



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu fenomena menarik dalam dunia laki-laki saat ini adalah fenomena spornoseksual. Secara singkat, pria spornoseksual merupakan pria berotot besar yang sering melakukan *selfie* (foto diri sendiri) dengan tema kebugaran. Pria-pria ini umum ditemukan dalam media massa maupun media sosial. Dalam media massa, pria yang tergolong spornoseksual cenderung digunakan sebagai model sampul majalah-majalah khusus pria, seperti Men's Health maupun Fitness for Men.

Gambar 1.1.1. COVER MAJALAH PRIA YANG MENGGUNAKAN MODEL PRIA SPORNOSEKSUAL



Men's Health Indonesia misalnya merupakan majalah yang ditujukan bagi pria aktif, sukses dan profesional. Majalah ini menyajikan berbagai isu, seperti *fitness*,

hubungan, nutrisi, karier, perawatan, wisata, dan kesehatan. Saat ini, Men's Health Indonesia memiliki sirkulasi sebanyak 80.000 eksemplar (Men's Health Indonesia dalam Telummedia.com, 2016). Sementara, Fitness for Men adalah majalah pria usia 25-45 kelas A-C yang menyediakan informasi terkait *fitness* dan kesehatan, serta informasi umum lainnya, seperti gaya, keuangan, karier, kehidupan seksual, dan otomotif. Sirkulasi majalah ini sebanyak 55.000 eksemplar (Fitness for Men dalam Telummedia.com, 2016).

Banyaknya jumlah sirkulasi dari majalah-majalah pria di atas dapat menjadi indikator yang menunjukkan bahwa minat kaum pria terhadap berbagai hal yang terkait dengan penampilan tubuh fisik cukup tinggi. Dengan kata lain, meski tidak ada data pasti tentang berapa jumlah pria spornoseksual di Indonesia, majalah-majalah tersebut menunjukkan minat yang tinggi untuk menjadi pria spornoseksual.

Di media sosial, khususnya Instagram, pria spornoseksual ini umum ditemukan melalui foto-foto *selfie* (foto sendiri) yang memperlihatkan otot-otot tubuh mereka. Menurut Senft dan Baym (2015, h.2) *selfie* adalah sebuah praktik atau gestur yang dapat mengirimkan berbagai pesan kepada berbagai individu, komunitas, maupun publik. Gestur ini dapat dikurangi, diperkuat atau dimodifikasi dengan adanya respon positif maupun negatif dari media atau publik.

Dalam istilah di media digital, Hakim (2016, h. 2) menjelaskan bahwa pada 2013, kata '*healthie*' dicetuskan untuk mendeskripsikan '*selfie*' yang berkaitan dengan kebugaran. Sejak saat itu, di media sosial mulai dapat ditemukan banyak sekali foto-foto yang berkaitan dengan '*healthie*'. Hal tersebut dapat ditemukan dengan

menggunakan #fitness (91,612,347), #fitfam (26,221,853), #fitspo (21,488,398), dan #muscle (12,628,642).

Meskipun Hakim mendefinisikan *'healthie'* sebagai *selfie* yang berkaitan dengan kebugaran, ternyata dalam penelitiannya yang berjudul *'The Spornosexual': The Affective Contradictions of Male Body-Work in Neoliberal Digital Culture*, Hakim menggunakan partisipan yang tidak hanya melakukan *selfie* untuk menunjukkan tubuhnya secara fisik. Dalam penelitian tersebut, partisipan juga menggunakan bantuan orang lain untuk mengambil foto yang berkaitan dengan tubuhnya secara fisik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, istilah *'healthie'* yang dimaksud tidak hanya sekadar pada aspek *selfie*, tetapi juga foto-foto yang berkaitan dengan tubuhnya secara fisik dan kegiatan mengunggah foto tersebut di media sosial.

Seksolog Amirin (2015 dikutip dalam Sari, 2015c, para. 3) mengatakan bahwa faktor utama penyebab kemunculan fenomena spornoseksual ini adalah perkembangan teknologi. Hal tersebut kemudian mempengaruhi perilaku seksual, sosial, maupun budaya. Selain itu, psikolog Raviando (2015 dikutip dalam Anjani, 2015, para. 2) mengatakan bahwa fenomena pria yang gemar memamerkan otot-ototnya mungkin dimulai sejak maraknya kampanye gaya hidup sehat. Hal tersebut kemudian mengakibatkan banyak orang mulai sadar akan pentingnya olahraga dan ingin menunjukkan hasil latihannya melalui foto-foto yang memperlihatkan otot tubuhnya.

Tren gaya hidup sehat yang semakin meningkat dapat terlihat dari beberapa hal berikut. Sebagai contoh, Fitness First, salah satu pusat kebugaran terkemuka di Indonesia yang memiliki 11 cabang di Jakarta dengan jumlah anggota sekitar 33.000,

mengalami peningkatan pengunjung sebesar 5% pada 2015 jika dibandingkan dengan 2014 (Efita, 2016, para. 4). Selain itu, Celebrity Fitness yang memiliki 26 cabang di seluruh Indonesia mencatat bahwa anggotanya yang aktif berolahraga terus bertumbuh dan lebih dari 10.000 orang aktif berolahraga setiap harinya di setiap cabang klub (Fajri, 2014, para. 6).

Maraknya aktivitas *'healthie'* di media sosial, khususnya Instagram serta meningkatnya pria yang mengunjungi pusat kebugaran untuk alasan penampilan daripada kesehatan, mendorong Mark Simpson, seorang jurnalis asal Inggris untuk mencetuskan istilah spornoseksual di sebuah artikel lepas di media The Telegraph pada 2014 (Hakim, 2016, h. 2). Jika sebelumnya telah dikenal istilah pria metroseksual yang cenderung memperhatikan pakaian/penampilan dan kerapihan, maka spornoseksual merupakan istilah yang kurang lebih serupa dengan metroseksual. Namun, istilah spornoseksual berada pada tingkat yang lebih baru dan mereka kurang begitu memperhatikan pakaian yang mereka kenakan.

Sebelum menjelaskan lebih lanjut tentang spornoseksual, perlu diketahui bahwa terdapat dua jenis kebudayaan yang mendasari munculnya fenomena ini. DeVito (2015, h. 54) menjelaskan bahwa dalam hal kebudayaan, terdapat kebudayaan maskulin dan feminim. Sikap atau pandangan kebudayaan mengenai *gender* atau perbedaan jenis kelamin, menentukan konsep diri seseorang. Kebudayaan maskulin yang tinggi biasanya merujuk kepada perilaku agresif, kesuksesan material, dan kekuatan, sedangkan kebudayaan feminim biasanya merujuk kepada kerendahan hati, peduli akan hubungan dan kualitas hidup, serta kelembutan.

Putranto (2015, h. 6) menjelaskan bahwa idiom terkenal, “*Men are from Mars, Women are from Venus*” dari sebuah judul buku karya John Gray pada 2013 menggambarkan perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita. Brannon (2004 dikutip dalam Putranto, 2015, h. 8) menjelaskan perbedaan tersebut berdasarkan teori *The Cult of True Womanhood* oleh Welter (1978) dan *Male Sex Role Identity* oleh Pleck (1981, 1995). Lengkapnya tergambar dalam tabel berikut.

Tabel 1.1.1. TABEL KARAKTERISTIK PERBEDAAN PRIA & WANITA BERDASARKAN STEREOTIP GENDER

<i>The Cult of True Womanhood</i>	<i>Male Sex Role Identity</i>
<i>Piety:</i> True Women were naturally religious.	<i>No Sissy Stuff:</i> A stigma is attached to feminine characteristics.
<i>Purity:</i> True Women were sexually uninterested.	<i>The Big Wheel:</i> Men need success and status.
<i>Submissiveness:</i> True Women were weak, dependent, and timid.	<i>The Sturdy Oak:</i> Men should have toughness, confidence, and self-reliance.
<i>Domesticity:</i> True Women's domain was in the home.	<i>Give 'Em Hell:</i> Men should have an aura of aggression, daring, and violence.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa perbedaan *gender* serta stereotipe akan pria dan wanita sudah ada sejak dulu. Pria dikenal sebagai sosok yang harus tegas, percaya diri, tidak ada hal kewanitaan, agresif dan sejenisnya, sedangkan wanita dikenal sebagai sosok yang harus terlihat lemah lembut, bertanggung jawab di rumah, dan pasif.

Secara etimologis, kata metroseksual berasal dari kata metropolis yang berarti perkotaan dan kata seksual yang berkaitan dengan jenis kelamin tertentu, yang dalam hal ini merujuk kepada jenis kelamin pria (Mulyana, 2015, h. 41). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa metroseksual adalah pria yang hidup di perkotaan dengan gaya metropolitan.

Mark Simpson (1994 dikutip dalam Mulyana, 2015, h. 41), dalam artikel yang berjudul “*Here Come the Mirror Men*”, menjelaskan bahwa metroseksual adalah sifat dari pria dengan segala orientasi seksual, memiliki cita rasa estetika yang tinggi dan berperilaku konsumtif untuk merawat dirinya. Pria metroseksual biasanya menghabiskan waktu yang cukup lama di salon untuk merawat dirinya, serta menghabiskan uang dalam jumlah yang besar untuk membeli pakaian dan menjaga penampilannya. Oleh karena itu, pria metroseksual dapat dikatakan sebagai pria yang kewanita-wanitaan, tetapi bukan berarti mereka *gay* atau banci.

Berbeda dengan spornoseksual yang merupakan gabungan dari kata *sport* dan *porn*. Spornoseksual merupakan gabungan dari istilah bintang olahraga dan bintang porno yang tidak hanya merujuk pada usaha untuk memperoleh tubuh atletis (otot besar dan rendah lemak), tetapi juga kebiasaan untuk membagikan gambar erotis dirinya. Istilah ini menekankan bahwa pria lebih mengutamakan kebugaran tubuhnya dibandingkan terlihat rapi dan bersih. Fenomena ini sebenarnya sudah ada sejak 2008, tetapi gagasan bahwa tubuh pria dapat dijadikan tontonan media atau usaha para ahli untuk membuktikan praktik dan representasi diri pria-pria ini belum terwujud (Hakim, 2016, h. 2).

Berdasarkan penjelasan DeVito (2015, h. 54), maka dapat dikatakan bahwa pria metroseksual lebih merujuk pada budaya feminim, sedangkan pria spornoseksual lebih merujuk pada budaya maskulin. Dalam perkembangannya, beberapa selebriti Indonesia, seperti Deddy Corbuzier, Marcelino Lefrandt, atau Joe Taslim juga

beberapa kali terlihat memamerkan bentuk tubuhnya yang atletis melalui media sosial Instagram (Afrisia, 2015, para. 9).

Dalam sebuah *talkshow* Sarah Sechan di NET. TV yang saat itu membahas topik spornoseksual, Deddy Corbuzier dan Volland Humonggio hadir sebagai bintang tamu dan memberikan beberapa pengakuan. Deddy Corbuzier mengaku bahwa ia merasa seksi ketika sedang memandang fotonya sendiri. Sementara, Volland Humonggio mengaku bahwa ia merasa seksi atau memiliki daya tarik seksual ketika sedang latihan (*workout*) di rumah atau tempat akrobatik yang sering ia kunjungi (SarahSechanNet, 2015).

Fenomena spornoseksual yang juga menjadi tren gaya hidup saat ini, tidak hanya populer di kalangan selebriti, tetapi juga di kalangan pria pada umumnya. Putri (2016, h. 91) menganalisis tentang foto diri, representasi identitas, dan masyarakat tontonan di media sosial Instagram. Dalam penelitiannya, Putri menjelaskan bahwa pria dengan nama akun Instagram @franzleonard mengaku mengunggah foto-foto dan mencantumkan *hashtag* #spornoseksual untuk ditujukan kepada orang-orang yang menggemari tubuh kekar seperti dirinya. Berdasarkan hasil analisis di akun Instagram-nya, peneliti juga menemukan bahwa @franzleonard mengakui dirinya sebagai pria spornoseksual.

Tidak hanya di Jakarta, fenomena ini juga berkembang di kota-kota lainnya di Indonesia, salah satunya adalah Kota Medan. Berkembangnya tren spornoseksual di Medan digambarkan oleh berita berjudul “Pria di Medan Demam Spornoseksual” yang dimuat oleh laman Sindonews.com. Dalam berita tersebut digambarkan dua pria

Medan yang terkena demam spornoseksual. Jimmi Firmansyah (32) mengaku terkena demam spornoseksual dan selalu berusaha menjaga penampilan tubuhnya dikarenakan tuntutan pekerjaan. Ia merasa jika fisiknya baik, maka secara psikologis tentu akan merasa lebih percaya diri. Jimmi juga mengaku bahwa ia mengunjungi gym sebanyak tujuh kali seminggu dan mengatur pola makanannya, serta mengunggah foto-foto tersebut untuk mengajak orang lain agar mau hidup sehat. Selain Jimmi, Eka (29), seorang pegawai perguruan tinggi swasta di Medan, mengaku mengunjungi tempat gym sebanyak empat kali seminggu untuk membentuk otot dada dan bahu yang ideal, serta menjaga pola makannya (Nasution, Agustyo, dan Amelia, 2015, para. 5-11).

Berdasarkan segi bisnis, fenomena ini ternyata membuat beberapa pelaku usaha melirik bisnis kebugaran, seperti Dimas Prajagopta yang mendirikan Olympus Gym di Medan. Dimas mengaku bahwa ia membuka tempat gym karena tertarik dengan dunia olahraga. Seiring berjalannya, waktu ia melihat bahwa peminatnya cukup banyak, baik dari kalangan mahasiswa hingga profesional. Dimas menjelaskan bahwa hampir 65% member-nya merupakan pria dan berasal dari kalangan mahasiswa (Nasution, Agustyo, dan Amelia, 2015, para. 13-15).

Fenomena ini penting dan menarik untuk diteliti karena didasarkan atas empat hal penting. Pertama, saat ini pria spornoseksual semakin berkembang dan umum ditemukan. Tidak hanya di media massa sebagai model sampul majalah, tetapi juga di media sosial melalui foto-foto '*healthie*' yang memperlihatkan otot-otot tubuh mereka.

Kedua, banyaknya jumlah pria yang hobi atau terobsesi dengan *gym* dan narsis di media sosial ternyata memunculkan sejumlah prasangka dari kaum wanita. "Kata

Cewek: Cowok Suka Fitness itu...” (2016, para 1-7) menggambarkan bahwa pria yang hobi dengan olahraga tentu membuat sejumlah wanita kagum akan tubuh atletis mereka. Beberapa dari kaum wanita juga menganggap bahwa pria yang hobi olahraga itu memiliki status ekonomi yang baik (berkelas), memiliki sikap peduli, serta keren. Namun, sayangnya beberapa pandangan menganggap bahwa pria yang hobi olahraga itu punya potensi sebagai *playboy* (mudah berganti pasangan) bahkan penyuka sesama jenis.

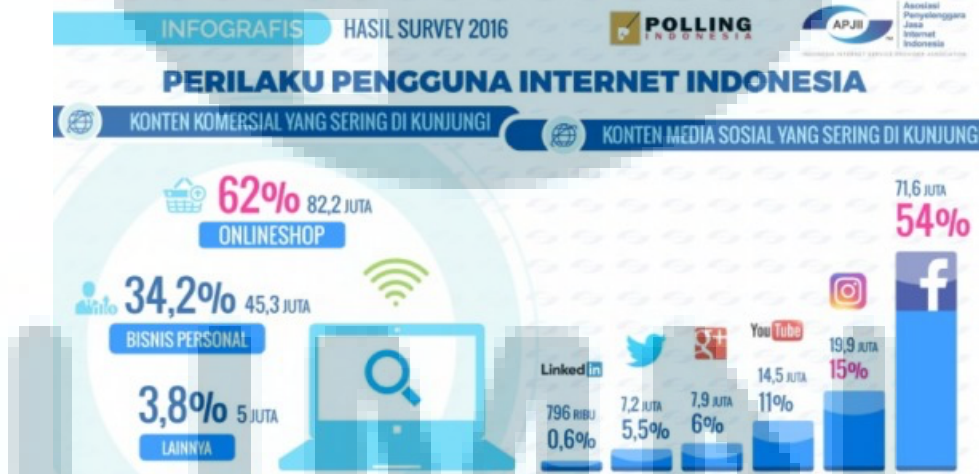
Rumpoko (2015, para. 2) juga menjelaskan delapan jenis tuduhan perempuan terhadap para pria yang terobsesi nge-gym, seperti penyuka sesama jenis, gaya hidup sehat, tidak mau terkena panas jika olahraga *outdoor*, hobi merias diri, status ekonomi kelas atas, atlet, tidak makan junk food, ‘banci kamera’ atau sering *selfie* (mengambil gambar diri sendiri) yang memperlihatkan otot-ototnya. Selain itu, survei yang dilangsungkan Wolipop pada Jumat (6/2/2015), dengan melibatkan 110 responden wanita, menunjukkan bahwa 62% wanita tidak suka melihat perilaku pria spornoseksual atau pria yang suka memamerkan foto tubuhnya di Instagram. Beberapa dari wanita tersebut merasa bahwa pria tersebut seperti *gay* atau kurang mendapatkan perhatian (Sari, 2015a, para. 1-4 & 7). Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk memberikan penjelasan mendalam dari sudut pandang subjek penelitian.

Alasan ketiga untuk menjelaskan mengapa fenomena ini penting untuk diteliti karena saat ini penelitian mengenai pemaknaan diri pria spornoseksual, khususnya di Indonesia serta dari perspektif komunikasi dan yang menggunakan metode

fenomenologi masih sulit untuk ditemukan. Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk memberikan kontribusi sebagai dasar untuk pengembangan penelitian berikutnya.

Alasan keempat adalah karena jumlah pengguna media sosial Instagram semakin berkembang. Menurut Safko (2012, h. 3), media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi. Data dari We Are Social menunjukkan bahwa pada 2015 di Indonesia, terdapat 72,7 juta pengguna aktif internet dan 72 juta pengguna aktif media sosial dengan peningkatan sebesar 16% sejak 2014. Berdasarkan data survey We Are Social pada Januari 2015 atas aktivitas yang dilaporkan, media sosial Instagram berada pada posisi ke-5 dengan jumlah pengguna sebanyak 7% dari total populasi nasional beberapa bulan terakhir (Wijaya, para. 1-3).

Gambar 1.1.2. PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL DI INDONESIA APJII (2016)



Selain itu, data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Oktober 2016 (dikutip dalam Prihatnala, dkk., 2016, h. 17) menunjukkan bahwa 129,2 juta pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial, dengan jumlah pengguna Instagram sebanyak 19,9 juta. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram di

Indonesia kian meningkat setiap tahunnya. McAlone dan Heath (2015, para. 20) juga menjelaskan bahwa Instagram merupakan media yang paling banyak digunakan oleh orang-orang untuk berbagi foto dengan 400 juta pengguna aktif setiap bulannya, baik untuk kepentingan personal maupun profesional. Hal tersebut kemudian menjadi alasan bagi peneliti untuk berfokus pada Instagram dalam penelitian ini.

Selain dari penjelasan-penjelasan di atas, peneliti juga melihat bahwa fenomena spornoseksual merupakan hal yang unik, karena pada umumnya, pria merupakan kaum yang cenderung tertutup atau kurang ekspresif, tetapi dalam hal ini, pria yang tergolong sebagai spornoseksual cenderung narsis, ekspresif di media sosial, bahkan menjadikannya sebagai gaya hidup. Tidak sedikit pria di Indonesia yang berani memamerkan keindahan tubuh dan hasil kerja kerasnya di media sosial. Simpson (dikutip dalam Sari, 2015e, para. 7) mengatakan bahwa ada suatu kepuasan atau hasrat seksual yang terpenuhi ketika para pria spornoseksual mengunggah foto-foto tubuh atletis mereka di Instagram dan mendapatkan *likes* yang cukup banyak.

Fenomena ini juga memiliki keterkaitan yang cukup kuat dengan ilmu komunikasi karena termasuk dalam budaya populer yang dikomunikasikan melalui media massa. Fenomena ini tersebar secara luas melalui berbagai media, baik media cetak, khususnya majalah pria hingga media sosial, khususnya Instagram yang menjadi medium utama penyebaran foto-foto tubuh pria spornoseksual. Lalu, Mulyana (2015, h. 43) menjelaskan bahwa beberapa pandangan mengatakan fenomena metroseksual muncul akibat media massa yang memperlihatkan budaya populer, seperti Majalah Men's Health, Popular, Maxim atau serial televisi *Sex and The City*, dan *Queen Eye for The*

Straight Guy. Begitu pula dengan fenomena spornoseksual yang kurang lebih menyerupai metroseksual.

Adanya prasangka yang timbul dari pihak luar, mendorong peneliti untuk melihat makna spornoseksual dari subjek itu sendiri, sehingga peneliti memilih untuk menggunakan metodologi penelitian fenomenologi, khususnya fenomenologi menurut Husserl. Menurut Creswell (2007, h. 57) studi fenomenologi menjelaskan makna dari beberapa individu berdasarkan pengalaman mereka terhadap suatu fenomena atau konsep. Moustakas (1994 dikutip dalam Creswell, 2007, h. 58) menjelaskan bahwa dalam studi fenomenologi, peneliti harus mengumpulkan data dan mengembangkan deskripsi esensi pengalaman subjek mengenai “apa yang mereka alami” dan “bagaimana mereka mengalaminya”.

Dalam studi fenomenologi ini, Husserl menggunakan konsep *epoche* yang mengharuskan peneliti untuk menyingkirkan anggapan/dugaan, serta pengetahuan yang dimiliki sebelumnya, untuk memperoleh data murni dan esensi pengalaman sebenarnya (Moustakas, 1994, h. 26). Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, peneliti berusaha untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana para pria spornoseksual memaknai dirinya melalui aktivitas ‘*healthie*’ di Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Bagaimana pemaknaan diri para pria spornoseksual melalui aktivitas ‘*healthie*’ di Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui bagaimana pria spornoseksual memaknai dirinya sendiri.
- 1.3.2. Untuk mengetahui bagaimana para pria spornoseksual memaknai aktivitas '*healthie*' di Instagram mereka?

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk memberikan kegunaan, baik secara teoretis maupun praktis.

- 1.4.1. Secara teoretis, penelitian ini dapat berguna bagi para peneliti untuk menambah informasi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, karena saat ini penelitian terhadap topik maskulinitas, spornoseksual, ataupun metroseksual masih sangat terbatas. Berdasarkan hasil pencarian peneliti di Google Scholar pada 14 November 2016 dengan menggunakan kata kunci spornoseksual, peneliti hanya dapat menemukan satu penelitian oleh Evania Putri yang bahkan hanya menggunakan kata spornoseksual sebagai salah satu contohnya. Selain itu, topik maskulinitas atau metroseksual khususnya yang menggunakan studi fenomenologi juga masih sangat terbatas. Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk memberikan kontribusi terhadap penelitian tentang spornoseksual, khususnya dengan menggunakan

metode fenomenologi sebagai dasar untuk pengembangan bagi para peneliti lainnya.

- 1.4.2. Secara praktis, penelitian ini dapat berguna bagi para praktisi dan pembaca untuk dapat mengetahui fenomena yang saat ini sedang menjadi tren gaya hidup. Selain itu, saat ini masih banyak mispersepsi dan stereotip terhadap pria spornoseksual, seperti yang diungkapkan oleh Rumpoko (2015, para. 2) bahwa pria spornoseksual merupakan penyuka sesama jenis dan banci kamera, serta hasil survei Wolipop yang menunjukkan bahwa 62% wanita tidak suka pria spornoseksual / pria yang memamerkan tubuhnya di media sosial. Namun, hingga saat ini masih belum ada penjelasan dari sudut pandang pria spornoseksual sendiri. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan penjelasan mendalam melalui data-data yang ada serta pengalaman para subjek.

U
M
M
N