

PERAN INSTAGRAM BAGI KOMUNITAS FREELETICS BANDUNG

Ika Merdekawati Kusmayadi; Gungum Gumilar

Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Email: ika.koesmayadi@gmail.com; re.gumilar@gmail.com

Pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat, saat ini ada sekitar 66 juta orang menggunakan *mobile phone* sebagai medium untuk bermedia sosial. Aplikasi media sosial tersebut juga telah dimanfaatkan oleh komunitas olahraga Freeletics di Kota Bandung, untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi dengan sesama anggota komunitas olahraga. Komunitas olahraga freeletics dibangun dan berkembang melalui media sosial, bertujuan menjadikan olahraga sebagai pola hidup sehat dan juga gaya hidup. Penyebaran informasi komunitas ini diiniasi oleh pengelola komunitas dengan memanfaatkan kelebihan dari media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektifitas Instagram komunitas olahraga *freeletics* dalam mempopulerkan olahraga sebagai gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan penelusuran dokumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram sangat berperan penting dalam pembentukan komunitas freeletics, komunitas ini memanfaatkan Instagram sebagai medium untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan efektif. Instagram memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah anggota komunitas, dan juga menjadikan komunitas ini dikenal serta menarik pihak luar untuk bekerjasama dalam berbagai *event* baik yang profit maupun non-profit (*charity*).

Keyword : Instagram, Freeletics, Komunitas, Bandung, mediasosial

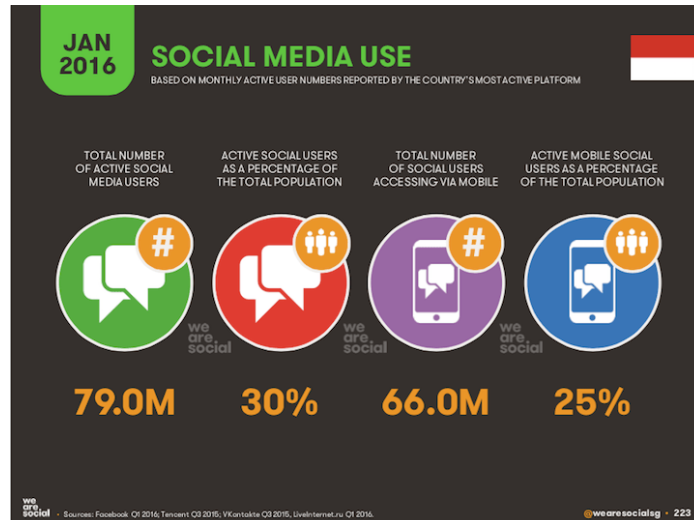
PENDAHULUAN

Pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya, begitu pula dengan pengguna media sosial di Indonesia. Menurut wearesocial.com (Januari 2016) pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 79 juta dan sebagian besar mengakses media sosial dengan menggunakan mobile internet/mobile phone.



Gambar 1. Data Digital di Indonesia
(Sumber wearesocial.com, 2016)

Media sosial berdasarkan uraian di atas menjadi akses terbesar dalam penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan dirinya juga berinteraksi, bekerjasama dan berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

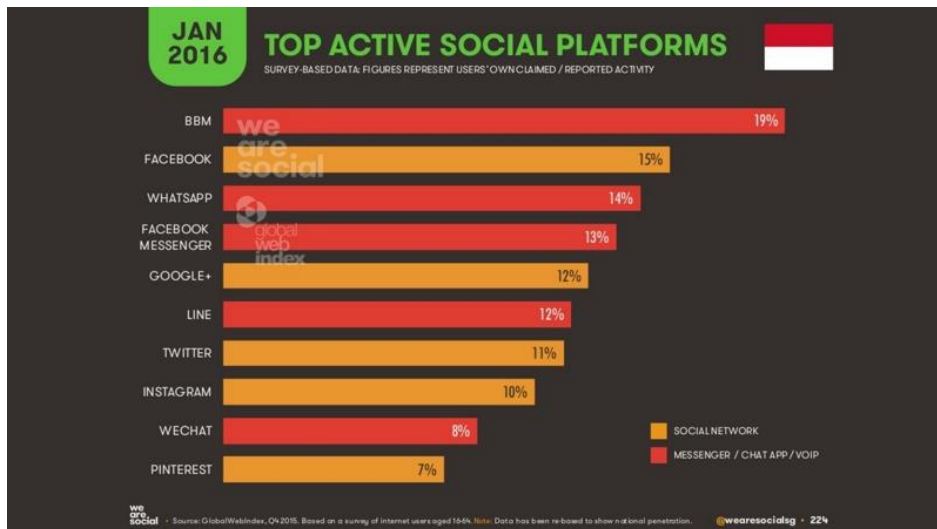


Gambar 2. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia
(Sumber: wearesocial.com, 2016)

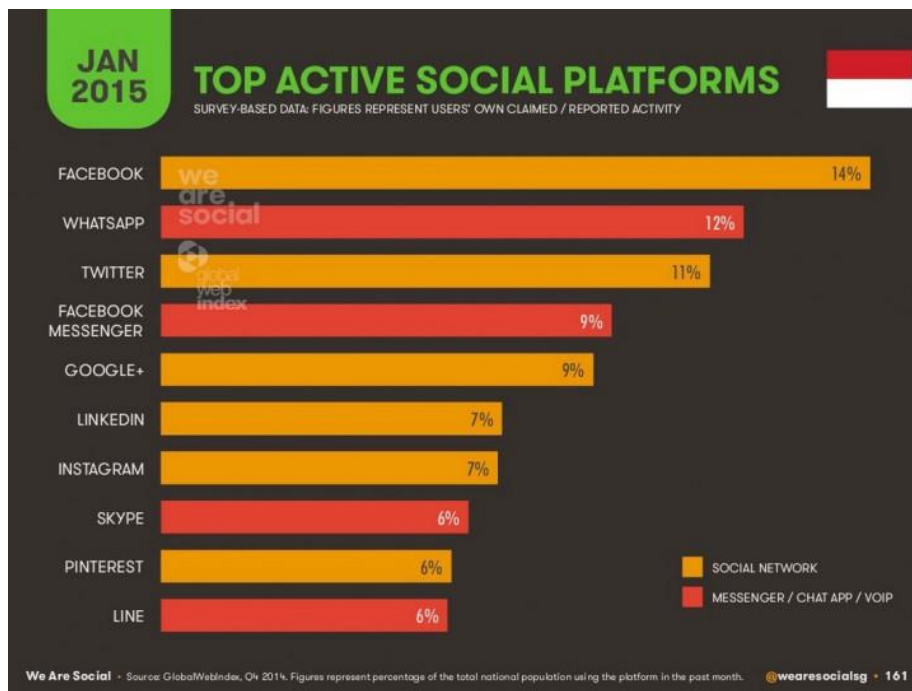
Melalui *mobile phone*, aplikasi media sosial ini sangat mudah diunduh dan fungsinya dimanfaatkan sangat beragam oleh penggunanya. Pemanfaatan media sosial kini tidak hanya dapat digunakan untuk kepentingan pribadi saja, tetapi juga dapat diperluas kegunaannya di berbagai aspek lain, salah satunya dimanfaatkan untuk membanting komunitas olahraga.

Komunitas olahraga yang saat ini sedang berkembang salah satunya adalah komunitas freeletics. Komunitas ini menarik untuk dikaji karena dibangun di dunia maya dengan memanfaatkan media sosial mengajak kaum muda Bandung untuk berpola hidup sehat dengan berolahraga tanpa perlu mengeluarkan biaya (gratis). Hal ini menjadi awal munculnya komunitas freeletics hingga komunitas ini menyebar dan mudah diterima oleh masyarakat. Ini juga didukung oleh pemerintah kota dengan membangun taman-taman gratis di Kota Bandung yang bisa digunakan oleh semua masyarakat dan dimanfaatkan dengan baik oleh komunitas ini.

Komunitas freeletics memanfaatkan Instagram sebagai social platform utama dalam penyebaran informasi. Berdasarkan *wearesocial.com* (Januari 2016), pengguna aktif media sosial cenderung meningkat, yaitu menjadi 10 persen dari 79 juta dari tahun sebelumnya yang hanya 7 persen. Setiap tahunnya Instagram memperbaharui dan menambah fitur-fitur yang diunggulkan oleh mereka, seperti foto editor, video editor, penambahan waktu tayang video, tag dan hastag, caption, serta integrasi jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan Foursquare yang dapat memudahkan pengguna untuk menambah luas jaringannya.



Gambar 3. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2016
(Sumber: wearesocial.com, 2016)



Gambar 4. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2015
(Sumber: wearesocial.org, 2016)

Artikel ini menyajikan data peranan Instagram dalam pembentukan Komunitas Freeletics untuk mengembangkan olahraga StreetWorkout di Kota Bandung, yang merupakan bagian dari hasil penelitian yang berjudul Pengelolaan Media Sosial oleh Komunitas Olahraga Kaum Urban.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, karena dengan metode ini peneliti dapat melihat suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh dalam hal ini adalah peran Instagram bagi komunitas freeletics kota Bandung.

Metode penelitian kualitatif mengacu pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (kata-kata, tertulis maupun lisan) yang dinyatakan orang itu sendiri, atau perilaku yang diamati. Menurut Creswell (2003) penelitian kualitatif adalah sebuah proses mendalam dengan mengacu pada tradisi-tradisi metodologi untuk mengeksplorasi permasalahan manusia dengan membangun interaksi kompleks, gambaran realitas keseluruhan, analisis isi, laporan dari informan, dan seluruh data yang didapat di lapangan.

Creswell mengatakan pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif (seperti makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori (misalnya berorientasi terhadap perubahan).

Creswell juga menjelaskan bahwa di dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun melalui interpretasi terhadap multi perspektif yang berasal dari masukan para partisipan yang terlibat di dalam penelitian, tidak hanya dari peneliti semata.

Penelitian ini difokuskan pada komunitas olahraga yang dibangun melalui media internet dengan tujuan memfasilitasi keinginan untuk melakukan kegiatan olahraga secara rutin, mengajak masyarakat melakukan pola hidup sehat dengan tidak memerlukan biaya yang besar dan tidak rumit.

Data diperoleh melalui wawancara dengan pengelola instagram sekaligus pendiri komunitas freeletics bandung, observasi lapangan, serta penelusuran literatur yang berhubungan dengan komunitas freeletics dan olahraga streetworkout.

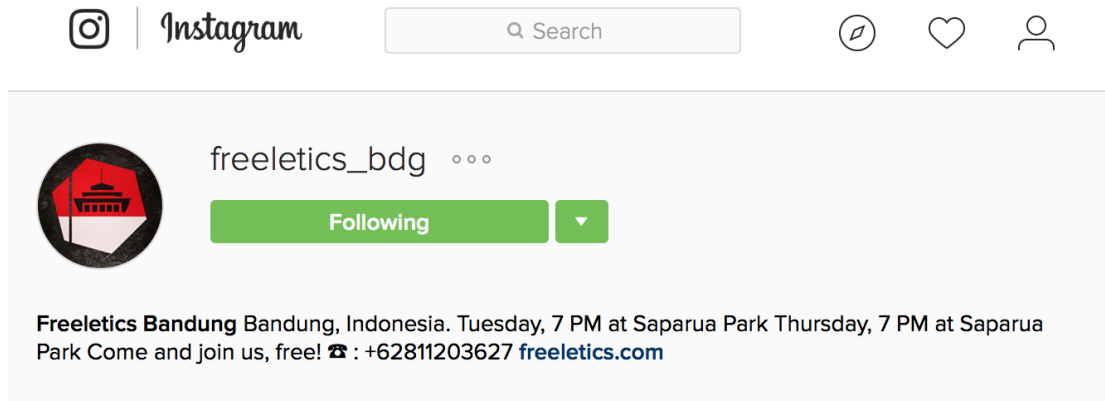
HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Freeletics merupakan komunitas olahraga yang memakai metode HIT (*High Intensive Training*) atau olahraga yang meminimalisasi jeda waktu istirahat dan berkesinambungan. Gerakan pada freeletics merupakan gerakan dasarolahraga tanpa menggunakan bantuan alat atau biasa disebut *bodyweight training*. Freeletics merupakan olahraga yang berasal dari Jerman pada tahun 2013 dan berbentuk aplikasi yang dapat di unduh di *mobile phones*. Sehingga memudahkan pengguna media sosial untuk berolahraga di mana pun.

Pada setiap latihannya, Freeletics Bandung memanfaatkan ruang publik (ruang terbuka) sebagai tempat untuk latihan. Maka dari itu freeletics termasuk ke dalam olahraga *Street workout* yang merupakan sebuah bentuk latihan *calisthenics* dan *bodyweight training* yang biasanya dilakukan di ruang terbuka. Hal ini didukung dengan program pemerintah kota Bandung mendirikan taman-taman terbuka gratis yang bisa digunakan oleh semua pihak dan dimanfaatkan dengan baik oleh komunitas freeletics ini.

Komunitas Freeletics Bandung dibentuk pada tahun 2014 oleh Ardi dan tujuh orang temannya atas dasar rasa ingin mengajak teman-teman dekat untuk meningkatkan pola hidup sehat tanpa perlu mengeluarkan biaya dengan memanfaatkan aplikasi gratis dari freeletics. Freeletics Bandung dari awal berdirinya menggunakan Instagram sebagai media komunikasi utama, karena dinilai lebih interaktif juga visual dan lengkap dari segi fitur-fiturnya. Salah satunya bisa mengunggah foto, video, dan teks secara bersamaan serta bisa berinteraksi langsung dengan anggotanya atau calon anggota dari

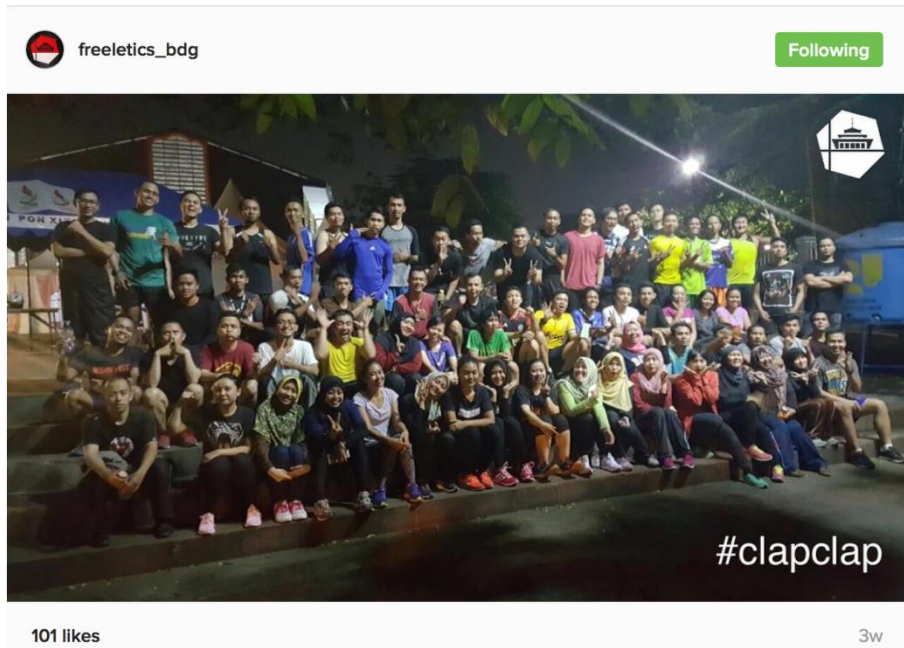
komunitas. Selain itu, Instagram juga dapat berintegrasi dengan media sosial lainnya sehingga penyebaran informasi menjadi lebih efektif.



Gambar 5. Akun Instagram Komunitas Freeletics Bandung

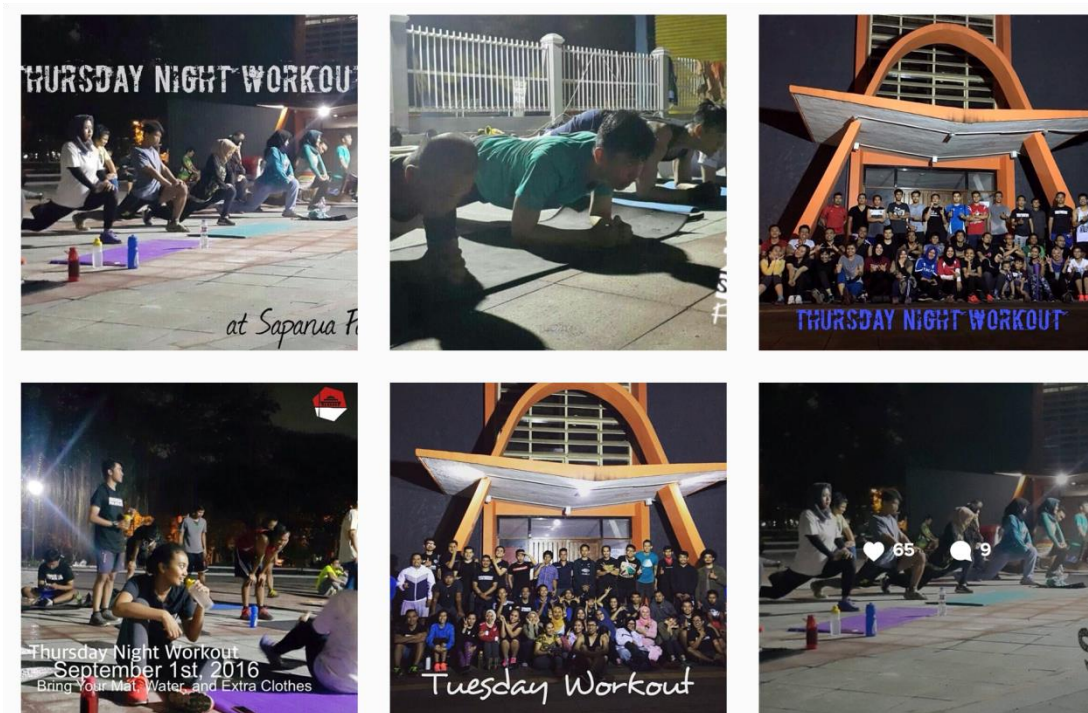
Menurut Ardi, pendiri Freeletics Bandung, sulit untuk menentukan jumlah pasti anggota freeletics bandung atau yang biasa disebut dengan *freeathlete* Indonesia. Dikarenakan komunitas ini bersifat terbuka dan tidak mengikat anggotanya untuk loyal di komunitas ini, sehingga anggota dapat berkurang ataupun bertambah setiap saat. Komunitas ini tidak memberlakukan keanggotaan tetap ataupun daftar hadir untuk setiap kegiatannya. Setiap orang yang berminat dengan olahraga ini dapat mengikuti langsung tanpa harus registrasi terlebih dahulu dengan datang ke tempat latihan setiap hari Selasa dan Kamis.

Jumlah anggota freeletics bandung yang aktif dapat dilihat dari peserta yang rutin hadir disetiap kali latihannya. Biasanya setiap latihan minimal 60 orang hadir pada waktu yang bersamaan. Waktu latihan pun dilakukan di malam hari untuk memfasilitasi anggota yang bekerja hingga sore hari.



Gambar 6. Anggota Komunitas Freeletics Bandung

Komunitas Freeletics Bandung memiliki lebih dari 2 ribu followers. Instagram Freeletics Bandung hanya dikelola oleh satu orang admin dan memposting minimal satu minggu dua kali, yaitu informasi jadwal latihan. Karena latihan komunitas freeletics bandung ini sangat bergantung terhadap cuaca, sehingga penting untuk menginformasikan jadwal latihan apabila cuaca tidak memungkinkan. Selain itu, admin juga memposting kegiatan setiap setelah latihan.



Gambar 7. Informasi Jadwal Latihan dan Kegiatan Freeletics Bandung

Instagram mempunyai peranan penting dalam keberlangsungan komunitas freeletics bandung, karena komunitas ini menarik bagi berbagai pihak luar untuk diajak bekerjasama. Hasil dari kerjasama ini menurut Ardi merupakan salah satu cara untuk mempertahankan keberlangsungan komunitas, salah satunya membantu acara lari bekerja sama dengan pocari sweat. Di tahun 2016 ini sudah empat kali melakukan kerjasama. Selain itu, komunitas freeletics juga mengadakan *private training* di Bank-bank besar di Bandung, seperti Bank BJB dan Bank BRI.



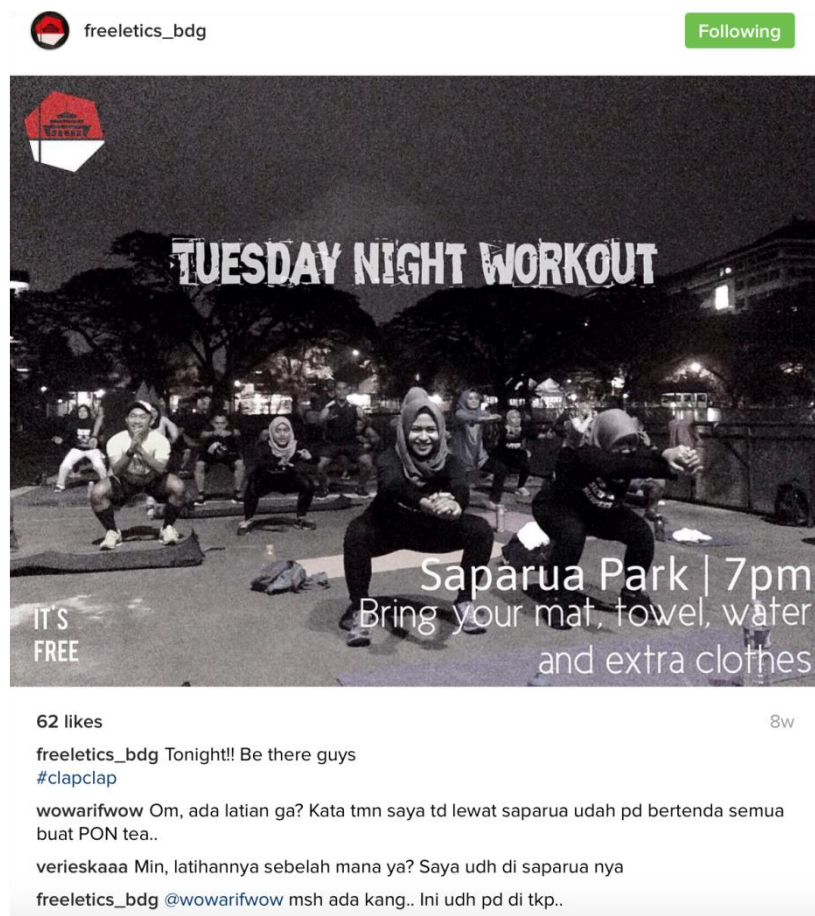
Gambar 7. Salah satu Acara Kerjasama

Boyd menjelaskan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak, memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Bagi komunitas freeletics bandung, media sosial menjadi alat komunikasi utama dalam penyebaran informasi. Dalam pengelolaannya pengelola bertanggung jawab penuh terhadap konten yang diposting di Instagramnya, seperti dipaparkan oleh Boyd bahwa media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana kontennya dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Boyd, 2009).

Komunitas freeletics bandung diinisiasi oleh delapan orang anak muda yang mempunyai visi misi mengajak teman-teman dekat untuk meningkatkan pola hidup sehat dengan berolahraga tanpa harus mengeluarkan biaya dengan memanfaatkan media sosial. Menurut Puntoadi (2011:1) media sosial merupakan media dengan fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang melakukan interaksi sosial dalam sebuah komunitas. Pada media sosial berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan menambah teman dapat dilakukan dalam bentuk tulisan, audio, maupun visual. Contohnya seperti Instagram, Facebook, Twitter, Path, dan lainnya.

Komunitas freeletics Bandung menjadikan Instagram sebagai platform utama dalam berkomunikasi dan penyebaran informasi. Hal ini memungkinkan untuk mengajak siapa saja yang

tertarik berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.



Gambar 8. Interaksi anggota dengan pengelola

Peran media sosial menurut Puntodi (2011:5) salah satunya adalah meningkatkan *brand awarness*, hal ini dimanfaatkan dengan baik oleh komunitas freeletics Bandung. Instagram selain berperan sebagai saran untuk berkomunikasi dan berdiskusi, juga dimanfaatkan sebagai media untuk meningkatkan popularitas yang dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah followers dan penawaran kerjasama dengan komunitas ini.

Puntodi juga menambahkan bahwa media sosial dapat menghubungkan banyak orang, juga menjadi sumber informasi, serta bersifat viral (Puntodi, 2011:19-21). Dalam hal ini media sosial Instagram juga memberi kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan hubungan sosial serta menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Dengan memanfaatkan fitur DM (*Direct Message*) pengguna dapat langsung berkomunikasi dengan pengelola Instagram.

Penggunaan media sosial khususnya Instagram oleh Komunitas Freeletics Bandung memberikan dampak positif, antara lain : (1) meningkatnya jumlah peserta latihan setiap minggunya, sebagian besar peserta merupakan follower instagram; (2) penyebaran informasi mengenai olahraga *street workout* yang dapat dijadikan olahraga alternatif yang mudah dan murah bagi kaum muda serta

para pekerja; (3) mengembangkan pola hidup sehat; (4) semakin dikenal oleh masyarakat sehingga menarik perhatian pihak luar untuk mengajak bekerja sama.

PENUTUP

Simpulan: media sosial saat ini semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Instagram sebagai salah satu platform media sosial, yang selalu meningkatkan fitur-fiturnya dimanfaatkan oleh komunitas ini sebagai media komunikasi untuk menyebarkan informasi mengenai latihan freeletics dan juga kegiatan lainnya yang dilakukan oleh komunitas ini. Hal ini berdampak cukup besar terhadap peningkatan jumlah member aktif yang datang untuk latihan, juga untuk keberlangsungan komunitas ini dengan banyaknya undangan kerjasama dari pihak luar.

Saran : media sosial memegang peranan penting dalam proses pertukaran informasi di komunitas ini, hendaknya pengelola dapat memanfaatkan fitur-fitur media sosial dalam hal ini instagram dengan lebih maksimal. Selain itu, pengelola juga dapat memperbaharui konten dari akun komunitas agar lebih interaktif dan dapat menarik lebih banyak sponsor untuk mengajak bekerja sama.

DAFTAR REFERENSI

- Boyd, Danah & Ellison, Nicole. 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Mediated Communication.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Diakses pada 29 Maret 2016
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lim, Merlyna, 2013. Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism In Indonesia. Journal of Contemporary Asia. Routledge. London.
- Moleong, Lexy, J. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media. Elex-Gramedia. 2011
- Safko, L., & Brake, D. K. 2009. *The Social Media Bible*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Shirkey, Clay. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without*
- Wright, D & Hinson M, 2009. *An Analysis of the Increasing Impact of Social and Other New Media on Public Relations Practice*. Institute for Public Relations.
www.instituteforpr.org

Sumber Lain :

www.wearesocial.com

www.instagram.com

www.apjii.or.id