

COMMUNICATIONS

STUDI FENOMENOLOGI GAYA HIDUP SEHAT AKTIF KONSUMEN HERBALIFE DALAM PERSPEKTIF *TECHNOLOGY OF THE SELF* MICHEL FOUCAULT

Athika Dwi Wiji Utami

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo
athika.dkv@unusida.ac.id

ARTICLE INFO

Received on 31 December 2021
Received in revised from 11 June 2022
Accepted 26 July 2022
Published on 26 July 2022

Keywords: *Gaya Hidup, Technology of The Self, Michel Foucault, Herbalife, Gaya Hidup Sehat Aktif*

How to cite this article: Utami. A.D.W. (2022). *Studi Fenomenologi Gaya Hidup Sehat Aktif Konsumen Herbalife Dalam Perspektif Technology of The Self Michel Foucault. Communications 4 (2), 172-189*

ABSTRACT

An active healthy lifestyle popularized by Herbalife Nutrition caters for everyone – men, women, and young, by combining active activity and regular exercise with healthy nutrition. In this study, a phenomenon of an active healthy lifestyle applied by Herbalife consumers will be described, and then this phenomenon is associated with Michel Foucault's technology of the self-perspective approach. In Foucault's perspective, the informants disciplined themselves to follow Herbalife's active healthy lifestyle patterns. They will be committed to this lifestyle even though at the same time they are not aware that they are being hegemoned on the discourse of healthy and ideal body construction.

ABSTRAK

Gaya hidup sehat aktif dipopulerkan oleh Herbalife Nutrition, diperuntukkan bagi siapa saja – pria, wanita, dan muda, dengan menggabungkan kegiatan aktif bergerak dan olahraga secara teratur dengan asupan nutrisi yang sehat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana fenomena gaya hidup sehat aktif yang diterapkan para konsumen Herbalife dengan pendekatan perspektif *technology of the self* Michel Foucault. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis fenomenologi interpretatif. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa seluruh informan telah melaksanakan gaya hidup sehat aktif Herbalife, yaitu menggabungkan kegiatan olahraga rutin dengan pola makan bernutrisi. Dalam perspektif Foucault, para informan mendisiplinkan dirinya untuk mengikuti pola-pola gaya hidup sehat aktif Herbalife. Mereka akan berkomitmen dengan gaya hidup ini walaupun sekaligus tidak sadar mereka sedang dihegemoni terhadap wacana adanya konstruksi tubuh yang sehat dan ideal.

INTRODUCTION

Berbicara mengenai gaya hidup berarti berbicara mengenai bagaimana seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari, mulai dari kegiatan memilih, memutuskan, menggunakan, hingga menghabiskan waktu maupun produk/jasa. Gaya hidup merupakan bentuk ekspresi dari keseluruhan diri seseorang saat berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup digunakan sebagai *frame of reference* seseorang dalam bertindak laku, dan berkonsekuensi pada pembentukan pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain. Oleh karena itu, gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* di mata orang lain serta berkaitan dengan status sosial yang disandangnya (Fatharani et al., 2013). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis (Setiadi, 2010). Gaya hidup juga sering dikaitkan dengan bagaimana seseorang berperilaku mengonsumsi sesuatu secara aktif dan kolektif. Perilaku-perilaku ini kemudian membentuk sebuah budaya konsumsi. Budaya ini juga tidak serta terbentuk begitu saja, ada peran iklan dan media serupa di dalamnya. Iklan dan media serupa inilah yang bekerja memikat para audience untuk mengikuti perilaku konsumsi tertentu dan akhirnya membentuk sebuah budaya. Iklan dan media serupa mengemas bentuk halusinasi, artifisialitas, dan mimpi melalui kekuatan tanda yang diselipi di dalamnya dan hal tersebut merupakan wujud komoditi nyata yang dengan sengaja dikonstruksikan secara sosial oleh pihak kapitalis (Ri'aeni, 2019).

Pada masa pandemi ini, menjaga kesehatan tubuh dan meningkatkan imunitas tubuh adalah sebuah kewajiban yang bisa didapatkan melalui penerapan gaya hidup sehat. Gaya hidup sehat merupakan gaya hidup masyarakat yang menjunjung tinggi aspek-aspek kesehatan seperti pengelolaan kebersihan dan kesehatan lingkungan, menjaga kebugaran fisik dan psikis dan pemberian asupan nutrisi yang cukup, sehingga tercapai standar kesehatan yang baik (Susanti & Kholisoh, 2018). Mengacu pada Undang-Undang Kesehatan No 23 tahun 1992, definisi sehat adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan seseorang dapat hidup secara sosial dan ekonomis, sedangkan menurut World Health Organization (WHO), konsep sehat yaitu keadaan yang sempurna baik fisik, mental maupun sosial, tidak hanya terbebas dari penyakit atau kelemahan/cacat (UIN Alauddin Makassar, 2013). Dalam pengertian tersebut, standar sehat tidak hanya sebatas bebas penyakit atau cacat secara fisik namun juga secara psikis dan sosial.

Menurut survei 2020 Diet Decisions Survey yang dirilis Herbalife Nutrition (Gatra, 2021) menunjukkan sebanyak 58% responden di Asia Pasifik (Indonesia, Australia, Jepang, Malaysia, Filipina, Korea Selatan, Taiwan, dan Vietnam) menerapkan gaya hidup sehat aktif yaitu pola makan lebih baik dan lebih rajin berolahraga selama pandemik. Lebih lanjut, hasil survei tersebut menunjukkan sebanyak 79% responden dari Indonesia setuju menjadikan masa pandemik ini menjadi momentum mengubah pola makan dan gaya hidup dengan tujuan menjaga kesehatan dan mendapatkan berat badan ideal. Pada pertanyaan berbeda menunjukkan hasil sebesar 59% responden dari Indonesia memutuskan untuk mengubah pola makan selama pandemik dengan mengonsumsi lebih banyak buah dan sayur, makanan berbahan nabati, dan mengurangi konsumsi nasi.

Gaya hidup sehat aktif dipopulerkan oleh Herbalife Nutrition, sebuah perusahaan nutrisi kelas dunia yang telah beroperasi di lebih 90 negara di seluruh dunia dan berkomitmen untuk membantu orang mendapatkan nutrisi dan kesehatan yang baik (Herbalife Nutrition, n.d.). Gaya hidup sehat aktif diperuntukkan bagi siapa saja – pria, wanita, tua, dan muda, dengan menggabungkan kegiatan aktif bergerak dan olahraga teratur dengan asupan nutrisi yang sehat. Kebutuhan asupan nutrisi umum sebenarnya dicukupi dengan mengonsumsi sejumlah kalori untuk mempertahankan fungsi vital tubuh dengan tujuan memenuhi gizi dan menjaga kebugaran melalui asupan *macronutrients* yang tepat, seperti protein, karbohidrat dan lemak (Kabarbisnis, 2017). Gaya hidup sehat aktif tersebut digadang-gadang dapat meningkatkan rasa percaya diri, pengelolaan stres, dan sekaligus menjadikan seseorang ke versi yang lebih baik.

Pada penelitian ini, akan dideskripsikan sebuah fenomena gaya hidup sehat aktif yang diterapkan oleh konsumen Herbalife. Selanjutnya, fenomena tersebut dikaitkan dengan pendekatan perspektif *technology the self* milik Michel Foucault. Michel Foucault adalah seorang tokoh postmodern yang populer dengan teori kekuasaan dan pengetahuan. Kekuasaan menurut Foucault bukan lagi sebatas terpusat pada sebuah institusi, melainkan sudah menyebar dan menyublim di dalam masyarakat. Kekuasaan bertransformasi menjadi sebuah normalisasi dan kontrol diri dalam diri masing-masing individu. Kekuasaan kemudian diwujudkan dalam *technology the self* dan disiplin tubuh.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

Gaya hidup menurut David Chaney (Ayun et al., 2015), merupakan ciri dalam masyarakat modern, sehingga menggunakan gaya hidup untuk mengekspresikan tindakan dirinya dan orang lain. Selanjutnya, gaya hidup didefinisikan juga sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Plummer (dalam Utomo & Prasetyanta, 2017) memperkenalkan pengukuran gaya hidup melalui pendekatan AIO (*activities, interest and opinion*). Jika diuraikan ketiganya memiliki pengertian berikut, *activities* yaitu bagaimana seseorang menggunakan waktu dalam kehidupan sehari-hari. *Interest* yaitu apa saja yang menjadi minat atau apa saja yang ada di sekeliling mereka yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi sosial. *Opini* yaitu bagaimana pendapat atau opini memandang diri sendiri dan terhadap dunia di sekitar mereka. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan saat wawancara berkaitan dengan pendekatan tersebut yaitu apa saja yang dikerjakan konsumen (aktivitas), apa saja prioritas konsumen (minat/*interest*), dan bagaimana pandangan dan perasaan konsumen terkait gaya hidup sehat (opini).

Michel Foucault merupakan tokoh postmodernisme yang populer dan sekaligus seorang Marxian. Tiga hal yang mendasari pemikiran Foucault dalam kajian poststrukturalisme mengenai fenomena atau realitas yang terjadi dalam suatu konteks masyarakat adalah persoalan kekuasaan yang disandarkan pada perspektif marxisme mengenai material determinisme dan kelas dalam masyarakat (Ida, 2014). Konsep kekuasaan menurut Foucault dalam masyarakat modern bukan *sovereign power* tetapi *disciplinary power*. *Disciplinary power* bukan konsep tentang kekuasaan yang dimiliki berdasarkan otoritas untuk mengontrol yang lain melainkan ia berfungsi dalam dan terhadap setiap relasi sosial, ekonomi, keluarga, dan seksualitas, sehingga mengenai normalisasi kelakuan yang didisain dengan memanfaatkan kemampuan produktif dan reproduktif tubuh (Andriana, 2019). Selain itu, hal kedua adalah pengetahuan mengenai sejarah dari ide atau pemikiran, dan yang ketiga adalah wacana yang merupakan *structural linguistic* atau penggunaan bahasa dalam konteks masyarakat (Ida, 2014).

Dalam perspektif Foucault, terdapat istilah *technology of the self* yang merupakan kekuasaan berwujud dalam pendisiplinan tubuh. Seseorang yang melakukan pendisiplinan tubuh, maka akan terus melatih tubuh mereka hingga terampil dengan suatu standar tertentu. Mereka tentu akan memperbesar kekuatan tubuh mereka, namun secara bersamaan, kekuatan mereka secara politis akan semakin kecil. Standar yang dipegang seseorang dalam

pendisiplinan tubuh merupakan wacana yang dianggap benar dan kemudian menghegemoni seseorang tersebut secara menyublim. Mereka akan selalu mengontrol dan mengoreksi tubuh mereka hingga bisa memenuhi wacana yang dianggap benar tersebut.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, agar dapat secara mendalam memahami permasalahan yang terjadi melalui penggalian realitas yang muncul dalam proses para informan menerapkan gaya hidup sehat tersebut. Paradigma yang digunakan adalah post-positivism dimana peneliti sebagai instrumen kunci mengamati langsung objek penelitian secara dekat dan alamiah sehingga diperoleh kebenaran suatu realitas (Faradyba et al., 2022). Analisis yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi interpretatif merupakan sebuah metode yang bertujuan mempelajari bagaimana individu memaknai pengalaman hidup utama mereka (Smith et al., 2009). Pendekatan fenomenologi berupaya mengungkapkan tentang makna dari pengalaman seseorang. Makna itu muncul dengan cara membiarkan realitas/fenomena/pengalaman itu membuka dirinya. Di sisi lain, makna itu muncul sebagai hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya (Vespa, 2008).

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konsumen produk Herbalife. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam / *indepth-interview* pada sumber data primer, dan berbentuk transkrip wawancara dan rekaman suara. Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana para konsumen Herbalife menerapkan gaya hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup akan diukur melalui pendekatan AIO (*activities, interest and opinion*).

FINDINGS & DISCUSSION

1. Profil Informan

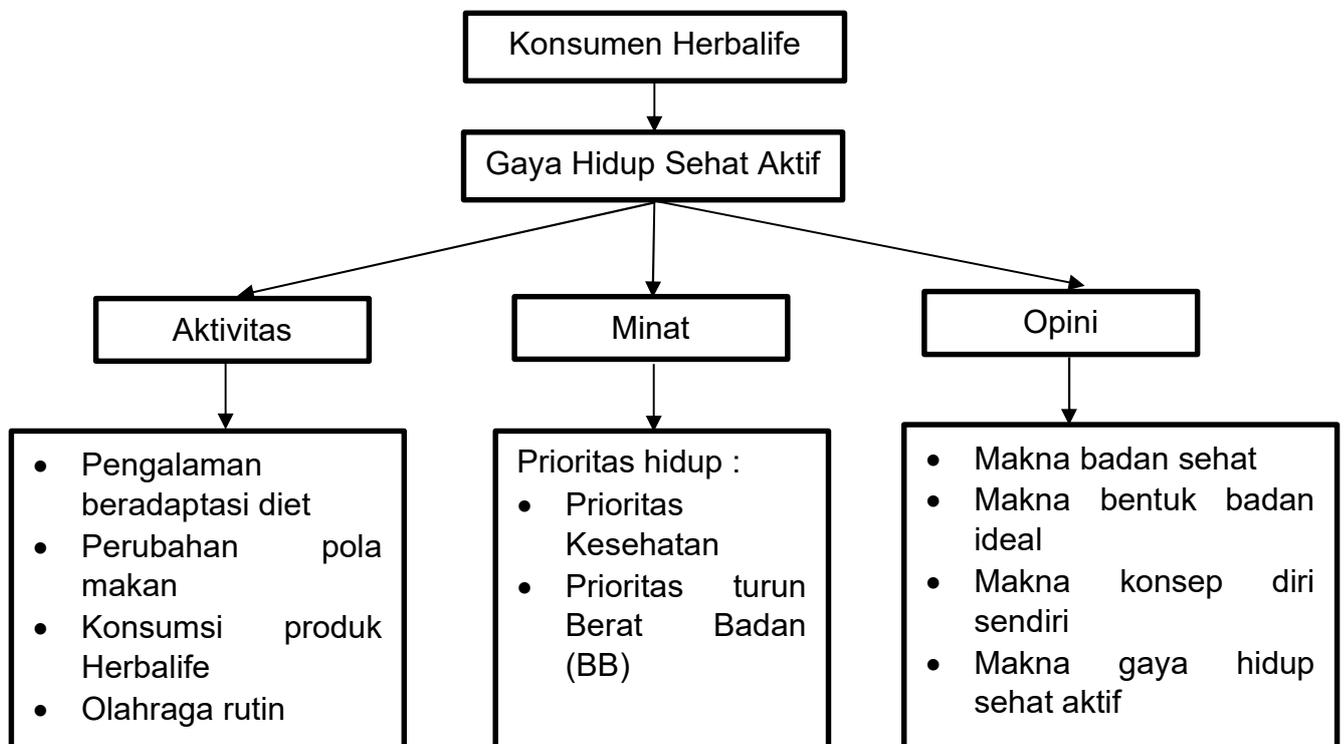
Informan pada penelitian ini berjumlah tiga orang informan yang mengonsumsi Herbalife selama lebih dari 6 bulan dan masuk dalam kelompok usia dewasa akhir menurut Depkes RI (2009), yaitu berusia 36-45 tahun.

Tabel 1 Identitas Informan

Keterangan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Inisial	E	R	D
Jenis Kelamin	Perempuan	Perempuan	Laki-laki
Asal Kota	Sidoarjo	Sidoarjo	Sidoarjo
Tempat dan Tanggal Lahir	Tulungagung, 25 Februari 1980	Sidoarjo, 26 Februari 1984	Sidoarjo, 25 Januari 1983
Usia	41 tahun	37 tahun	38 tahun
Status	Menikah	Menikah	Menikah
Pekerjaan	Wiraswasta	Guru SD	PNS

Tabel 2 Pelaksanaan Wawancara

Keterangan	Tempat	Hari dan tanggal	Waktu
Informan 1	Rumah E	Sabtu, 6 November 2021	20.43 – 21.54 WIB
Informan 2	Rumah R	Minggu, 7 November 2021	20.45 – 22.10 WIB
Informan 3	Rumah D	Senin, 8 November 2021	18.30 – 19.13 WIB



Gambar 1 Model Gaya Hidup Sehat Aktif Konsumen Herbalife

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, ketiganya menerapkan gaya hidup sehat aktif dengan pola beraktivitas, minat, dan pola pikir (opini) yang bervariasi serta bersifat personal dan unik. Model gaya hidup sehat efektif konsumen herbalife dapat ditunjukkan pada gambar 1. Dalam penelitian ini, ketiga informan dalam penelitian ini diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai aktivitas, minat, dan opini. Pertanyaan aktivitas berkaitan dengan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. Berdasarkan hasil penelitian ketiga informan memiliki. Pertanyaan minat berkaitan dengan apa yang menjadi prioritas konsumen mereka dalam hidup ini. Pertanyaan opini berkaitan dengan bagaimana pandangan dan perasaan mereka mengenai gaya hidup sehat dan tubuh ideal.

a. Aktivitas

Secara umum, ketiganya telah melaksanakan gaya hidup sehat aktif, yaitu menggabungkan kegiatan olahraga rutin dengan pola makan bernutrisi. Ketiga informan memulai mengikuti program ini secara tidak terencana. Ketiganya mendapat pengaruh dari kelompok acuan dan keluarga. Informan 1 dan 2 tertarik mengikuti program Herbalife karena melihat keberhasilan temannya yang terlebih dulu mengikuti program ini.

“Apa ya, pengaruh teman sih. Ada teman yang ikut program ini berhasil. Memang dari dulu ikut senam-senam ini tapi ga ada berhasil. Emang ga ngerti ya ilmunya. Ga ngerti ilmunya makanya coba ah. Waktu itu ikut ada launching MC baru dekat rumah. Enak ada senamnya juga. Ada MC Cuma minum aja tanpa senam. Kalau ada senam senang” (Informan 1, 3-7)

“Yang pertama aku memang ke herbalife awalnya dari awal corona dulu jadi suami itu dapat jatah di kantor semacam kaya ada donator dari herbalife yang waktu itu mendonasikan produk ke RS karena awal covid dulu. Temen-temen suami banyak yang ga mau, jadi banyak produknya nganggur berbulan disana. Akhirnya dipakai sama suami trus dibawa pulang juga. Aku ga tau cara konsumsinya Cuma tahu ini produk diet. Kalau konsumsinya salah takutnya nanti malah ga tambah langsing bagus sesuai tujuannya. Jadi saya biarkan sampai beberapa bulan di rumah. Terus ada teman yang ikut herbalife trus cerita mengonsumsi itu sama senam, trus saya tertarik kana da produk dirumah. Apa salahnya saya mencoba mulai senam di sanggar atau rumah sehat (RS) itu. Trus bisa nanya-nanya penggunaan produk jadi ga mubazir di rumah produknya.” (Informan 2, 40 – 51)

Informan 3 tertarik ikut karena keterlibatan istri yang terlebih dulu dalam program Herbalife.

“Awalnya istri saya ikut herbalife. Sebelumnya saya ga tertarik sama sekali. Trus saya lihat kondisi tubuh yang over gendut. Akhirnya tertarik ikut. Emang nutrisi buat sarapan itu enak. Kondisi tubuh enak dibadan enak” (Informan 3, 2-4)

Pada awal keikutsertaan, ketiganya beradaptasi dengan pola makan dan olah raga yang diterapkan dalam program Herbalife. Ketiganya mendapatkan pengalaman yang berbeda-beda. Informan 1 membutuhkan waktu yang lebih lama untuk beradaptasi. Namun ketiganya menyatakan perasaan *enjoy*/menikmati saat beradaptasi dengan program Herbalife.

“Ya dibilang tersiksa sih engga ya. Mungkin awal-awal iya, kaya kok masih lapar. Kok kurang tenaga lemes. Awal awal. Adaptasi 2 mingguan. Tapi habis itu ya uda biasa” (Informan 1, 72-74)

Sedangkan Informan 2 dan 3 membutuhkan waktu lebih cepat dalam menyesuaikan diri dibandingkan informan 1.

“...Mungkin badan kita kaget ya. Jadi mesti ada keluhan-keluhan yang dirasain tapi setiap badan beda-beda. Adaptasinya waktu itu 1 minggu. Jadi ga bisa langsung mengikuti aturan herbalife. Jadi di awal-awal makan besar 2 kali Cuma porsiya g besar juga. Lalu minggu depannya baru bisa sesuai dengan program herbalife” (Informan 2, 135-145)

“Pertama-tama tersiksa. Paling Cuma 1 minggu. Yang penting kita niat. Tapi kalau terbiasa ya itu enak. Makan sedikit terasa kenyang. Yang penting niat” (Informan 3, 51-52)

Pola makan ketiga informan juga ikut berubah. Ketiga informan sama-sama menghindari makanan berminyak, gorengan, tepung, dan memperbanyak asupan air putih. Selain itu Informan 1 dan 2 juga mengganti beberapa bahan dapur seperti santan dengan fiber cream, gula dengan gula diet, penambahan seaseed, garam biasa dengan garam Himalaya, dan minyak dengan *olive oil*.

“Kalau kaya aku sih kaya ga minum ga naik lagi. Tergantung pola makan sih. Kaya aku g minum produk tapi tetep jaga pola makan. Tapi kaya gorengan sih kadang, santan juga jarang. Aku ganti fibercream kalau santan sih. Telur itu kalau pagi tuh pasti” (Informan 1, 46-49)

“Memang ada beberapa ya yang diganti. Kaya garam dulu awalnya biasa sekarang garam Himalaya ya. Karena Himalaya ini ga mengikat air. Kalau garam sebelumnya semakin banyak kita konsumsi, air didalam tubuh tidak bisa keluar. Diiket jadi gemuk air. Makanya orang diet itu ga boleh banyak garam ya. Jadi air dalam tubuh harus dikeluarkan lewat urin. Jadi tidak diendapkan dalam tubuh. Trus kalau gula diganti gula diet banyak merknya. Pengganti gula. Trus sama sea seed biasa saya masukkan ke dalam smoothie untuk minum-minumnya. Soalnya kandungan banyak protein serat tinggi bisa memperlancar BAB” (Informan 2, 239 – 247)

“Terutama yang tepung, trus banyak minyak kaya gorengan, jajan gorengan itu dihindari. Trus yang manis-manis dihindari. Soalnya usia mau 4 (red.40an). Jadi harus jaga kondisi tubuh” (Informan 3, 32-34).

Selain membatasi makanan yang dikonsumsi, mereka juga mengubah pola makan yang disesuaikan dengan program Herbalife. Dari ketiga informan, informan 2 yang paling ketat dalam mengikuti program. Hal ini terlihat dari jumlah produk yang dikonsumsi dan juga kekonsistenan informan 2 dalam menjalankan program ini.

“Pagi bangun tidur kita minum air putih dulu. Anget boleh. kalau untuk meluruhkan racun katanya yang anget. Trus konsumsi aloe 2 tutup botol dicampur air 100 ml lebih juga ga papa. Untuk membersihkan fali usus kita supaya program diet ini penyerapannya bagus. Harus dibersihkan dlu usus kita. Lalu kita konsumsi selulos, plan, na dan fiber herba. Selang 15 menit kita minum shake pengganti sarapan. Itu dicampur dengan protein PP supaya kenyang. Jadi cuma sarapan shake ada protein kita ga mudah lapar. Setelah minum itu kita buat teh rn fungsinya mengubah lemak jadi energi. Supaya aktivitas kita ga loyo ya. Bisa melakukan aktivitas pada umumnya. Ga ada istilah lemes. Nanti kalau misalnya lapar di jam siang kita bisa makan tapi nyemilnya buah. Terserah yang tinggi serat. Trus makan siang bebas. Ya itu tadi ga boleh gorengan tepung dikurangi gula garam. Nanti sore boleh nyemil tapi buah atua kacang-kacangan. Malamnya kita minum shake dan pp lagi. Nanti mau tidur kita minum tablet lagi. Trus ditutup dengan aloe. Jadi seharian kita makan kita bersihkan usus kita dengan aloe dicampur dengan air” (Informan 2,151-165)

Sedangkan informan 1 tidak seketat informan 2 bahkan hanya sesekali menggunakan produk saja, karena informan 2 lebih menekankan pada pola makan yang sehat.

“Kalau kaya aku sih kaya g minum ga naik lagi. Tergantung pola makan sih...” (Informan 1, 46).

Lalu informan 3 baru aktif kembali mengikuti program dalam 2 bulan ini setelah sempat berhenti karena bosan.

“Sudah dua bulan. Dulu pernah ikut. tahun yang lalu. Tahun 2020. Trus berhenti karena bosan. Balik gendut lagi akhirnya ikut lagi. Haha” (Informan 3, 6-7)

Selain menjaga pola makan, ketiga informan ini juga melakukan olahraga secara rutin. Awalnya ketiganya sama-sama mengikuti senam yang diadakan oleh MC (dari Herbalife), namun kemudian masing-masing menyesuaikan olahraga yang dipilihnya dengan kenyamanan masing-masing. Misalnya seperti informan 1 memilih yoga sebab di usianya yang lebih dari 40 tahunan dia mencari jenis olahraga yang tidak terlalu bertempo tinggi. Yoga dianggap juga sesuai dengan tujuannya yaitu menjaga nafas dan kesehatan badan.

“Ikut yoga tapi di luar bukan di MC. Dulu ada di MC tapi uda ga ada. Peminatnya sedikit. Q yoga di sanggar dekat rumah. Disana ramai. Kalau di MC uda ga aktif sih. Paling Cuma beli produk herbalife aja sih. Uda setahun lebih sih. Sebelum herbalife sih. Awalnya lebih karena usiaku sih. Uda 40 (tahun). Kalau kemarin aerobik terlalu capek terlalu cepat temponya. Cari yang kalem. Tapi ngena. Bagus sih buat terapi terapi kesehatan.” (Informan 1, 86-92)

Sedangkan informan 3 memilih olahraga jalan kaki dan bersepeda dikarenakan lebih fleksibel dengan jadwal dan biaya baginya. Informan 2 lebih memilih senam dan *boxing* sebagai kegiatan berolahraga.

“Kalau olahraga ikut aerobic trus boxing ya. Selain itu ga ada sih. Untuk olahraga ga ada alat khusus juga. Sudah disiapkan di MC. Paling siapin baju senam aja. “ (Informan 2, 200-202)

“Ada untuk olahraga, tapi kebanyakan senam dan gowes. Itu juga saya pilih karena yang paling enjoy aja. Kalau terpaksa kan ga enak. Kalau perlengkapan safety, sepatu baju khusus untuk gowes aja sih.” (Informan 3, 54-56)

b. Minat

Pada bagian ini ketiga informan secara umum memiliki motif yang sama saat mengikuti program ini, yaitu kesehatan dan penurunan berat badan. Namun yang berbeda adalah prioritas dari ketiganya. Informan 1 awalnya tertarik karena ingin menurunkan badan, namun dalam perjalannya, informan 1 mengubah prioritasnya menjadi kesehatan.

“Yang pertama itu factor kesehatan ya. Kalo bangun tidur itu kaki terasa sakit. Terutama kaki. Senam ga ada hasil trus ikutan apa sih katanya bisa nyembuhin yang gitu-gitu. Mungkin asam urat, kolesterol tinggi kalau dicek. Kebetulan waktu itu aku ga ngecek. Ya Alhamdulillah ikut ini turun BB terus ga sakit lagi.” (Informan 1, 14-18)

“Uda setahun lebih sih. Sebelum herbalife sih. Awalnya lebih karena usiaku sih. Uda 40 (tahun). Kalau kemarin aerobik terlalu capek terlalu cepat temponya. Cari yang kalem. Tapi ngena. Bagus sih buat terapi terapi kesehatan. “ (Informan 1, 90-92)

Hal ini Nampak saat informan 1 di awal menyampaikan bahwa dia mengikuti program ini karena ingin mempelajari pola diet yang benar dan tidak ingin tergantung dengan produk sehingga dia yang menentukan kapan harus berhenti atau tidak saat mengikuti program ini. Terdapat kontrol diri yang kuat dalam informan 1. Informan 1 juga tidak terlalu memusingkan

apa yang dipersepsikan orang sekitar tentang penampilannya. Karena yang dia utamakan adalah persepsinya sendiri.

“Kalau kaya aku sih kaya ga minum ga naik lagi. Tergantung pola makan sih. Kaya aku ga minum produk tapi tetep jaga pola makan.” (Informan 1, 46-47)

“Sekarang ga ngurus. di depan berani. hahaha. kalau dulu di belakang orang. Nutupin. Kalau di kamera keliatan lebih gede dari aslinya”. (Informan 1, 122-123)

Informan 2 memprioritaskan penurunan berat badan, dan kesehatan sebagai bonusnya. Kondisi BB informan 2 yang jauh dari ideal membuat dia memprioritaskannya.

“Ceritanya tiap hari sepertinya BB tambah naik. Terus disamping itu sering mengalami beberapa yang ndak enak. Mau habis bangun tidur. Ga bisa langsung jalan, kaki terasa berat. Setelah bangun tidur harus berdiri beberapa menit baru bisa melangkahkahi kaki. Terus kadang sering kesemutan yang sering saya alami kalau pakai motor. Sering kram di tangan kesemutan. Terus yang lainnya kaya berat aja ya kaya menopang badan ini tambah besar. Tambah lama buat gerak-gerak gini ga enak. Pokoknya beberapa keluhan lah. Jadi saya mengambil keputusan untuk memulai program diet dan membeli produk tersebut” (Informan 2, 2-10)

Ada pengalaman kurang menyenangkan saat informan 2 mendapatkan *verbal bullying* dari lingkungannya. Saat BB informan 2 turun, dia merasakan puas dan senang atas respon positif dari lingkungan juga.

“Kalau di sekeliling tempat kerja kok sekarang uda keliatan bentuk badannya. Uda di samakan sama teman-teman yang lebih kurus. Oo bu R sekarang 11 12 sama bu ini. Kalau ketemu keluarga ya bilang uda agak kurusan. Kalau sama yang uda lama ga ketemu juga bilang uda kurus ya sedikit. Nah kan sedikit itu kan uda kelihatan. Nah disitu saya saya menilai bawah dietnya berhasil”. (Informan 2, 230-235)

Informan 2 juga merasa bersemangat ketika melihat artis-artis yang sedang berjuang menurunkan diet berhasil. Ada dorongan untuk bisa mengikuti keberhasilan artis tersebut.

“Paling suka lihat artis-artis yang lagi penurunan BB. Di youtube biasanya. Pokoknya metode-metode banyak ya tiap artis beda-beda. Semakin lihat artis yang turun drastis, jadi ngaca juga. Kalau orang lain bisa kenapa saya ga bisa.” (Informan 2, 225-228)

Sedangkan informan 3 memprioritaskan secara cukup seimbang antara penurunan BB dan kesehatan. Kondisi BB informan 3 juga masih jauh dari ideal sehingga informan 3 yang sebelumnya pernah berhenti dikarenakan bosan, akhirnya kembali lagi rutin mengikuti program ini.

“Sudah dua bulan. Dulu pernah ikut. tahun yang lalu. Tahun 2020. Trus berhenti karena bosan. Balik gendut lagi akhirnya ikut lagi. Haha.” (Informan 3, 6-7)

“Dulu hampir 110 kg. sekarang 91 kg.” (Informan 3, 15)

Informan 3 juga memiliki pengalaman *verbal bullying* namun tidak terlalu difikirkan serius. Jadi keikutsertaan informan 3 dalam program ini karena dia merasakan hal positif baik dari penurunan badan dan kesehatan.

“...Sebelumnya saya ga tertarik sama sekali. Trus saya lihat kondisi tubuh yang over gendut. Akhirnya tertarik ikut. Emang nutrisi buat sarapan itu enak. Kondisi tubuh enak dibadan enak” (Informan 3, 3-4)

“Buat kesehatan bagus. Kita mengontrol kadar gula, tekanan darah. Setelah pakai herbalife itu kondisi badan enak. Dulu sering pusing, tensi tinggi, kadar gula kadang tinggi karena makan juga sembarangan tak terkontrol. Sekarang usia hampir angka 4. Jadi mengontrol makan yang sehat-sehat. Jadi harus bisa kontrol diri.” (Informan 3, 9-13)

c. Opini

Pada bagian ini ketiga informan ditanyai opini mengenai makna tubuh sehat, bentuk badan ideal, bagaimana mereka memaknai penampilannya saat ini dan gaya hidup yang diterapkan. Pada pertanyaan mengenai makna tubuh sehat, mereka memiliki pendapat yang berbeda-beda. Informan 1 menggunakan aturan baku mengenai badan yang ideal.

“Ya ga ada penyakit serius sih, ga ada keluhan-keluhan. Opo yo, patokanku kalau BB idealnya tinggi badan dikurangi 100. Itu BB ideal”. (Informan 1, 106&107)

Informan 2 dan 3 menggunakan keluhannya sebagai standar badan yang sehat.

“Paling suka lihat artis-artis yang lagi penurunan BB. Di youtube biasanya. Pokoknya metode-metode banyak ya tiap artis beda-beda. Semakin lihat artis yang turun drastis, jadi ngaca juga. Kalau orang lain bisa kenapa saya ga bisa.” (Informan 2, 204-207)

“Badan yang sehat itu pokoknya merasa badan ini enak ga gampang capek ga gampang pusing. Istirahat teratur itu nanti tubuh enak-enak sendiri.” (Informan 3, 60&61)

Ketiga informan tidak mengikuti standar yang mungkin disebarakan di media melalui iklan, artis, dan sejenisnya. Hal ini tergambar saat mereka mengatakan bahwa tidak ada artis yang mereka idolakan.

“Biasa aja sih. Ga ada yg diidolain juga. Malah seneng ngelihat artis-artis yang badannya bagus. Ga iri sih”. (Informan 1, 125&126)

“Paling suka lihat artis-artis yang lagi penurunan BB. Di youtube biasanya. Pokoknya metode-metode banyak ya tiap artis beda-beda. Semakin lihat artis yang turun drastis, jadi ngaca juga. Kalau orang lain bisa kenapa saya ga bisa”. (Informan 2, 225-228)

“Biasa aja sih. Ga ada idola”. (Informan 3, 68)

Walaupun informan 2 juga suka melihat youtube yang menampilkan perjuangan artis-artis yang menurunkan BB, namun yang dia jadikan inspirasi adalah semangat sang artis tersebut. Pada pertanyaan mengenai bentuk badan ideal, ketiganya memiliki jawaban yang sama yaitu tidak gendut, tidak ada lemak dibagian tubuh seperti perut, dan memiliki bentuk / tidak lurus dari bahu sampai pinggul.

“Yang bagus dilihat. Ga ada lemak sana sini kalau perempuan biasanya lemak di perut. Bbnya kecil biasanya lemak di perut masih banyak.” (Informan 1, 109-110)

“Kaya apa ya? Ya, paling tidak ga seperti huruf N yang lurus dari atas ke bawah. Ada lekuk-lekuk tubuhnya. Ga lurus ke bawah semuanya. Perutnya kempes dikit.” (Informan 2, 212-214)

“Ya kalau ideal kalau dari kesehatan ya tinggi badan, umur, dan BB. Pengukuran ideal. Kalau dari bentuk ya ga gendut. Hahaha.” (Informan 3, 63&64)

Pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana mereka memaknai penampilan mereka saat ini, informan 1 dan 3 sudah merasa puas. Informan 3 walaupun memiliki BB yang masih belum ideal (menurut hitungan) namun dia tidak terlalu memaksakan diri (Informan 3, 16&17). Informan 2 masih merasa belum puas karena belum mencapai BB targetnya sehingga dia akan tetap konsisten mengikuti program ini.

“...Alhamdulillah. Dari segi kesehatan uda membaik. Tapi kalau untuk bentuk tubuh masih jauh dari body goalnya. Tapi sekarang ukuran baju uda berubah dari XXL sekarang udah di L. kalau aku sih masih kurang separuh perjalanan ya. Ya lebih dari separuh perjalanan sih. Nilai 6 dari 10 lah sekarang.” (Informan 2, 220-223)

Pertanyaan terakhir mengenai bagaimana pendapat mereka dengan gaya hidup saat ini, ketiganya merasakan dampak positif walaupun ketiganya memiliki dinamika keikutsertaan yang berbeda-beda. Informan 1 rutin mengikuti program secara lengkap hanya beberapa bulan di awal, dan saat ini hanya menerapkan pola makan dan olahraga dengan konsumsi produk yang jarang. Informan 2 konsisten mengikuti program dari awal hingga saat ini, dan tidak ada keinginan untuk berhenti. Informan 3 sempat mengalami yo-yo. Awal pertama rutin hingga berhasil menurunkan BB, kemudian berhenti karena bosan, dan akhirnya kembali lagi

karena merasa gendut kembali. Pada aspek ekonomi, ketiganya tidak merasa keberatan dengan alokasi dana yang digunakan untuk pembelian produk dan kegiatan olahraga. Terutama informan 2 yang merasa bahwa pengeluaran sama saja antara sebelum dan sesudah mengikuti produk ini.

“Ya ada pastinya. Sebenarnya kita sama. Sebelum herbalife kita juga beli makan habisnya juga banyak. Kalau kita ikut herblife budgetnya dalam 1 bulan ya sepertinya banyak. Tapi sebenarnya kalau dihitung-hitung sama aja. Kalau kita beli herbalife kita anggarkan misalkan 1,5 atau 2 juta. Kita kan diet uda ga jajan. Dulu aja jajannya aja 50 ribu. Kita sekarang kan makan-makan sehat. Masak sendiri lebih murah. Kita uda ga jajan. Malam sore uda ga jajan. Kita uda pakai herbalife. Siang aja makan. Itu juga masak sendiri biar tahu sehat apa engganya. Jadi untuk makan kita itu sedikit. Jadi itu imbang. Daripada kita beli jajan yang sembarangan trus nanti ke kesahatan ga baik kenapa kita ga sekalian bisa merasa sehat penurunan BB yang diinginkan dengan budget yang sama.” (Informan 2, 171 – 181)

2. Gaya Hidup Sehat Aktif Herbalife dalam Perspektif *Technology the Self* Michel Foucault

Sebuah gaya hidup pasti memiliki pedoman yang harus diikuti para penganutnya. Pedoman-pedoman inilah yang kemudian menentukan bagaimana mereka berpikir dan berperilaku dan akhirnya menentukan apa saja yang mereka butuhkan. Kebutuhan inilah yang akhirnya membuka jalan sebuah pasar baru. Gaya hidup sehat aktif dalam Herbalife juga menerapkan pedoman-pedoman tertentu melalui praktek penerapan pola makan bernutrisi dan berolahraga secara rutin. Para informan harus mengubah pola makan yang disesuaikan dengan target BB; mengatur jenis-jenis makanan yang dikonsumsi seperti tidak bertepung dan berminyak; mengganti bahan-bahan makanan yang tidak sehat dan tidak bernutrisi; mengubah cara mengolah makanan seperti mengurangi gorengan; dan berolahraga rutin. Dalam menjalankan programnya, mereka dibantu seorang konsultan yang memberikan wawasan mengenai bagaimana diet yang benar, berapa target BB ideal, dan bagaimana pola makan dan olahraga yang sesuai dengan target BB ideal.

Dalam perspektif Foucault, *technology the self* berwujud disiplin tubuh yaitu bagaimana seseorang mengontrol diri atas tubuh. Tubuh dijaga agar tetap konsisten sekaligus dikoreksi. Adanya disiplin tubuh ini tentu bisa membuat seseorang mencapai target yang diinginkannya, namun di saat yang bersamaan secara tidak sadar dia sekaligus sedang dihegemoni dengan wacana terhadap target tersebut.

Disiplin tubuh juga tergambar dalam fenomena gaya hidup sehat aktif para konsumen Herbalife ini. Para informan mendisiplinkan dirinya untuk mengikuti pola-pola gaya hidup sehat

aktif Herbalife. Adanya kontrol diri ini akan membatasi diri dari semua yang tidak sesuai dengan pedoman yang dipegang. Mereka akan berkomitmen dengan gaya hidup ini dan sesungguhnya secara tidak sadar mereka sedang dihegemoni terhadap wacana adanya konstruksi tubuh yang sehat dan ideal. Demi menjaga tubuh yang sehat atau mencapai tubuh dengan BB target, informan harus mengubah pola makan, pola pikir, dan perilaku lainnya. Saat sedang pergi keluar bersama teman, sebagai bentuk komitmen, mereka akan memilih makanan atau minuman yang relevan dengan pedoman mereka. Seperti yang dialami informan 1, dia lebih memilih mengatur porsi makanan agar tetap bisa terkontrol.

“Ya biasanya los los (red. Tidak terkontrol) kalau makan di luar kan sama teman ya. Nasinya dikit sayurnya banyakin ikannya banyak. Trus minumannya air putih” (Informan 1, 68-70)

Selain komitmen, ada konsekuensi yang harus ditanggung informan, baik secara mental dan material. Misalnya saat informan makan dengan *lost control*, maka ada rasa bersalah dan berdosa yang muncul dalam diri mereka. Mereka menganggap apa yang telah mereka lakukan adalah sesuatu yang tidak benar.

“Ya merasa berdosa banget ngapain kok bisa-bisanya makan kaya gitu. Nyesel. besoknya kalori yang dimasukkan dikurangi. Lebih mengimbangi yang kemarin biar stabil. Bisa turun lagi” (Informan 2, 131-133)

“Oo pernah dulu sering sekali. Terutama waktu kerja. Kan temen-temen sering jajan sering banyak acara. Kita ga ikutan juga ga enak. Ya ikut ya lost ga ada batasan. Kalau lost ya merasa berdosa soalnya uda beberapa hari sudah menjaga pola makan tau taunya. Ya kita tetep jaga ya olah raga pokoknya gerak” (Informan 3, 40 -43)

Dalam perspektif kuasa pengetahuan Foucault, konsultan berkuasa atas justifikasi apakah diet tersebut benar atau tidak, angka BB seseorang ideal atau tidak, pola makan yang benar atau tidak, dan olahraga yang sesuai dengan target BB ideal atau tidak. Misalnya saat informan makan dengan *lost control*, maka mereka diberikan pengetahuan harus segera meluruhkan lemak-lemak yang masuk ke tubuhnya. Jika tidak BB akan cepat naik kembali. Kemudian para konsultan memberikan wawasan bahwa mereka bisa mengonsumsi produk Herbalife berfungsi sebagai peluruh lemak-lemak dalam tubuh. Jadi jika *lost control* saat makan terjadi, mereka hanya tinggal mengonsumsi produk yang disebut konsultan tersebut dan perasaan berdosa telah memasukkan ‘racun’ ke dalam tubuh akan hilang.

“Ya pernah tapi ga terlalu sering sih. Biasanya nebusnya ngeshake (red minum produk) malamnya kalau blabas makannya seharian” (Informan 1, 67)

Pola makan dan olahraga yang diterapkan dalam gaya hidup ini tentunya menghasilkan kebutuhan baru. Mulai dari mengubah bahan-bahan makanan dan minuman yang masuk ke tubuh, menggunakan rangkaian produk Herbalife, serta kebutuhan berolahraga. Adanya kebutuhan-kebutuhan ini menimbulkan konsekuensi-konsekuensi tertentu. Bagi produsen pastinya mendapat konsekuensi positif sebab kebutuhan baru membuka peluang pasar baru, sedangkan bagi informan adalah pengalokasian anggaran selama menerapkan gaya hidup ini. Para informan yang mengikuti program ini harus membeli serangkaian produk Herbalife. Informan bahkan bersedia membeli garam Himalaya yang harganya lebih mahal dibandingkan garam dapur biasa untuk tetap berkomitmen dengan gaya hidup sehatnya itu. Informan juga harus mengalokasikan anggaran untuk kebutuhan berolahraga seperti seragam hingga biaya kelas senam/yoga/boxing.

“Memang ada beberapa ya yang diganti. Kaya garam dulu awalnya biasa sekarang garam Himalaya ya. Karena Himalaya ini ga mengikat air. Kalau garam sebelumnya semakin banyak kita konsumsi, air didalam tubuh tidak bisa keluar. Diiket jadi gemuk air. Makanya orang diet itu ga boleh banyak garam ya. Jadi air dalam tubuh harus dikeluarkan lewat urin. Jadi tidak diendapkan dalam tubuh. Trus kalau gula diganti gula diet banyak merknya. Pengganti gula. Trus sama sea seed biasa saya masukkan ke dalam smoothie untuk minum-minumnya. Soalnya kandungan banyak protein serat tinggi bisa memperlancar BAB” (Informan 2, 239 – 247).

“Paling ya beli alat-alat olah raga, baju senam sih. Biasanya kalau di sanggar itu ada dresscode. Warna apa yang belum. Hampir semua warna punya. Janjian kan dresscodenya apa kalau senam” (Informan 1, 78-80).

CONCLUSION

Gaya hidup sehat aktif dipopulerkan oleh Herbalife Nutrition, diperuntukkan bagi siapa saja – pria, wanita, tua, dan muda, dengan menggabungkan kegiatan aktif bergerak dan olahraga teratur dengan asupan nutrisi yang sehat. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, ketiganya telah melaksanakan gaya hidup sehat aktif Herbalife, yaitu menggabungkan kegiatan olahraga rutin dengan pola makan bernutrisi. Secara umum, ketiga informan memiliki motif yang sama saat mengikuti program ini, yaitu kesehatan dan penurunan berat badan. Namun yang berbeda adalah prioritas dari ketiganya. Mengenai makna tubuh sehat, mereka memiliki pendapat yang berbeda-beda. Namun mereka tidak menggunakan standar yang mungkin tersebar di media melalui iklan, artis, dan sejenisnya. Selanjutnya, mengenai bagaimana pendapat mereka dengan gaya hidup saat ini, ketiganya merasakan dampak positif walaupun ketiganya memiliki dinamika keikutsertaan yang berbeda-beda.

Dalam perspektif Foucault, *technology the self* ditunjukkan dalam fenomena gaya hidup sehat aktif para konsumen Herbalife ini. Para informan mendisiplinkan dirinya untuk mengikuti pola-pola gaya hidup sehat aktif Herbalife. Mereka akan berkomitmen dengan gaya hidup ini walaupun sekaligus secara tidak sadar mereka sedang dihegemoni terhadap wacana adanya konstruksi tubuh yang sehat dan ideal. Selain itu, ada konsekuensi yang harus dibayar informan saat menjalani gaya hidup ini, baik secara mental dan material. Konsekuensi secara mental seperti merasa berdosa jika memakan banyak gorengan, sedangkan secara material dengan pengalokasian anggaran dana atas kebutuhan-kebutuhan baru. Bagi produsen, adanya kebutuhan baru membuka peluang pasar baru. Namun bagi informan mereka yang berkomitmen tinggi akan tetap bersedia memenuhi kebutuhan selama dapat menerapkan gaya hidup sehat aktif walaupun ada harga di balik semuanya.

REFERENCES

- Andriana, D. (2019). Relasi Kekuasaan Antara Tim Manajerial dan Redaksi Liputan (Studi Kasus : Program Liputan 6 Pagi di SCTV). *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 2(2), 208–222.
- Ayun, P. Q., Pratiwi, M. R., Boer, K. M., Andryani, K., Santoso, D. H., Rahman, K. A., Kusumawardhani, A., Sukmono, F. G., Putri, P. K. D., & Junaedi, F. (2015). *Cyberspace and Culture`*. Mata Padi Pressindo.
- Faradyba, R. P., Sembada, W. Y., & Nathanael, K. (2022). Proses Adaptasi Mahasiswa Rantau dari Batam dalam Menghadapi Komunikasi Antarbudaya di UPNVJ. *Communications*, 4(1), 94–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/Communications4.1.5>
- Fatharani, A., Lubis, N., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), Dan Kelompok Referensi (Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Blackberry. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 2(3), 57–76.
- Gatra. (2021). *Riset Herbalife: Pandemi Jadi Momentum Pola Hidup Sehat*. <https://www.gatra.com/detail/news/517212/gaya-hidup/riset-herbalife-pandemi-jadi-momentum-pola-hidup-sehat>
- Herbalife Nutrition. (n.d.). *Mengapa Herbalife* . Retrieved November 12, 2021, from <https://www.herbalife.co.id/business-opportunity/why-herbalife/>
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenadamedia.
- Kabarbisnis. (2017). *Indonesia masuk 10 besar pasar Herbalife dunia*. <https://www.kabarbisnis.com/read/2875222/indonesia-masuk-10-besar-pasar-herbalife-dunia>
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460>
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis : Theory, Method and Research*. Sage Publication.

- Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). Konstruksi Makna Kualitas Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.31334/jl.v2i1.117>
- UIN Alauddin Makassar. (2013). *Konsep Sehat dan Sakit*. <https://uin-alauddin.ac.id/tulisan/detail/konsep-sehat-dan-sakit>
- Utomo, D., & Prasetyanta, A. (2017). Analisis Pengaruh Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Steak Di Star Steak Boyolali. *EQUILIBRIUM: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, XI(1).
- Vespa, F. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial Related papers. *Journal Mediator*, 9(1), 116.