial telah membawa perubahan dramatis dari komunikasi massa hingga komunikasi digital interaktif. Dengan berkembangnya aktifitas media pribadi dan jejaring sosial. Farhi (2010) Blogger memiliki berperan aktif dalam menyajikan sudut pandang yang beragam, menghasilkan dan menyebarkan rumor populer, dan memepengaruhi opini publik tentang masalah, acara, dan tokoh masyarakat. Hermes (2009) Dalam proses komunikasi, kekuatan persuasive secara bertahap bergeser dari institusi media menjadi audiens partisipatif yang aktif yang disebut prosumers atau produser. (Khang et al., 2012).

3. Komunitas

Nasrullah (2014) mendefenisikan pada dasarnya pola jejaring yang ada didalam menyatukan pengguna-pengguna diberbagai tempat. Interaksi yang dilakukan oleh mereka akhirnya membentuk sebuah

jejaring yang disebut komunitas siber. Komunitas ini juga disebut sebagai komunitas virtual dimana sebuah komunitas yang terbentuk di dunia siber karena adanya kesamaan atau saling melakukan interaksi dan relasi yang difasilitasi oleh computer yang terkoneksi internet (Rahmania & Pamungkas, 2018).

Komunitas virtual juga diungkapkan oleh Preece (2000) dalam Gupta dan Kim (2004) yaitu komunitas yang terdiri dari orang-orang, yang berbagi tujuan, kebijakan dan sistem komputer. Oleh karena itu keberadaan komunitas virtual ini dapat dilihat dari beberapa atribut seperti sebuah tujuan untuk berbagi, minat dan kebutuhan yang sama atau aktivitas yang menjadi alasan utama untuk menjadi anggota dari sebuah komunitas. Selain itu partisipasi aktif, interaksi yang intens dan ikatan emosional yang kuat diantara anggota menjadi kekuatan dari komunitas virtual. Komunitas virtual juga ditandai dengan saling berbagi diantara anggota dalam konteks konvensi sosial, bahasa dan aturan yang berlaku dalam komunitas tersebut. Demikian juga saling memberikan informasi, memberikan dukungan dan pelayanan jasa diantara anggota. (Whittaker, Issacx dan O'Day dalam Gupta dan Kim, 2004).

Pada tingkat komunitas cyberspace dapat membentuk sebuah model komunitas yang demokratik dan terbuka dimana Howard Rheingold katakana komunitas imajiner. Jika komunitas konvensional masyarakat memiliki kebersamaan pada rumah atau tempat baik desa atau kota dimana dalamnya terjadi interaksi sosial yang bersifat langsung tatap muka disebuah tempat yang dibatasi ruang dan waktu, tetapi pada komunitas imajiner diperlukan

imajinasi mengenai tempat tersebut, dimana tempat itu bukanlah tempat yang nyata dalam pengertian konvensional melainkan tempat imajiner didalam bit-bit komputer. (Piliang, 2012).

Dari hasil penelitian sebelumnya komunitas virtual dipandang sebagai kelompok konsumen dengan berbagai ukuran yang bertemu dan berinteraksi secara online demi pencapaian pribadi serta tujuan bersama dari anggota-anggotanya. Diaktifkan dan dipercepat oleh situs yang dibuat sehingga konsumen berpartisipasi dalam komunitas dengan melakukan berbagai aktifitas seperti melihat, mengedit, memposting pesan, komentar, artikel, tautan photo dan video (MaiH. T. X., & OlsenS, 2013).

Komunitas Online Coaching Diet merupakan komunitas virtual yang lebih mengutamakan komunikasi melalui online. mereka membentuk grup khusus anggotanya saja yang dapat mengikuti dan menjalankan berbagai aktifitas bersama. Interaksi dilakukan setiap hari menggunakan internet, maka dapat disimpulkan komunitas OCD juga merupakan komunitas virtual.

4. Langsing

Lingga (2011) menyatakan bahwa langsing tidak sama dengan kurus. Tubuh yang langsing merupakan gambaran tubuh yang proporsional dambaan semua orang. Langsing adalah memiliki bobot tubuh normal dengan komposisi lemak dan air sesuai dengan standar normal disertai massa otot yang memadai untuk membentuk lekuk tubuh yang indah. Tubuh langsing juga merupakan sedikitnya timbunan lemak tubuh terutama pada lemak perut. Keberhasila program peangsingan tubuh sering identik dengan penurunan bobot badan. jumlah pengurangan bobot badan

dijadikan sebagai indikator penyusutan bobot lemak tubuh, meski tidak selamanya demikian. penurunan bobot badan sebesar 0,5-1kg per minggu disebut penurunan obot badan yang sehat oleh banyak ahli.

Tubuh langsing merupakan idaman bagi setiap orang. Penampilan setiap orang akan menarik dan diterima oleh masyarakat apabila memiliki tubuh yang langsing. Tubuh langsing berarti tidak memiliki lemak berlebih di tubuh, terutama bagian perut, paha, dan lengan. Wanita dengan tubuh langsing akan memiliki rasa percaya diri hal ini dikarenakan masyarakat memili pandangan bahwa tubuh langsing itu indah, fit dan mempesona. (dalam Rini, 2015).

Langsing identik dengan bentuk tubuh dengan pinggang ramping, perut tidak buncit, dan memiliki berat tubuh ideal. Tubuh langsing ditandai dengan tidak adanya lemak berlebih di tubuh, terutama bagian perut, paha, dan lengan. Wanita dengan tubuh langsing tentu saja akan merasa percaya diri sebab adanya pandangan masyarakat umum yang mengatakan langsing itu indah. Tubuh langsing mencirikan wanita tersebut pandai menjaga bentuk badan serta sehat. Wanita dengan perut ramping atau tubuh langsing akan terlihat fit dan mempesona. Ada beberapa alasan wanita ingin langsing yaitu : menjadi pusat perhatian orang, ingin sehat, terlihat seksi, ingin semua jenis pakaian muat di tubuh, ingin disayang suami atau kekasih, tuntutan pekerjaan, meniru tokoh muda. (dalam Rini 2015:2).

Rini (2015) menyatakan ada beberapa alasan wanita ingin mendapatkan tubuh langsing karena :

1. Menjadi pusat perhatian orang
2. Ingin sehat
3. Ingin terlihat seksi

4. Ingin semua jenis pakaian muat
5. Ingin disayang kekasih atau suami
6. Tuntutan dunia pekerjaan
7. Meniru tokoh idola melalui media massa

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif tidak berangkat dari teori tetapi berangkat dari fenomena kenyataan. Ditengah jalan baru didapat teori berdasarkan pada kerangka pemikiran dan wawasan ilmiah peneliti (dalam Ardial, 2014).

Studi fenomenologi digunakan untuk menggambarkan fenomena coachee dalam menjalankan program menurunkan berat badan yang menciptakan makna langsing bagi coachee itu sendiri dalam komunitas online coaching diet #Senangbuanglemak. Moleong (2006) menjelaskan bahwa fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari (Bahar, Mahdi, Defrianti, D, Fatonah, 2017)

Komunitas Online Coaching Diet berada di Pekanbaru. Informan dalam penelitian ada lima orang dengan menggunakan teknik purposif sampling, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik

purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Setelah dilakukan survey kelapangan didapat 5 orang informan. Adapun kriteria dari penelitian ini adalah: 1) Komunitas yang dibina oleh Head Coach OCD yang berinteraksi setiap hari antara admin dengan anggota, anggota dengan anggota lainnya. 2) Coachee yang aktif berinteraksi di kelas edukasi dan bersama coachee. 3) Coachee yang aktif melaporkan dan mendapat nilai tinggi. 4) Coachee yang mengikuti OCD lebih dari tiga kali dan berhasil menurunkan BB lebih dari 15 KG. Peneliti melakukan pengamatan dengan mengikuti Online Coaching Diet selama 5 bulan untuk melihat bagaimana aktifitas yang dilakukan informan maupun anggota lainnya. Pengamatan dilakukan dengan melihat aktifitas di Grup What's App, Komunitas di Facebook, juga facebook pribadi informan.

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam, peneliti mengikuti kegiatan mereka baik secara offline dan online untuk mengamati kegiatan dan interaksi yang dilakukan oleh coachee. Wawancara dilakukan dengan online dan offline. Meskipun OCD program yang diadakan di Pekanbaru tetapi coachee yang mengikutinya tidak semuanya berasal dari Pekanbaru, ada juga yang berasal dari kabupaten di Riau. Untuk itulah pertemuan diadakan melalui online.

HASIL DAN PEMBAHASAN (TNR, 12)

Informan penelitian ini mengikuti OCD lebih dari 3 kali, Informan tetap aktif dalam kegiatan Online Coaching Diet atau disingkat OCD sampai penelitian berlangsung dengan keberhasilan mereka juga membawa peserta OCD lainnya,

Informan sukses turun lebih dari 15 kg sampai 25 kg sehingga menampakkan hasil dari keikutsertaan dalam OCD.

Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu yang memiliki pengetahuan yang berbeda-beda dalam menyikapi kehidupan yang dijalankan oleh masing-masing individu, masing-masing mempunyai pengalaman yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan. Pengalaman Untuk melihat bagaimana motif peserta coachee untuk menjadi langsing dengan mengikuti Online Coaching Diet dapat dilihat terlebih dahulu melalui 2 fase untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, yaitu motif karena (*because motives*) bagaimana pengalaman dari informan yang berorientasi pada pengalaman-pengalaman mereka dimasa lalu dan yang kedua adalah motif tindakan, *in order to* motif yang melihat pada masa yang akan datang.

Motif Karena (*because motive*) Coachee Komunitas Online Coaching Diet

Memutuskan untuk berubah dalam hidup seseorang bukanlah keputusan yang mudah, sering sekali kita melihat bahwa mereka yang mengalami kegemukan mengikuti berbagai program diet untuk bisa mengatasi masalah pribadinya. Kegagalan dan keberhasilan juga dirasakan oleh setiap orang dalam mengikuti program online coaching diet karena ada yang gagal, ada yang berhasil sementara. Kemudian ada yang kembali gemuk dan ada juga yang berhasil mengatasinya. Bahkan ada juga yang kembali mengikuti program OCD.

Bagi orang-orang yang berhasil merubah dirinya menjadi langsing tentu saja juga mengalami perubahan perubahan pola pikir dari mereka. Hasil dari pengamatan

keberhasilan banyak ditentukan karena kesadaran coachee untuk ingin merubah pola hidup mereka. Dalam program ini keberhasilan peserta dilihat dari banyaknya berat badan yang berhasil di turunkan. Keberhasilan itu dikarenakan kemampuan untuk merubah pola pikir 100% berubah. Setiap edukasi coachee selalu diingatkan pemateri yang juga coach untuk mau merubah gaya hidup mereka lebih sehat.

Pengalaman masa lalu lebih banyak tidak menyenangkan bagi coachee menjadi alasan mereka untuk menurunkan berat badan dan mengikuti program OCD. Kegagalan dalam menjalankan program menurunkan berat badan sebelum mengikuti OCD dialami empat orang informan. Dapat dilihat bahwa mereka tetap mau mencoba kembali cara lainnya meskipun telah mengalami kegagalan berkali-kali untuk menurunkan berat badan sehingga akhirnya mengikuti OCD. Seperti yang disampaikan oleh Happy, informan yang memiliki umur 52 tahun dan berhasil menurunkan berat badan 20 kg. Happy menyatakan bahwa pengalaman sebelumnya dia mengikuti berbagai program akan tetapi gagal dan bahkan bertambah berat badannya.

Keyakinan mengikuti komunitas OCD tergantung dari pengalaman yang dirasakan oleh coachee dalam mengikuti program. Keberhasilan menurunkan berat badan menjadikan coachee untuk terus bergabung dalam komunitas OCD. Pengalaman lainnya tetap mengikuti komunitas OCD karena berat badan yang telah dirasakan membuat informan mengalami kesusahan dalam hidupnya. Kesehatan menjadi menjadi pengalaman yang membuat coachee merasa harus menurunkan berat badan. Informasi mengenai pentingnya kesehatan yang

tersebar di media massa termasuk media sosial menambah pengetahuan masyarakat bahwa berbadan gemuk juga harus diwaspadai akan dampak-dampak yang terjadi pada diri mereka yang berbadan gemuk. Seperti yang disampaikan oleh Adi yang mengalami gejala kesehatan yang semakin memburuk sejak mengalami obesitas dan akhirnya berhasil menurunkan berat badan 26 kg mengatakan :

“Saat saya masih 100 kg saya jalan jauh itu sangat sulit karena lutut saya menjadi sakit. Jadi penampilan agak risih karena terlampau gendut, nyetir sesak nafas, jalan jauh nyetir itu tidak kuat, banyak kendala lain juga seperti tidur nggak nyaman, ngorok kuat jadi anak-anak sering complain, bangun tidur nggak fresh juga produktifitas kerja juga tidak maksimal, mudah lelah.”

Pada saat mereka mengalami kegemukan kenyataannya dalam diri masing-masing informan merasakan bahwa orang lain menilai mereka tidak baik karena berat badan yang dimilikinya. Masyarakat menilai orang gemuk tidak menarik dan kurang dipandang. Hal ini juga dirasakan oleh informan melalui pengalaman mereka dimasa lalunya seperti mendapat panggilan gemuk, berpikir bahwa dampak berat badan menjadi sulit bergerak. Ira informan yang berhasil menurunkan berat badan sebanyak 20 kg mengatakan bahwa dirinya tidak berani melihat badannya didepan kaca karena minder dan dan juga berpikir orang lain berpikiran yang sama dengan dirinya.

Dapat peneliti amati informan yang telah sukses dan mengikuti program OCD berlanjut menjadi member dan tetap terus berada pada komunitas OCD. Keberhasilan mereka menjadi langsing kemudian

diteruskan dengan menjadikannya sumber bisnis yang kemudian menjadikan mereka sebagai member coach yang mengajarkan dan membimbing coachee untuk bisa turun berat badannya seperti pengalaman mereka. Hal ini juga yang dapat terus mempertahankan komunitas OCD karena coach-coach didapat dari coachee yang sukses menurunkan berat badan dan kemudian tertarik untuk berbisnis dalam herbalife. Mereka menganggap melalui bisnis ini juga dapat membantu orang-orang yang memiliki masalah yang sama dengan mereka saat mengalami berat badan yang gemuk atau obesitas.

Tubuh langsing merupakan idaman bagi setiap orang. Penampilan setiap orang akan menarik dan diterima oleh masyarakat apabila memiliki tubuh yang langsing. Tubuh langsing berarti tidak memiliki lemak berlebih di tubuh, terutama bagian perut, paha, dan lengan. Wanita dengan tubuh langsing akan memiliki rasa percaya diri hal ini dikarenakan masyarakat memiliki pandangan bahwa tubuh langsing itu indah, fit dan mempesona. (dalam Rini, 2015).

Dapat kita lihat pengalaman pengalaman yang dirasakan oleh informan juga sama yang disampaikan oleh Rini. Masyarakat berpendapat memiliki tubuh yang langsing lebih menarik dari pada tubuh yang gemuk atau obesitas. Di sisi lain, peneliti mengamati pengalaman yang paling membuat informan untuk mau merubah bentuk badannya tidak hanya tampil menarik informan berkata bahwa pengalaman mereka yang sering sakit membuat mereka tidak nyaman langi dengan kondisi badannya. Gemuk pandangan mereka sangat berbahaya, mereka menyadari dengan tetap memiliki badan yang gemuk dapat membuat mereka akan

sakit. Kenyataannya mereka sudah mengalami sakit pada lutut, kolesterol yang tinggi, juga sulit untuk bergerak dan beraktifitas dengan cepat. Pengalaman ini membuat informan memutuskan untuk mau berubah dan mengikuti Online Coaching Diet.

Motif Untuk (*in order to motives*) Coachee Komunitas Online Coaching Diet

Disisi lain harapan mengikuti komunitas OCD menjadi salah satu proses untuk mau mengikuti OCD. Informan berhasil mengikuti OCD lebih dari 3 bulan atau 3 kali program OCD. Fokus mengikuti mealplan yang diberikan saat OCD memiliki tantangan tersendiri, membatasi kalori, tidak memakan makanan yang mengandung santan dan minyak merupakan keharusan yang wajib dilakukan oleh informan lakukan dalam mengikuti OCD. Harapan membuat informan akhirnya semangat mengikuti OCD sehingga akhirnya berhasil menurunkan berat badan lebih dari 15 kg. Harapan yang informan inginkan dalam mengikuti komunitas OCD adalah memperlancar beribadah, Mempermudah dalam mencari pakaian yang sesuai dengan mereka inginkan, Melatih diri menjaga pola makan, pola pikir dan pola gerak, Menjaga kesehatan mereka sehingga tidak mudah sakit.

Motif untuk (*in order to motives*) merupakan tindakan dimasa yang akan datang. Dimana tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki tujuan yang telah di tetapkan.

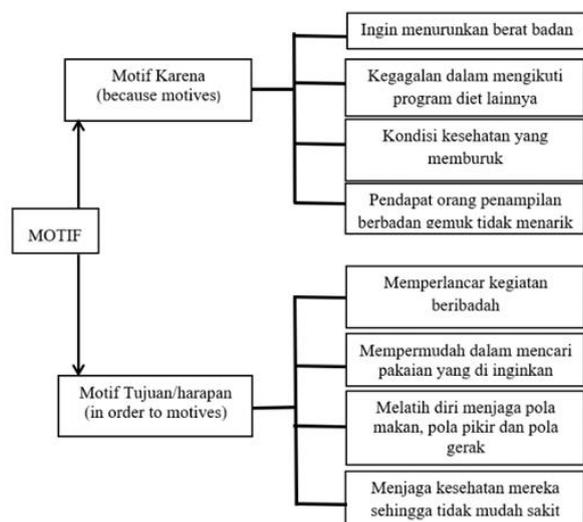
Coachee memulai program dengan diminta untuk mengisi form yang mengharuskan coachee menyampaikan harapannya dalam mengikuti OCD yang kemudian akan disebar di kelas

Coaching yang dapat dilihat semua coachee dan coach. Harapan yang tertulis ini menjadi salah satu cara dalam komunitas ini untuk memberi semangat bagi coachee dalam melaksanakan programnya.

Menerima bahwa usia sudah tidak muda lagi maka kesehatan menjadi harapan terbesar bagi salah satu informan, memiliki badan yang sehat, hidup yang lebih baik dalam menjalankan hidupnya akan membuat orang yang berada di usia senja akan memiliki kemampuan untuk beribadah dengan lebih baik lagi. Memiliki badan yang gemuk ternyata membuat informan Happy sulit untuk melakukan ibadah. Bagi informan yang memiliki usia lebih muda, tampil lebih menarik, memiliki pakaian yang berukuran kecil menjadi harapan mereka. Baju yang sulit didapatkan sesuai keinginan mereka menjadi salah satu harapan apabila memiliki badan langsing.

Berdasarkan hasil wawancara maka motif-motif informan dalam mengikuti komunitas online coaching diet senang buang lemak dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Sumanto (2009) mengatakan bahwa Zaman dahulu wanita ingin bertubuh langsing agar kelihatan cantik dan menarik dan saat ini keinginan bertubuh langsing tidak hanya itu saja akan tetapi juga pada upaya menjaga kesehatan. Tubuh yang gemuk menjadi sarang munculnya penyakit. Hal ini terbukti atas berbagai kasus penyakit yang diakibatkan kegemukan seperti penyakit jantung, hipertensi, gagal ginjal dan diabetes. Tubuh gemuk menyebabkan sulitnya beraktifitas karena disebabkan perasaan yang lelah dan lesu, hal ini tidak sesuai dengan kebutuhan masa sekarang yang menuntut kita untuk lebih dinamis dan lincah dalam bergerak.



Gambar 1. Motif-motif coachee mengikuti Online Coaching Diet (Sumber : Olahan hasil peneliti)

3. Makna langsing Coachee komunitas Online Coaching Diet

Memutuskan mengikuti komunitas Online Coaching Diet tidak terlepas dari motif-motif yang ada pada diri setiap peserta OCD. Setiap orang memiliki pengalamannya masing-masing baik pengalaman yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan. Pada motif informan sebelum mengikuti OCD mereka mendapatkan pengalaman yang lebih banyak tidak menyenangkan. Hal ini menjadi sumber kekuatan pada diri informan untuk memutuskan mengikuti komunitas OCD. Herdiman (2003) Schutz berpandangan bahwa makna suatu tindakan yang secara subjektif bermakna itu memiliki asal-usul sosialnya, yaitu muncul dari dunia kehidupan bersama dan dunia kehidupan sosial (Sobur,2013) maka jika kita melihat saat ini media sosial menjadi arena yang dalam berinteraksi, bertukar informasi. Gerakan-gerakan hidup sehat sering diterpa pengguna media sosial, Seorang blogger menyampaikan informasi bagaimana

mengelola kalori, menghitung berat badan dan tinggi badan ideal atau berbagai informasi tentang makanan dan minuman yang bisa dimakan oleh mereka yang ingin menurunkan berat badannya. Hal ini tidak terlepas juga dari program OCD yang mempersuasif pengguna media sosial untuk bergabung dalam program mereka, selain itu coachee dan coach diterpa berbagai informasi dalam ruang atau grup whats app yang para coach memberikan berbagai link yang dapat diakses coachee.

Informasi melalui media sosial juga berperan dalam tindakan yang dilakukan oleh mereka. Setiap minggu peserta diminta untuk melaporkan keberhasilannya menurunkan berat badan ke media sosial facebook atau Instagram. Hal ini juga bagi mereka yang mengalami kegagalan menjadi sulit untuk menyatakannya ke media sosial, sehingga share di media sosial dilakukan oleh coachee yang berhasil. Kemampuan mereka menyatakan hasilnya di media sosial juga diberi nilai yang tinggi. Hal ini salah satu bentuk reward yang diberikan coach, maka tidak heran yang juara dalam program selalu menshare keberhasilannya di media sosial. Tujuan lainnya adalah mendapat komen dari teman-teman di media sosial coachee sehingga menarik keinginan orang lain untuk bergabung pada kegiatan ini. Komunikasi yang dilakukan dalam OCD dilakukan melalui: 1) Grup Whats'app, untuk berinteraksi, menshare laporan makanan dan minuman. Mendapatkan informasi mengenai lemak, akibat kegemukan, bahaya makanan kemasan dan informasi kesehatan yang juga didapat melalui buku-buku kesehatan, blog, youtube dan web Herbalife. 2) facebook, untuk melaporkan body awal coachee sebelum dan sesudah pada komunitas tertutup yang

hanya bisa dimasuki peserta OCD, nama grupnya adalah Superfit Community, selain itu juga untuk melaporkan keberhasilan coachee setiap minggu di akun pribadi setiap coachee. Hasil pengamatan semua coachee melapor menggunakan facebook dari pada Instagram. 3. Youtube dan 4. Blog menjadi konten untuk membaca berbagai permasalahan kesehatan, menambah ilmu coachee sehingga dapat mengetahui apa permasalahan sebenarnya yang membuat mereka mengalami obesitas. 4. Web Herbalife, <https://www.herbalife.co.id/> melalui web coachee dapat membeli produk dan membaca berbagai informasi tentang Herbalife, nutrisi dan kesehatan.

Bisa dilihat bahwa apa yang disampaikan Schutz dilihat dari pengalaman-pengalaman baik masa lalu maupun harapan harapan yang informan inginkan sehingga memutuskan untuk menjadi langsing itu jauh lebih baik dari pada berbadan gemuk. Informasi melalui media sosial dan web juga memberikan pengalaman tersendiri yang mengkonstruksi makna langsing. Makna langsing lebih positif dimaknai informan, mereka sangat nyaman dengan kondisinya sekarang. Langsing menjadi harapan yang selalu diinginkan sehingga untuk mempertahankannya mereka terjun kedalam bisnis Herbalife dan selalu menjaga pola makan, pola pikir dan pola gerak. Tiga pola ini mereka dapatkan selama mengikuti program OCD, pengalaman masa lalu tidak hanya sebelumnya tetapi saat mengikutinya, hari demi hari sampai 3 bulan lebih mengikuti program menciptakan makna langsing itu sendiri dari pengalaman-pengalaman coachee.

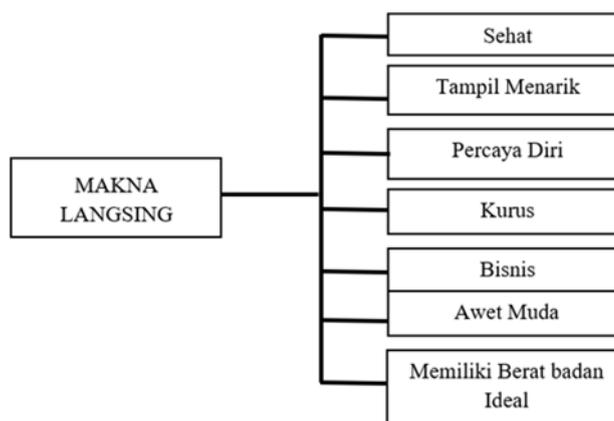
Langsing menurut para ahlinya adalah memiliki berat badan yang ideal.

Lingga (2011) menyatakan bahwa langsing tidak sama dengan kurus. Tubuh yang langsing merupakan gambaran tubuh yang proporsional dambaan semua orang. Langsing adalah memiliki bobot tubuh normal dengan komposisi lemak dan air sesuai dengan standar normal disertai massa otot yang memadai untuk membentuk lekuk tubuh yang indah. Keberhasila program pelangsingan tubuh sering identik dengan penurunan bobot badan. jumlah pengurangan bobot badan dijadikan sebagai indikator penyusutan bobot lemak tubuh, meski tidak selamanya demikian.

Berdasarkan hasil wawancara bagi informan langsing adalah berat badan yang ideal. Dimana langsing bisa diketahui dari berat badan yang dimiliki seseorang di sesuaikan dengan tinggi badannya. Mereka memahami ini setelah mengikuti kelas edukasi. Komunikasi yang terjalin anatar coach dan coachee memberikan pengetahuan tersendiri bagi coachee dalam memahami berat badan ideal. Selain itu langsing juga sehat, karena langsing membuat badan tidak cepat lelah, semangat dalam bekerja dan beraktifitas. Langsing juga tampil menarik karena pakaian mudah untuk dicari dan enak dilihat orang lain. Kemudahan mendapatkan baju setelah langsing memberikan kebebasan bagi informan untuk mendapatkan berbagai pakaian yang menarik sehingga dapat tampil dengan menarik dan awet muda. Kenyataannya setiap informan memaknai langsing berbeda-beda hal ini berdasarkan pengalaman yang didapatnya selama ini juga berbagai informasi yang mereka dapatkan baik dikelas edukasi maupun diluar edukasi. Hal ini terlihat dari informan Liza yang menganggap langsing itu kurus. Langsing juga memiliki rasa percaya diri, setelah

sukses mengikuti komunitas ini berbulan-bulan dan berhasil menjadi langsing membuat informan tampil dengan rasa percaya diri dimanapun mereka berada.

Rini (2015) berpendapat bahwa wanita menginginkan berbadan langsing karena beberapa alasan yaitu menjadi pusat perhatian orang, Ingin sehat, Ingin terlihat seksi, Ingin semua jenis pakaian muat, Ingin disayang kekasih atau suami, tuntutan dunia pekerjaan, meniru tokoh idola melalui media massa. Pernyataan Rini tidak jauh beda dengan informan penelitian, maka dapat dilihat sehat menjadi hal yang paling diutamakan bagi informan. Langsing itu sehat, berarti apabila mereka terus menjaga gaya hidup mereka maka kesehatan mereka pun terjamin. Selain itu percaya diri ada dalam diri informan karena menganggap bahwa langsing itu mereka dapat tampil dengan menarik. Disisi lain, komunitas ini akhirnya mengharapkan semua coachee menjadi member Herbalife. Harapan yang terpenuhi dengan berhasil menurunkan berat badan dan kemudian dilanjutkan dengan bisnis, mendapatkan pemasukan dengan menjadi member. Cocachee yang berhasil menurunkan berat badan menjadi hasil produk yang dapat disampaikan ke orang lain bahwa mereka berhasil dalam menurunkan berat badan. Mengajak orang lain untuk juga hidup sehat juga mengharuskan coachee yang kemudian menjadi coach untuk terus langsing selamanya. Hal ini karena nilai jual dalam bisnis adalah tetap bertahan untuk terus langsing. Hal ini yang kemudian mengkonstruksi informan bahwa langsing juga bisnis. Maka dapat dilihat hasil dari penelitian ini makna langsing dapat dilihat dalam gambar berikut ini :



Gambar 2. Makna Langsing Coachee Online Coaching Diet #senangbuanglemak (Sumber : Olahan Hasil Peneliti)

Makna langsing yang dimaknai informan tidak jauh berbeda dengan pendapat dari beberapa pakar kesehatan. Tubuh langsing merupakan idaman bagi setiap orang. Penampilan setiap orang akan menarik dan diterima oleh masyarakat apabila memiliki tubuh yang langsing. Tubuh langsing berarti tidak memiliki lemak berlebih di tubuh, terutama bagian perut, paha, dan lengan. Wanita dengan tubuh langsing akan memiliki rasa percaya diri hal ini dikarenakan masyarakat memiliki pandangan bahwa tubuh langsing itu indah, fit dan mempesona (dalam Rini, 2015).

PENUTUP (TNR, 12 Bold)

Motif-motif yang melatar belakangi coachee dalam mengikuti komunitas dapat dilihat dari motif karena (because motives) dimana hasilnya adalah ingin menurunkan berat badan, kegagalan dalam mengikuti program diet lainnya, kondisi kesehatan yang memburuk, pendapat orang lain penampilan berbadan gemuk tidak menarik, Motif tujuan atau harapan (in order to motives) adalah memperlancar kegiatan beribadah, mempermudah dalam mencari

pakaian yang diinginkan, melatih dan menjaga pola makan, pola pikir dan pola gerak, menjaga kesehatan mereka sehingga tidak mudah sakit.

Media sosial tempat penggunaanya mendapatkan berbagai informasi, kata langsing sendiri memiliki makna yang berbeda-beda bagi coachee, hal ini tergantung pada pengalamannya masing-masing. Pada dasarnya dengan memasuki globalisasi dimana berbagai informasi didapat melalui media sosial juga mengkonstruksi makna langsing. Coachee sendiri selalu diterpa langsing itu sehat, sehingga mereka juga memaknai hal yang sama bahwa langsing itu sehat. hal ini disepakati oleh semua informan. Media sosial yang sering digunakan adalah whats App Grup, selain itu juga facebook, youtube, blog dan website. Internet saling mengkoneksikan berbagai media sosial tersebut yang sangat mudah untuk di linkkan melalui smartphome. Makna langsing bagi coachee komunitas Online Coaching Diet dapat disimpulkan bahwa langsing dimaknai sebagai sehat, tampil menarik, percaya diri, kurus, bisnis, awet muda dan memiliki berat badan yang ideal.

Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan melihat bagaimana komunikasi kesehatan secara globalisasi, pada dasarnya perusahaan kesehatan dari Internasional juga telah memasuki pasar Indonesia. Sosialisasi – sosialisasi mengenai kadar batasan kalori yang yang harus masuk kedalam tubuh seseorang akan menambah informasi masyarakat, sering kita membaca menu tetapi tidak tertera jumlah kalori yang akan dimakan oleh kita. Masyarakat juga perlu memahami bahwa menerima orang lain hanya karena berat badannya, sudah dapat dilihat bagaimana tujuan mereka mengikuti

program OCD karena seringnya mendapatkan hinaan bahkan dari orang terdekat. Hal ini menjadi pengalaman menyakitkan bagi mereka yang telah memiliki berat badan berlebih dan salah satu efeknya adalah rasa minder yang begitu besar.

UCAPAN TERIMA KASIH (TNR, 12)

Penulis mengucapkan terimakasih pada head coach, coach dan coachee yang mensupport penelitian ini dan menerima penulis beberapa bulan penelitian.

REFERENSI (TNR, 12 Bold)

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara
- Bahar, Mahdi, Defrianti, Denny, F. (2017). Fenomena Tradisi Minum Daun Kawo di Desa Ujung Pasir. *Jurnal Titian*, 1(2). <https://onlinejournal.unja.ac.id/titian>.
- Gupta, Sumeet & Hee-Woong Kim, 2004, *Virtual Community: Concept, Implication, and Future Research Directions*, *Proceedings of Tenth Americas Conference on Information System*, New York
- Khang, H., Ki, E. J., & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997-2010. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279–298. <https://doi.org/10.1177/1077699012439853>.
- Lingga, Lanny. (2011). *Gampang & Pasti Langsing Terbukti*. Jakarta Selatan: PT. Agro Media Pustaka
- MaiH. T. X., & OlsenS. O. (2013).

- Consumer participation in virtual communities: The role of personal values and personality. *Journal of Marketing Communications*, ahead-of-print, 1–21. [Taylor & Francis Online], [Google Scholar]
- Morissan, 2014. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Piliang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasi dan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial. *Jurnal Sositologi*, 143-156.
- Putra, A. M., & Febrina, A. (2019). Fenomena Selebgram Anak: Memahami Motif Orang Tua. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1093. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.396>
- Prasanti, Ditha dan Indriani, Sri, 2017. Interaksi Sosial Anggota Komunitas Let's Hijrah dalam Media Sosial Group Line. *Jurnal The Messenger*, Vol.9 No.2
- Khang, H., Ki, E. J., & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997-2010. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279–298. <https://doi.org/10.1177/1077699012439853>
- Nasution, R. D. (2015). Meneropong Masa Depan Pendidikan di Indonesia (Penerapan Virtual Learning di Indonesia). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, November, 489–497.
- Nur Kusumaningrum, D., Adim Pradana, H., & Hardyanti, W. (2017). Komunitas Digital AIMI dan Gerakan Sosial Berbasis Facebook. *Journal of Islamic World and Politics*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/jiwp.1104>
- Rahmania, N. Z., & Pamungkas, I. N. . (2018). Komunikasi Interpersonal Komunitas Online Interpersonal Communication in Online Community www.rumahtaaruf.com. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 51–66. <https://pdfs.semanticscholar.org/1abb/4e957605b8846410ddb9c5b2d554e1ab6180.pdf>
- Rini, Ayu. (2015). *Rahasia Tubuh Langsing Ideal*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo
- Sobur, Alex. (2014). *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Sumanto, Agus. (2009). *Tetap Langsing dan Sehat Dengan Terapi Diet*, Jakarta Selatan: Pt. Agro Media Pustaka.
- Sumber Lain :
<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/18/11/03/phkx1e349-riskasdas-makin-banyak-penderita-obesitas-di-indonesia>
(<https://www.herbalife.co.id>)