

## **PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS SENAM CAMOEL CLUB KEBUMEN**

### ***THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF THE CAMOEL CLUB COMMUNITY KEBUMEN***

Oleh : Jihan Rahmatika, Nur Hidayah

Email : jihantika1@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan alasan dalam menjalankan senam dan perilaku konsumtif pada anggota komunitas senam *Camoel Club*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan lokasi penelitian di Kebumen. Informan berjumlah 8 orang menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu *founder* komunitas senam *Camoel Club* dan para anggota aktif dengan frekuensi kedatangan minimal lima kali dalam satu bulan. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan studi pustaka. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan senam para anggota mempunyai beberapa alasan, yakni hidup sehat, menambah pengetahuan tentang senam dan pengaruh dari teman. Adanya konsumsi pada atribut senam bermerek dipandang memiliki prestise dalam kegiatan senam maupun *event* di luar komunitas. Kegiatan pemenuhan tersebut membawa anggota menjadi konsumtif.

**Kata Kunci:** Anggota Komunitas, Aerobik, Perilaku Konsumtif

#### **ABSTRACT**

*This research described the reasons which aspects influenced mothers doing aerobics in the Camoel Club studio. In addition, the study also aims to see how the consumptive behavior of members of the Camoel Club community. The method used in this study was descriptive qualitative at the research site in Kebumen. Informants in this study amounts to 8 people selected by using purposive sampling technique criteria members are founder of the Camoel Club community and members of the Camoel Club community who frequently arrived at least five a month. Data collection methods used include observations, interviews and literature study. The validity of the data was checked using the technique of triangulation of sources. Data analysis techniques using interactive models, Miles and Huberman i.e. ranging from data collection, data reduction, the presentation of data, and the withdrawal of the conclusion. The result of this research show that the members have reasons for doing aerobics exercise. The reasons i.e. to healthy life, to knowledge about aerobics and influence from friends. The consumption of branded attributes means that they have prestige in aerobics activities and events outside the community. The aerobic activity brings members become to consumptive.*

**Keywords:** *Community Member, Aerobic, Consumptive Behavior*

## **A. PENDAHULUAN**

Gaya hidup sehat saat ini bukan menjadi sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia. Terbukti dari beberapa tabloid seperti *women health*, *fit*, *fitnes for men* dan konten-konten *youtube* yang membahas tentang cara hidup sehat. Bahkan saat ini mulai digencarkan program-program pola hidup sehat dari Pemerintah yang lebih dikenal dengan GERMAS atau Gerakan Masyarakat peduli hidup sehat (Khairunnisa dkk, 2015: 1186-1187). Semakin meningkatnya minat masyarakat akan gaya hidup sehat, dapat dilihat dari banyaknya event-event senam yang diadakan di Kebumen dan partisipasi masyarakat dalam melakukan olahraga senam. Kesadaran akan gaya hidup sehat tidak hanya terjadi pada masyarakat perkotaan, tetapi juga pada masyarakat perdesaan. Olahraga yang sedang *trend* saat ini adalah senam. Senam sebagai salah satu olahraga rekreatif, banyak digemari dan dinikmati sampai ke seluruh pelosok tanah air, mulai dari lapisan masyarakat bawah, lapisan masyarakat menengah maupun lapisan masyarakat atas (Sadoso Sumosardjuno, 2004: 4). Kebumen merupakan salah satu kabupaten yang hampir disetiap desanya memiliki program senam rutin, bukti bahwa masyarakat Kebumen sangat peduli dengan pola hidup sehat adalah dengan

munculnya sanggar-sanggar senam dan komunitas-komunitas senam.

Desa Candimulyo merupakan salah satu desa di Kebumen yang masyarakatnya sudah mulai memiliki gaya hidup sehat, terbukti dalam satu desa tersebut memiliki tiga komunitas senam salah satunya yaitu Camoel Club. Komunitas Camoel Club merupakan komunitas senam pertama, yang berdiri sejak tahun 2012. Munculnya komunitas senam Camoel Club mampu mengubah pola hidup masyarakat di Desa Candimulyo tentang bagaimana menjalani kegiatan yang sehat, mengatur pola makan hingga aktif mengikuti senam. Menariknya, pada komunitas senam Camoel Club ini pesertanya tidak hanya ibu-ibu yang berasal dari desa Candimulyo melainkan dari luar desa tersebut. Beberapa motivasi dari ibu-ibu yang mengikuti senam adalah selain untuk memiliki tubuh yang sehat dan bentuk yang proporsional, juga tuntutan dari lingkungan sekitar yang menjadikan senam sebagai sesuatu yang tren atau *kekinian* di kalangan ibu-ibu.

Pada akhirnya, olahraga senam kini menjadi tren gaya hidup dalam pergaulan masyarakat. Jika beberapa tahun yang lalu, olahraga senam banyak digemari oleh masyarakat yang berusia muda dan orang-orang yang berduit. Kondisi tersebut mulai bergeser pada tahun belakangan ini, dengan munculnya sanggar senam yang

murah, bahkan ada yang hanya berlokasi di balai desa atau kantor kelurahan sehingga olahraga senam mulai digemari oleh ibu-ibu yang notabennya tinggal di desa.

Setelah munculnya komunitas senam Camoel Club di desa Candimulyo, banyak membawa pengaruh besar terhadap gaya hidup anggota senam Camoel Club yang meliputi, konsumsi sepatu dengan merek-merek ternama *nike, reebok, adidas* dan lain sebagainya. Pesatnya perkembangan alat-alat olahraga yang mengusung *merk* menjadi tolak ukur anggota komunitas senam Camoel Club dalam hal status sosial mereka. Harga perlengkapan senam seperti baju senam beragam mulai dari Rp. 250.000 – Rp. 500.000 sedangkan harga sepatu berkisar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Dalam membeli barang-barang *branded* tersebut mereka rela membelinya sampai ke luar kota atau memesan secara *online*. Mereka berlomba-lomba untuk membeli barang-barang *branded* agar terlihat lebih keren, *fashionable* dan menambah rasa percaya diri. Menariknya, mayoritas atau sekitar 80% adalah ibu-ibu rumah tangga yang suaminya bekerja sebagai petani ataupun wiraswasta serta sisanya adalah PNS. Mereka rela membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang *branded* karena tuntutan pergaulan. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang semula dilakukan

oleh masyarakat di perkotaan dan dari kalangan ekonomi atas, saat ini mulai bergeser yaitu pada masyarakat di perdesaan yang *notabene* nya mereka dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

## **A. KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Munculnya Perilaku Konsumtif pada Komunitas Olahraga Senam**

Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*. Kekuatan pengikat suatu komunitas adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial dan ekonomi. Disamping itu, secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Komunitas dapat dibentuk dimanapun, tidak harus dibangkitkan dari *middle class* berduit kuat namun dapat juga dari yang berilmu dan berkeinginan kuat (Soenarno, 2002: 26-27). Sekarang ini banyak bermunculan komunitas-komunitas olahraga. Banyak faktor yang menentukan komunitas olahraga mulai berkembang di Indonesia. Pertama adalah berkembangnya pola pikir masyarakat untuk mulai peduli dengan hidup sehat. Kedua adalah adanya

dukungan dari pemerintah mengenai program kesehatan yang bertujuan mampu menciptakan masyarakat yang sehat, salah satunya adalah program olahraga senam. Yang ketiga adalah minat masyarakat yang tinggi untuk bergabung dalam suatu komunitas, mereka ingin mengisi waktu luang dengan sesuatu yang dapat memberikan hiburan serta dapat bersosialisasi dengan orang lain, mereka memerlukan suatu media atau wadah untuk bertemu, berkelompok dan berkegiatan bersama. Masyarakat secara luas dapat memanfaatkan komunitas bukan hanya sebagai ajang ekspresi diri, namun juga pengembangan diri.

Masing-masing komunitas akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya (Soenarno, 2002: 25). Oleh karena itu, ketika seseorang sudah terikat dengan sebuah komunitas maka dia akan berusaha untuk memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan agar dapat eksis di dalam komunitas tersebut. Tidak jarang, anggota komunitas harus rela mengeluarkan biaya untuk keperluan mengikuti kegiatan di dalam komunitas, dari sikap kelayakan terhadap komunitas dan usaha para anggota untuk selalu memenuhi segala kebutuhan dalam mengikuti sebuah komunitas maka akan

mengarahkan ke dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif menurut Hamilton dkk (2005) disebut dengan istilah *wasteful consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan.

Menurut (Handoko & Swastha, dalam: Novia & Achmad, 2016: 612), karakteristik perilaku konsumtif diantaranya, keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan, perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki, sikap individu berfoya-foya dalam membeli barang dan kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya.

Secara umum, batasan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (Baudrillard, 2009: 13). Masyarakat saat ini disulap menjadi masyarakat konsumeristis dimana gaya hidup belanja adalah sebuah keutamaan baru. Komunitas senam sendiri muncul sebagai wadah atau tempat bagi para anggotanya yang memiliki hobi dan minat yang sama untuk menyalurkan segala opininya pada para anggotanya dalam komunitas tersebut.

Cara mereka untuk mewujudkan opininya dan untuk menunjang hobi mereka adalah dengan cara mengeluarkan biaya lebih untuk keperluannya mengikuti komunitas tersebut. Dengan demikian, maka mulai muncul perilaku konsumtif pada komunitas senam. Para anggota senam mengikuti kegiatan yang ada pada komunitas senam yaitu olahraga senam dan untuk menunjang kegiatan tersebut para anggota mengeluarkan biaya lebih yang berbentuk suatu barang yang tidak bisa dibidang murah dan mereka membeli dengan jumlah yang lebih dari satu.

## **2. Penampilan dan Perilaku Konsumtif Wanita**

Dalam kegiatan olahraga senam, perputaran *fashion* menjadi suatu kebutuhan. Setiap kegiatan ini berlangsung dan setiap peserta berlomba-lomba menggunakan produk *fashion* terbaik. Mereka berada dalam pengetahuan *fashion* yang sama, yakni modis dan *up to date*. Dalam membelanjakan uangnya kadangkala wanita dinilai kurang efisien karena pembelian barang yang dilakukan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi karena keinginan untuk meniru orang lain, mencoba produk baru atau memperoleh pengakuan sosial (Sutrisna, 2003: 13). Ketertarikan untuk selalu membeli produk-produk *fashion* baru secara berlebihan akan mengarahkan wanita untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Konsumsi secara berlebihan ini mengacu pada perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya (Veblen dalam: Eva Suminar dan Tatik Meiyuntari, 2015: 145-152). Wanita memandang produk-produk sebagai lambang atau simbol status yang sangat mempengaruhi kebutuhan dan perilaku hidup mereka. Sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki orientasi tinggi maka wanita semakin sadar dengan produk-produk bermerek. Mereka menganggap bahwa merek produk jika tidak dibeli akan merusak konsep dirinya. Misalnya saja konsumen yang selalu membeli pakaian dengan merek tertentu karena ia merasa bahwa pakaian itu mampu mengekspresikan citra dirinya dan konsep dirinya.

Perilaku wanita yang sangat mementingkan *fashion* juga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki wanita, yaitu wanita terikat sangat erat dengan kelompok. Mereka berupaya keras untuk bergabung dengan kelompoknya karena wanita ingin diakui keberadaannya (Kartono, 1990: 173). Menurut (Chaney, dalam: Retno & Edi, 2008: 28) mengatakan bahwa semua yang

kita miliki akan menjadi budaya tontonan (*a culture of spectacle*). Semua orang ingin menjadi penonton dan sekaligus ditonton. Ingin melihat tetapi sekaligus dilihat. Kemudian muncul istilah “Kamu bergaya maka kamu ada!” Jika kamu tidak bergaya, maka siap-siaplah untuk dianggap tidak ada, diremehkan atau diabaikan. Istilah inilah yang menyebabkan orang saat ini perlu bersolek atau berias diri. Hal ini yang membawa para anggota senam berorientasi pada penampilan yaitu penggunaan perlengkapan senam bermerek yang terdiri dari pakaian, sepatu dan berbagai aksesoris tambahan yang menunjang kegiatan senam. Wanita cenderung menilai rekannya berdasarkan barang bermerek yang dikenakannya dan wanita membutuhkan pertimbangan teman dalam memutuskan barang yang akan dibeli. Wanita dengan sifat-sifatnya tersebut merupakan sasaran pasar yang harus diperhatikan antara lain wanita bisa dianggap sebagai konsumen langsung, karena sejumlah uang yang dapat membeli kebutuhan sehari-hari. Pernyataan tersebut menandakan bahwa wanita mempunyai kecenderungan perilaku konsumtif dengan memiliki minat besar terhadap penampilan atas dirinya. Lingkungan dalam kelompoknya dijadikan sebagai acuan seorang wanita dalam berpenampilan dan berperilaku.

### **3. Senam dan Status Sosial**

Setiap manusia akan melakukan kegiatan yang menjadi hobi dan membuat dirinya bahagia, termasuk didalamnya bagaimana seseorang tersebut menampilkan citra dirinya dalam segala aktivitas yang dilakukan. Olahraga merupakan aktivitas sosial, didalamnya terjadi proses sosial yang menyebabkan terjadinya interaksi antar satu individu dengan individu yang lainnya serta dengan lingkungan dimana individu berada. Dalam interaksi sosial yang terjalin dengan teratur maka setiap orang mempunyai situasi tertentu yang menyebabkan terjadinya perubahan pada “hal apa” yang harus diimani dan dikerjakannya. Pada kenyataannya manusia memiliki dua segi kehidupan, yaitu kehidupan publik dan kehidupan pribadinya (Raswin, 2015: 25). Dalam kasus olahraga senam pun, interaksi yang terjadi diantara partisipannya melahirkan tingkatan-tingkatan tertentu atau stratifikasi sosial sebagai sistem lapisan masyarakat. Misalnya ada istilah olahraga elit, olahraga masyarakat, olahraga profesional atau olahraga amatir. Bahkan ada yang mengkhususkan pada sanggar yang ada di kota atau yang ada di desa. Wanita yang aktif berolahraga berarti dia terlibat secara intens dalam pola interaksi tertentu dalam masyarakat. Dari sinilah masyarakat akan memandang dan

memberikan penilaian hingga akhirnya memberikan status kepadanya. Status sebagai kedudukan seseorang di masyarakat, yang artinya adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisnya dan hak serta kewajibannya (Soekanto, dalam: Raswin, 2015: 25). Faktor yang menentukan para wanita bergabung dalam olahraga senam adalah jaringan interaksinya. Seberapa luas dia mampu membentuk pola interaksi dengan lainnya, dan bagaimana interaksi dan komunikasi yang mampu dia lakukan dengan yang lainnya. Salah satu alat ukur untuk ini adalah frekuensi keterlibatannya pada aktivitas olahraga senam seperti mengikuti *event* olahraga senam dan prestasi yang didapat melalui ajang perlombaan senam. Dengan demikian maka masyarakat akan memberikan status kepadanya.

Teori yang digunakan dalam tulisan ini yaitu teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard. Teori tersebut memberi penjelasan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, dan simulacra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Baudrillard menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada pilihan-pilihan

rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi (Dermatoto, dalam: Ramadha, 2016: 4). Baudrillard mengklaim sentral bahwa objek menjadi tanda (*sign*) dan nilainya ditentukan oleh sebuah aturan atau kode (Baudrillard, dalam: Ritzer, 2003: 137). Ketika kita mengkonsumsi objek, maka kita mengkonsumsi tanda dan sedang dalam proses kita mendefinisikan diri kita, “melalui objek, setiap individu dan setiap kelompok menemukan tempat masing-masing pada sebuah tatanan, semuanya berusaha mendorong tatanan ini berdasarkan garis pribadi (Baudrillard dalam: Ritzer, 2003: 138). Masyarakat konsumtif saat ini tidak didasarkan pada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya, artinya setiap orang mampu menjadi bagian dari suatu kelompok jika seseorang tersebut mampu mengikuti pola konsumsi pada kelompok tersebut.

Maraknya, fenomena masyarakat konsumtif saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang dikonsumsi tersebut.

## **B. METODE PENELITIAN**

### **1. Lokasi Penelitian**

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Komunitas senam *Camoel Club* desa Candimulyo, Kebumen. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena komunitas senam *Camoel Club* merupakan kelompok yang terbentuk pertama kali di desa Candimulyo sehingga memiliki jumlah anggota yang paling banyak dibandingkan dengan kelompok senam yang lainnya. Selain itu komunitas tersebut memiliki anggota yang heterogen, yakni anggota dari komunitas senam *Camoel Club* berasal dari berbagai kalangan baik itu dari ibu-ibu yang berasal dari dalam desa maupun yang berasal dari luar daerah, mayoritas dari ekonomi rendah, sedang dan tinggi sehingga tepat dipilih sebagai lokasi penelitian dan mempermudah peneliti untuk memperoleh data tentang Perilaku Konsumtif pada Komunitas Senam *Camoel Club* Kebumen.

### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 3 (tiga) bulan terhitung dari bulan Januari 2019 hingga Maret 2019.

### **3. Bentuk Penelitian**

Bentuk penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk lebih menggali cerita naratif dari informan sehingga data yang diperlukan dapat diperoleh secara mendalam.

### **4. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas senam *Camoel Club* yang aktif melakukan senam. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Dalam penentuan sampel, dipilih satu atau dua orang tetapi karena dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan dua orang sebelumnya, begitu seterusnya hingga jumlah sampel menjadi banyak (Sugiono, 2017: 85-86). Peneliti memilih sampel yaitu anggota komunitas senam *Camoel Club* yang menjadi member aktif dengan kedatangan minimal 5 (lima) kali dalam satu bulan.

### **5. Sumber Data**

#### **a. Sumber Data Primer**

Sumber data primer dalam penelitian kualitatif adalah hasil wawancara dan observasi di lokasi sanggar senam *Camoel Club* di desa Candimulyo Kebumen. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah ibu-ibu anggota komunitas *Camoel Club*. Sumber data primer dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman, video/audio dan foto.

#### **b. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah pencarian sumber data yang diperoleh

tidak langsung oleh peneliti. Fungsi data sekunder adalah untuk mendukung data primer. Peneliti menggunakan data sekunder berupa artikel, berita, website dan lain sebagainya.

## **6. Teknik dan Instrumen Penelitian**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi pustaka.

### **a. Observasi**

Observasi atau pengamatan dengan mengamati langsung kondisi informan dan lingkungannya. Observasi dilakukan agar data yang didapatkan lebih meyakinkan karena peneliti dapat melihat secara langsung yang meliputi aktivitas, tingkah laku, hubungan sosial dan sebagainya. Manfaat dari pengamatan ini adalah untuk memperkuat data yang nanti diperoleh pada saat wawancara.

### **b. Wawancara**

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan berdasarkan atas strata, random atau daerah melainkan berdasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2013: 183). Peneliti memilih beberapa narasumber dengan beberapa kriteria yang sudah ditentukan yaitu kepada *founder* komunitas senam *Camoel Club* dan para anggota komunitas senam *Camoel Club* yang aktif, yang dibuktikan dengan tercatatnya anggota tersebut dalam

daftar anggota aktif dan frekuensi member senam tersebut datang ke sanggar, peneliti memilih informan yang minimal 5 kali datang dalam satu bulan.

### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi dan mendukung data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pengambilan foto pada saat sesi wawancara dan pada saat kegiatan senam berlangsung.

## **7. Validitas dan Reliabilitas**

Dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang dipakai adalah triangulasi dengan sumber data, yaitu teknik pengecekan data yang akan digunakan dengan cara membandingkan berbagai jawaban dari informan.

## **8. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik milik Miles dan Huberman yang terdiri dari empat komponen yaitu pengumpulan data, penyajian data/interpretasi hasil analisis dan penarikan kesimpulan.

## **C. PEMBAHASAN DAN ANALISIS**

### **1. Alasan Mengikuti Olahraga Senam**

#### **a. Hidup Sehat**

Faktor utama yang membuat seseorang ingin menjalankan olahraga senam adalah karena ingin mempunyai badan yang sehat, terhindar dari penyakit dan memiliki bentuk tubuh yang ideal. Faktor dalam diri berupa keyakinan untuk

menerapkan pola hidup sehat mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas yang menunjang hal tersebut. Mempunyai badan yang sehat dan ideal adalah keinginan semua orang baik dari yang berusia muda ataupun yang berusia tua. Kesehatan adalah hal yang utama karena badan merupakan harta yang paling penting dan harus dijaga. Jika badan sakit maka aktivitas yang dijalani akan terganggu. Olahraga dapat meningkatkan fungsi jantung yang berguna untuk meningkatkan daya tahan dan kekuatan tubuh, membentuk tubuh yang proporsional dan menjaga kekebalan agar terhindar dari berbagai penyakit. Selain rajin berolahraga, yang perlu kita perhatikan dalam menciptakan pola hidup sehat adalah pola makan yang bergizi dan teratur agar makanan yang masuk ke dalam tubuh dapat dicerna dengan baik. Selain itu, pola istirahat yang teratur dan cara mengelola stress dengan baik menjadi faktor yang penting dalam menciptakan pola hidup sehat.

#### **b. Menambah Pengetahuan tentang Senam**

Keinginan untuk mendapatkan ilmu tentang teknik melakukan kegiatan senam merupakan alasan ibu-ibu untuk bergabung dalam sebuah komunitas senam. Ilmu yang didapatkan melalui kegiatan rutin bersama instruktur dirasa penting karena dapat menambah *skill* dalam gerakan sehingga

tujuan dari kegiatan senam dapat dicapai dengan maksimal. Senam *aerobic* dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengetahuan langsung didapat melalui keikutsertaan dalam senam *aerobic*. Pengetahuan secara tidak langsung didapat melalui berbagai informasi senam *aerobic*. Pengetahuan yang luas mengenai senam *aerobic* dapat membantu kelancaran kegiatan senam. Kegiatan tersebut tidak bisa dilakukan secara asal-asalan tetapi memiliki teknik khusus. Teknik khusus dilakukan agar tidak terjadi cedera pada otot. Adanya kursus bersama instruktur dapat memberikan pengetahuan lebih luas mengenai tata cara senam *aerobic*. Cara ini digunakan agar masyarakat lebih berfikir akan manfaat berolahraga untuk masa tua.

#### **c. Pertemanan sebagai Alasan Menjalankan Senam**

Alasan beberapa informan dalam mengikuti kegiatan senam karena adanya ajakan dari teman, sebagian besar wanita akan berusaha mengikuti gaya hidup yang sedang tren di kalangannya dengan alasan agar tidak ketinggalan jaman terlebih kita sebagai makhluk sosial yang mudah menerima informasi yang tersebar termasuk dari pertemanan untuk menjalankan hal-hal baru. Ibu-ibu yang sebelumnya tidak mengetahui tentang senam kemudian pada akhirnya dapat

menjalankan senam sebagai bagian dari aktivitasnya sehari-hari. Alasan yang lain yaitu untuk menambah relasi pertemanan karena dengan bertemu dan bersosialisasi dengan orang lain akan menjadi hiburan tersendiri khususnya bagi ibu-ibu baik itu ibu rumah tangga maupun wanita karir. Pada dasarnya manusia memiliki hasrat untuk bermain dan bergerak sebagai wujud nyata aktualisasi diri dalam mengembangkan potensinya, hasrat bermain dan bertemu orang lain inilah yang bisa dikatakan sebagai rekreasi atau hiburan.

## **2. Perilaku Konsumtif pada Anggota Senam Camoel Club**

### **a. Tren Olahraga Senam**

#### **Menimbulkan Perilaku Konsumtif**

Olahraga senam saat ini menjadi olahraga yang tren di kalangan masyarakat di Kebumen, hal ini dibuktikan dengan banyaknya komunitas-komunitas senam dan maraknya *event-event* senam yang diadakan di Kebumen. *Event* senam biasanya diadakan untuk memperingati Hari jadi Kabupaten Kebumen, Hari Ulang Tahun TNI atau Polri, kegiatan rutin Dinas Kesehatan, Ulang Tahun Sanggar Senam, acara festival bahkan sampai *event-event* yang bekerja sama dengan pihak-pihak swasta. Dengan berkembangnya olahraga senam sebagai olahraga yang banyak digemari ibu-ibu maka kemudian membawa anggotanya untuk berperilaku

konsumtif. Awal dibentuknya komunitas senam, para anggotanya masih memiliki penampilan yang sederhana dalam artian atribut senam yang dipakai hanya sebatas celana *legging* atau *training* dengan baju kaos dan sepatu seadanya atau bahkan tidak menggunakan alas kaki. Kemudian ketika anggota dari komunitas senam mulai diikuti oleh ibu-ibu yang berasal dari luar daerah desa Candimulyo yang *notabene* nya mereka sudah memiliki pengalaman mengikuti senam terlebih dahulu maka kemudian pendatang dari luar membawa pengaruh dalam hal penampilan saat melakukan kegiatan senam. Perilaku konsumtif dalam hal penampilan yang berorientasi pada perlengkapan senam mulai berkembang pada anggota komunitas *Camoel Club*. Perlengkapan senam tersebut terdiri dari baju senam, sepatu senam dan aksesoris lain yang menunjang kegiatan senam. Hal ini juga didukung dengan pesatnya perkembangan berbagai alat dan perlengkapan senam yang mengusung merek seperti merek Reebok, Nike, Puma, Skechers, Diadora, Adidas dan merek-merek lain sangat mendominasi di kalangan wanita yang mempunyai hobi olahraga. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan, diperoleh data bahwa awal pertama mengikuti senam masih menggunakan atribut senam yang tidak bermerek. Setelah bergabung dalam

komunitas senam, para informan mengaku mendapatkan saran dari sesama anggota senam untuk membeli sepatu yang bermerek *Adidas* karena tidak licin dan lebih nyaman dipakai. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor bujukan dari kelompok referensi atau teman dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membelanjakan sesuatu sebagai wujud penyesuaian diri terhadap gaya hidup yang ada di dalam komunitas senam. Hal ini juga sesuai dengan kajian teori yang membahas mengenai keterkaitan perilaku konsumtif terhadap keadaan psikologis wanita yang terikat erat dengan kelompok (Kartono, 1990: 173). Mereka akan berupaya keras untuk bergabung dengan kelompoknya karena ingin diakui keberadaannya. Wanita cenderung menilai rekannya berdasarkan barang bermerek yang dipakai dan wanita membutuhkan pertimbangan teman dalam memutuskan barang yang akan dibeli. Perilaku konsumtif tersebut terus berkembang dalam gaya hidup wanita baik secara sadar maupun tidak sadar.

Para informan juga sangat mementingkan *brand* atau merek dalam proses konsumsinya tanpa memikirkan barang tersebut sebenarnya dibutuhkan atau tidak bagi mereka. Hal ini relevan dengan dengan teori yang diungkapkan oleh Baudrillard yang menyatakan bahwa konsumsi memegang peranan penting

dalam kehidupan manusia, menurutnya tanda menjadi salah satu elemen penting dalam masyarakat konsumsi (Baudrillard, dalam: Ritzer, 2003:137). Tindakan konsumsi yang dilakukan terhadap suatu barang dan jasa tidak lagi berdasarkan pada kegunaannya melainkan lebih mengutamakan pada tanda atau simbol yang melekat pada barang itu sendiri.

Merek menjadi tolak ukur bagi para anggota komunitas senam *Camoel Club* untuk mendefinisikan dirinya dan memperlihatkan status sosial yang tercermin dari produk *fashion* yang digunakan saat kegiatan senam maupun saat *event* perlombaan berupa mendapatkan *prestise* dan pengakuan sosial. Dalam hal tersebut, nilai guna barang telah bergeser menjadi nilai tanda barang untuk menaikkan citra pribadi agar dianggap modern dan gaul. Cara dalam memperoleh perlengkapan senam bermerek dilakukan mulai dari menabung dan membelinya sampai ke luar kota. Namun, saat ini para anggota senam dimudahkan dengan adanya sistem belanja *online* dan munculnya para *reseller* yang menjual barang-barang bermerek. Sistem pembayaran kredit atau *cash tempo* juga memberikan kemudahan terutama bagi anggota komunitas senam *Camoel Club* yang mayoritas ibu rumah tangga. Hal ini yang sebenarnya merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan dibalik keinginan

yang kemudian menjadi suatu perilaku konsumtif.

**b. Perilaku Konsumtif Anggota Senam: Terkait Kebiasaan, Konsep Diri dan Status Sosial**

Masyarakat modern saat ini tidak cukup hanya mengonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian merupakan kebutuhan yang harus terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial juga harus terpenuhi (Alma, dalam: Yudhiarina, 2009: 3-5). Perilaku konsumtif tidak melulu soal barang yang dikonsumsi melainkan tentang bagaimana seseorang menghabiskan waktu luangnya. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk menghabiskan waktu dan melakukan hobinya.

Kegiatan senam banyak dipilih sebagai kegiatan baru untuk mengisi waktu senggang khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga yang kegiatannya hanya monoton mengurus rumah dan anak. Anggota komunitas senam yang merupakan ibu rumah tangga membuat mereka tidak memiliki kesibukkan yang berarti sehingga harus mencari kegiatan lain untuk mengisi waktu luangnya. Senam merupakan kegiatan yang dipilih untuk mengisi waktu luang. Oleh karena itu, senam dan *leisure* memiliki keterkaitan. *Leisure* sering

diartikan sebagai perwujudan dari pelampiasan kesenangan atau bersenang-senang yang mengarah pada kemampuan mengonsumsi barang atau melakukan hal-hal yang berhubungan dengan praktik konsumsi untuk mengisi waktu luang yang ada (Varatisha, 2016: 24-25). Senam menuntut anggotanya untuk memiliki waktu luang yang cukup banyak karena dilakukan minimal 2 kali dalam seminggu. Selain itu, para anggota juga dituntut untuk mengikuti berbagai kegiatan yang ada di dalam komunitas termasuk kegiatan arisan rutin. Kegiatan arisan rutin sangat berkaitan dengan uang, konsumsi dan bersenang-senang. Tanpa disadari kegiatan ini merupakan praktik-praktik konsumsi yang terjadi secara berulang-ulang dan harus dijalani oleh setiap anggota agar tidak dianggap berbeda dengan yang lain. Dalam komunitas senam, kegiatan *event* dan perlombaan juga menjadi kegiatan yang penting dan banyak diikuti oleh para wanita khususnya yang mempunyai hobi senam. Semakin sering seseorang dalam mengikuti kegiatan lomba maka akan semakin eksis seseorang tersebut. Baudrillard menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada pilihan-pilihan rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu

atas suatu komoditi (Dermatoto, dalam: Ramadha, 2016: 4). Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kegemaran dalam melakukan aktivitas senam mulai dari aktivitas di sanggar hingga mengikuti berbagai *event* perlombaan senam di luar sanggar. Keikutsertaan dalam ajang perlombaan bukan merupakan suatu hal yang hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomis dan didasarkan pada pilihan rasional informan akan tetapi juga terdapat sistem pemaknaan sosial yang mengarahkan informan untuk melakukan aktivitas sebagai penunjang hobi informan.

Setiap manusia memiliki kepribadian dan konsep diri yang berbeda sebagai bentuk aktualisasi diri (Amirullah, 2002: 38). Begitu pula yang terjadi pada anggota komunitas senam *Camoel Club* yang memiliki gaya hidup sebagai wujud dari aktualisasi diri yang diekspresikan melalui keikutsertaan dalam olahraga senam. Mereka rela mengeluarkan uang banyak untuk menunjang hobinya dan memperlihatkan status sosial mereka melalui barang dan kegiatan yang dilakukan. Para informan mengungkapkan bahwa dengan menggunakan barang-barang bermerek akan terkesan lebih keren dan percaya diri, apalagi jika mendapatkan pujian dari sesama anggota senam dan akan merasa dirinya diakui dalam komunitas tersebut. Hal ini dapat dikaji

menggunakan teori perilaku konsumtif yang diungkapkan oleh Jean Paul Baudrillard yaitu masyarakat konsumtif saat ini tidak didasarkan pada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya, artinya setiap orang mampu menjadi bagian dari suatu kelompok jika seseorang tersebut mampu mengikuti pola konsumsi pada kelompok tersebut. Selanjutnya, Baudrillard mengatakan bahwa ketika kita mengkonsumsi objek, maka kita mengkonsumsi tanda dan sedang dalam proses kita mendefinisikan diri kita, melalui objek, setiap individu dan setiap kelompok menemukan tempat masing-masing pada sebuah tatanan, semuanya berusaha mendorong tatanan ini berdasarkan garis pribadi (Baudrillard dalam: Ritzer, 2003: 138-139). Oleh karena itu, mereka selalu berusaha untuk tampil menarik dan elegan dengan menggunakan barang-barang atau atribut baru yang bermerek.

Olahraga senam akan menjadi hal yang menarik jika dipandang tidak hanya dari sudut pandang psikologis melainkan dari sudut pandang sosial. Seseorang yang melakukan gaya hidupnya sendiri tentu akan menentukan posisinya di masyarakat. Status sosial yang diberikan kepada seseorang tidak hanya didasarkan pada barang atau perlengkapan *fashion* yang melekat pada tubuhnya. Begitu pula dengan anggota senam pada komunitas

*Camoel Club*, aktivitas senam yang dilakukan akan menentukan status keberadaannya baik di dalam komunitas tersebut. Dalam kasus olahraga senam pun, interaksi yang terjadi diantara partisipannya akan melahirkan tingkatan tertentu dalam keanggotaan senam. Alat ukur yang dapat menentukan status seorang pesenam dalam komunitasnya dapat dilihat dari keaktifan dan keahlian dalam menjalankan aktivitas senam, frekuensi keterlibatannya dalam aktivitas olahraga senam seperti mengikuti *event* olahraga senam dan prestasi yang didapat melalui ajang perlombaan.

### **3. Dampak Perilaku Konsumtif**

#### **a. Hiburan dan Penghilang Rasa Stres**

Perilaku konsumtif yang terjadi pada anggota komunitas senam *Camoel Club* dapat dilihat dari cara membelanjakan uang dan cara mengisi waktu luang. Sebagian besar dari mereka membelanjakan uangnya untuk keperluan membeli perlengkapan senam yang bermerek dengan harga yang cukup tinggi. Dalam hal ini, tidak jarang mereka mengkonsumsi dengan jumlah yang banyak. Berbelanja merupakan kegiatan yang dianggap menyenangkan dan memberikan ketenangan bagi seseorang khususnya ibu-ibu anggota senam. Kegiatan senam juga dipandang positif sebagai kegiatan liburan bersama karena dapat melepas kepenatan dari pekerjaan

sehari-hari dan dapat berkumpul dengan sesama anggota senam. Kegiatan ini juga dianggap dapat menjaga solidaritas antar anggota komunitas senam.

#### **b. Mengikuti Perkembangan Zaman**

Perilaku konsumtif dapat dicirikan dari kesukaan dalam kegiatan berbelanja. Perilaku masyarakat saat ini dipengaruhi oleh faktor perkembangan teknologi berupa iklan-iklan di media sosial yang menampilkan gaya hidup *kekinian* yang berupa pakaian, aksesoris maupun kebiasaan yang mencerminkan gaya hidup modern. Dalam memenuhi kebutuhan, wanita selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman dengan mencari barang-barang baru atau yang sedang menjadi *trend*, begitu pula yang terjadi pada anggota komunitas senam *Camoel Club* dimana mereka melakukan pembelian secara impulsif yaitu pembelian secara tiba-tiba ketika melihat barang baru. Kegiatan pembelian didasarkan pada kesukaan terhadap barang baru dan mengikuti *mode*. Individu cenderung menggunakan produk-produk yang dianggap sedang digemari atau *trend*. Wanita semakin sadar akan produk bermerek dan cenderung meniru model-model baru karena wanita akan memperoleh kesenangan dengan membeli produk baru yang sedang *trend* tersebut.

**c. Boros**

Sikap boros pada anggota komunitas senam *Camoel Club* merupakan salah satu dampak negatif dari adanya perilaku konsumtif. Pemborosan ini tercermin dari cara mereka dalam membelanjakan uang. Sebagian besar dari para anggota membelanjakan uangnya untuk keperluan membeli perlengkapan senam yang bermerek dengan harga yang cukup tinggi. Terkadang mereka juga membeli perlengkapan senam dengan jumlah banyak meskipun sebenarnya mereka sudah memiliki koleksi yang banyak. Perilaku konsumtif dapat memberi dampak negatif yaitu pemborosan dalam mengelola keuangan. Hal ini didukung dengan hasrat yang timbul dalam diri seseorang untuk selalu membeli dan mengoleksi perlengkapan senam bermerek sehingga kegiatan olahraga senam akan terkesan mahal jika hanya mengikuti gengsi.

**d. Kecanduan**

Sikap candu ini berhubungan dengan gaya hidup berbelanja yang dilakukan secara berulang-ulang. Mereka akan merasa lebih percaya diri apabila memiliki koleksi perlengkapan senam yang banyak dan model terbaru. Dengan mengoleksi baju senam model terbaru maka akan memberikan semangat dalam melakukan olahraga senam. Kebutuhan akan rasa nyaman dan percaya diri tanpa

disadari membuat para konsumen menjadi ketagihan untuk berbelanja. Kebiasaan untuk menuruti hasrat atau keinginan tanpa berpikir secara rasional menyebabkan dampak negatif lainnya seperti ketika menuruti keinginan untuk memiliki koleksi perlengkapan senam yang terbaru tanpa diimbangi dengan kemampuan secara finansial maka alhasil tidak sedikit dari anggota senam yang melakukan segala cara demi mewujudkan keinginannya tersebut dengan cara berhutang. Berhutang dianggap sesuatu yang wajar asalkan kebutuhannya dapat terpenuhi. Segala cara akan dilakukan untuk dapat mewujudkan keinginan, dalam hal ini yaitu keinginan untuk memenuhi kebutuhan berupa perlengkapan senam dan kebiasaan yang dilakukan oleh para anggota senam yang senang berkumpul dan mengikuti *event-event* perlombaan.

Dalam membelanjakan uang untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan saat ini justru sudah menjadi hal yang biasa dalam kehidupan sehari-hari. Namun yang menjadi masalah yaitu ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut, para anggota komunitas senam berperilaku ke arah perilaku konsumtif. Kegiatan konsumsi dengan alasan sebagai pemenuhan selera atau wujud aktualisasi diri ini tanpa disadari dapat merangsang seseorang untuk selalu mengikuti *trend*

tanpa diimbangi dengan keadaan finansial yang mencukupi. Hal ini menimbulkan adanya persaingan tidak sehat antar anggota senam, mereka akan berlomba-lomba agar terlihat paling eksis diantara yang lain dengan berbagai cara termasuk dengan berhutang.

Komunitas senam yang seharusnya menjadi tempat untuk menjalankan olahraga, bersosialisasi dan bertukar pikiran bagi sesama anggota senam. Namun, yang terlihat saat ini justru olahraga senam dijadikan ajang pameran penampilan. Anggota yang berada dalam tingkat ekonomi menengah berusaha mengikuti tren dengan memakai pakaian mahal dan bermerek bukan lagi melalui prestasi. Uang yang dimiliki digunakan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli kebutuhan rumah tangga. Terkait dengan ibu-ibu sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan komunitas senam.

**e. Pandangan Negatif dari Masyarakat**

Mengkaji olahraga senam sebagai sebuah gaya hidup dan kebiasaan yang dilakukan oleh ibu-ibu terkadang mendapat pandangan negatif dari masyarakat. Pandangan negatif tentang senam diperkuat dengan konstruksi budaya yang berkembang di lingkungan kita

selama ini bahwa wanita yang sudah menikah sebaiknya berada di rumah untuk mengurus segala pekerjaan rumah, anak dan suaminya. Ada beberapa masyarakat yang belum terbuka pemikirannya terhadap pentingnya menjaga kesehatan tubuh sehingga kegiatan senam yang dilakukan oleh ibu-ibu dianggap sebagai kegiatan yang negatif karena menghabiskan banyak biaya untuk membeli keperluan senam dan tidak memiliki etika dalam hal kesopanan. Padahal dari informan yang bersangkutan mengatakan bahwa mereka menggunakan pakaian senam sudah pada tempatnya yaitu di sanggar senam yang memang memiliki ruangan tertutup. Selain itu, wanita yang gemar melakukan senam kerap mendapatkan cap negatif dari masyarakat sebagai wanita yang suka menggossip, *ganjen* dan suka selingkuh. Terlepas dari berbagai manfaat yang didapatkan oleh para anggota senam, ternyata masih banyak masyarakat menyeragamkan pandangan negatifnya mengenai kegiatan olahraga senam.

**D. KESIMPULAN DAN SARAN**

**1. Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa olahraga senam sebagai salah satu *trend* budaya populer yang sedang berkembang di Indonesia. Saat ini, senam dipahami sebagai olahraga yang tidak hanya dilakukan oleh atlet-atlet

profesional, namun juga dipandang sebagai salah satu olahraga rekreatif dan banyak digemari dan dinikmati sampai ke seluruh pelosok tanah air, mulai dari lapisan masyarakat bawah, lapisan masyarakat menengah maupun lapisan masyarakat atas, termasuk didalamnya adalah ibu-ibu. Pada komunitas senam *Camoel Club* para anggota memiliki makna dalam mengikuti kegiatan senam, selain memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh dan bentuk tubuh proporsional juga tuntutan dari lingkungan sekitar yang menjadikan senam sebagai sesuatu yang *trend* atau *kekinian* di kalangan ibu-ibu. Awal dibentuknya sanggar senam *Camoel Club*, ibu-ibu melakukan kegiatan senam dengan atribut senam yang seadanya yaitu tidak bermerek bahkan ada beberapa yang tidak memakai atribut senam seperti baju dan sepatu yang semestinya. Namun hal ini mulai berubah ketika sanggar senam mulai digemari banyak orang yang berasal dari berbagai kalangan sehingga menimbulkan banyak perubahan dari segi penampilan dan kebiasaan menjalani kehidupan sehari-hari. Hal ini didukung dengan pesatnya perkembangan berbagai alat-alat olahraga yang mengusung merek dan menjadi tolak ukur anggota komunitas senam *Camoel Club* sebagai ajang pamer dalam hal status sosial mereka. Mereka akan dianggap mengikuti perkembangan

zaman apabila membeli atau memakai barang-barang dengan merek terkenal sehingga berbagai cara akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut mulai dari membeli barang sampai ke luar kota sampai rela berhutang demi untuk memenuhi kebutuhan kegiatan senam.

## **2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian “Perilaku Konsumtif pada Komunitas Senam *Camoel Club* Kebumen”, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

### **a. Bagi Anggota Komunitas *Camoel Club***

Olahraga senam hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan positif seperti menambah wawasan tentang pola hidup sehat, kegiatan untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh dan sebagai wadah untuk membangun relasi yang lebih luas.

### **b. Bagi Masyarakat Umum**

Masyarakat hendaknya dapat mengambil nilai-nilai positif dari kegiatan senam sebagai salah satu aktivitas olahraga yang membawa manfaat dalam menciptakan pola hidup sehat.

### **c. Bagi Pelaku Usaha di Bidang Senam**

Olahraga senam yang sedang berkembang pesat sebagai *trend* olahraga khususnya bagi wanita, hendaknya berbanding lurus bagi para pelaku usaha di bidang senam seperti semakin berkualitas

dalam menyediakan fasilitas dan perlengkapan yang menunjang kegiatan senam.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Baudrillard, Jean P. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Eva Suminar & Tatik Meiyuntari (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 02.

Kartono, Kartini. (1990). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Mandar Maju.

Khairunnisa, dkk. (2015). Hubungan Gaya Hidup dengan Prestasi Akademik Mahasiswa Keperawatan Universitas Riau. *Jurnal JOM*, 2.

Ramadha, R. (2016). Konsep Diri Komunitas LibuRUN tentang Gaya Hidup Sehat di Pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP*, 4.

Raswin. (2015). Perbandingan Perempuan dalam Olahraga di Indonesia dengan Negara Colombia. *Jurnal*, 21-34.

Retno Hendariningrum & M. Edy Susilo. (2008). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.

Ritzer, George & Douglas J. Goodman. (2003). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.

Soenarno. (2002). *Kekuatan Komunitas sebagai Pilar Pembangunan Nasional*. Jakarta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumosardjuno Sadoso. (2004). *Pengetahuan Praktis Kesehatan dan Olahraga*. Jakarta: Pustaka Kartini.

Sutrisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Varatisha, A. (2016). Arisan sebagai Gaya Hidup: Sebuah Kritik terhadap Masyarakat Konsumtif Perkotaan. *Jurnal Komunikasi*, 1.

Yudhiarina, B. (2009). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merek, dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Perusahaan Rokok PT H.M Sampoerna. *Jurnal Ichsan Gorontalo*, 4.

Yusara, Novia Pramuditha & Achmad Mujab Masykur. (2016). Gambaran Perilaku Sosialita Cosmo Ladies Semarang: Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif. *Jurnal Empati*, 5.