

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara psikologi, kebutuhan manusia terbagi dalam beberapa tingkatan dari yang mendasar hingga kompleks, dan Abraham Maslow (1970) menjabarkan kebutuhan tersebut dalam lima tingkat, mulai dari kebutuhan fisik sebagai kebutuhan paling dasar hingga aktualisasi diri sebagai kebutuhan tertinggi. Maka demi memenuhi aspek-aspek dasar tersebut, manusia akan melakukan hal – hal yang bisa mewujudkan nilai – nilai tersebut. Jika kita tinjau dari kebutuhan paling dasar manusia yaitu kebutuhan fisik, manusia membutuhkan asupan gizi untuk fisiknya dan juga tentunya kesehatan tubuh menjadi salah satu hal yang penting dan juga mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia tersebut.

Kesehatan tentunya di mulai dari pola hidup yang sehat. Pentingnya gaya hidup sehat pada dewasa ini mulai diminati oleh masyarakat umum. Berbagai banyak cara bila seseorang ingin gaya hidupnya sehat, seperti dengan asupan makanan bergizi dan rajin olahraga. Karena olahraga adalah salah satu faktor untuk menunjang gaya hidup sehat dengan banyak fungsi dan manfaat yang didapatkan. Dengan berolahraga tiga sampai empat kali seminggu akan sangat bermanfaat bagi kesehatan jasmani dan rohani seseorang. Kegiatan olahraga sangat beragam; mulai dari olahraga Atletik, olahraga renang sampai berolahraga di *fitness center*.

Fitness Center adalah tempat dimana seseorang bisa melakukan banyak kegiatan berolahraga baik olahraga atletik, olahraga senam, berenang, *weight lifting*, olahraga *aerobic* dalam satu tempat. Dalam Bahasa Inggris *fitness center* berasal dari kata *fitness* dan *center*, yang dalam Bahasa Indonesia *fitness* artinya kebugaran dan *center* artinya pusat, jadi *fitness center* adalah pusat kebugaran.

Menurut Giriwijoyo (2004:36): “pusat kebugaran adalah suatu kegiatan dalam ruangan dengan menawarkan kegiatan olahraga dari yang tanpa menggunakan alat, sampai yang menggunakan alat-alat yang mahal dan canggih, yang diantaranya bertujuan prestasi.”

Kemudian Hanafi (1997:9) menjelaskan bahwa: “pusat kebugaran adalah tempat olahraga dalam ruangan yang menawarkan berbagai program latihan kebugaran dengan fasilitas dan peralatan yang mutakhir”.

Bahkan seiring waktunya berjalan bisnis tempat kebugaran sudah menjadi bisnis waralaba di ibu kota saja sekarang sudah banyak sekali tempat kebugaran yang sudah di waralabakan . Hal ini pun kemudian diakomodir dengan baik oleh beberapa investor dengan mendirikan berbagai jenis *fitness center* modern dengan segmentasi dan target pasar yang berbeda-beda dan beberapa *fitness center* yang telah menjadi *Franchise*.

Di Indonesia ada sangat banyak tempat – tempat *fitness*, mulai dari tempat *fitness* yang dibuka secara perorangan atau biasa di sebut dengan *fitness* rumahan hingga tempat *fitness* yang di bangun secara *global* dan biasa di anggap sebagai *fitness center* di Indonesia, beberapa *fitness center* di Indonesia adalah: *Celebrity Fitness*, *Gold’s Gym* dan *Fitness First*.



Gambar 1.1 Fitness First St. Moritz Lippo Mall Puri

Fitness First pertama kali dibangun pada tahun 1993 di kota tepi laut Bournemouth, Dorset. Yang secara sejarah dikenal sebagai pusat kesehatan dan kebugaran yang populer. Hingga saat ini *Fitness First* terus berkembang dan memegang market pasar dalam dunia kesehatan dan kebugaran, *Fitness First* memiliki klub kebugaran sebanyak 16 klub tersebar di seluruh dunia, di Asia, *Fitness First* turut memegang perananan besar, dicatat dari fitnessfirst.com, *Fitness First* memiliki total lebih dari 80 klub tersebar di seluruh Asia dengan jumlah anggota lebih dari 210.000 anggota. *Fitness First* adalah salah satu *fitness center* yang merupakan salah satu *fitness center* pertama di Indonesia. Di Indonesia, *Fitness First* telah dikenal sebagai *brand* yang dipercaya dengan fasilitas *fitness* yang berkualitas standar dunia. *Fitness First* adalah perusahaan global nomor satu dalam bidang kesehatan dan kebugaran dengan lebih dari 430 klub di seluruh dunia.

Di Jakarta sendiri, *Fitness First* memiliki 13 klub yang tersebar di bangunan komersial kelas A, *Fitness First* Indonesia pertama kali di bangun pada tahun 2005 di Jakarta, tepatnya di Mall Plaza Semanggi. *Fitness First* Indonesia pernah mengalami perubahan penting di tahun 2014, dimana *Fitness First* Indonesia melakukan *Re-Branding*. Hingga saat ini *Fitness First* terus memegang peran besar dan terus membangun dan mengekspansi, saat ini *Fitness First* telah memiliki sebelas klub yang tersebar di mal-mal ibu kota, seperti Grand Indonesia, Cibubur Junction, Pluit Village, Kemang Village, Lotte Shopping Avenue, Oakwood, Pacific Place, Pejaten Village, Plaza Semanggi, Senayan City, Taman Angrek, dan St. Moritz. Namun *Fitness First* Pluit Village resmi di tutup pada Oktober 2015. Dikutip dari marketeers.com, *Fitness First* secara global rela menggelontorkan dana senilai 20 juta poundsterling khusus untuk membuat silabus pengembangan staf. *Fitness First* Indonesia pun turut berinvestasi sekitar 3,5 juta poundsterling untuk meremajakan klub - klubnya. Hal itu dilakukan untuk memberikan servis terbaik kepada para anggota.



Gambar 1.2 Fitness First customer experience

Fitness First juga terus berupaya untuk mengembangkan segala aspek yang terkait dengan kebutuhan suatu tempat kebugaran atau *fitness center* dengan menyediakan jasa – jasa *Personal Trainer*. Seorang *Personal Trainer* (PT) adalah seseorang yang berpengaruh besar di lingkungan *fitness*, oleh karena itu sangat dibutuhkan seorang yang benar – benar paham akan kesehatan dan olahraga, *Personal Trainer* di *Fitness First* adalah semua *Trainer* terbaik yang telah tersertifikasi dan melalui ujian saringan yang ketat sebelum bisa menjadi seorang *Personal Trainer Fitness First*. Dimana sebagai seorang *Personal Trainer* harus mampu membantu dan mengawasi lokasi *fitness* dari terjadinya hal – hal yang tidak diinginkan di tempat *fitness*, karena beberapa alat berat di tempat *fitness* dapat dikategorikan cukup berbahaya bila tidak digunakan secara benar, membantu anggota untuk mencapai *target* dan *goals*, menjadi *partner member* dalam berolahraga dan membantu memberi semangat kepada *member*-nya.

Personal Trainer (PT) adalah seseorang yang akan memberikan *personal training* kepada seorang anggota yang menjadi *member*- nya. Latihan bersama seorang *Personal Trainer* di tempat *fitness* adalah latihan yang dilakukan secara pribadi, yaitu hanya antara sang *Personal Trainer* dan membeinya. Seorang *Personal Trainer* akan terus memotivasi klien nya dan menjaga agar klien tetap termotivasi, meningkatkan kemampuan klien secara teknis dan dalam hal berolahraga, memastikan hasil dari setiap latihan yang dilakukan dan memperkenalkan klien mengenai cara penggunaan dan pengoperasian alat – alat yang berada di *fitness* serta mengenalkan berbagai gerakan – gerakan olahraga baru dan juga seorang *Personal Trainer* diharapkan bisa membuat member

merasa nyaman saat berolahraga, seorang *Personal Trainer* juga dapat dianggap sebagai *partner* dalam berolahraga. Oleh karena hal itu, guna menciptakan latihan yang lebih terfokus dan efektif, seorang *Personal Trainer* dituntut agar bisa membangun relasi sebaik mungkin dengan member-nya dengan cara penggunaan komunikasi yang baik. Oleh karena hal tersebut, komunikasi yang terjalin antara *Personal Trainer* dengan *member* adalah hal yang sangat penting.

Interpersonal Communication (Wiryanto, 2005: 6) menjelaskan komunikasi sebagai “*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel* (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran)”

Secara konstektual, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain. Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lain berbeda-beda.

Menurut Joseph A.Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* (Devito, 1989:4), komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang- orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*).

Tan mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih. (Liliweri, 1991: 12).

Dengan penggunaan komunikasi antar pribadi yang baik antara *Personal Trainer* dengan *member*, maka akan menimbulkan reaksi timbal balik yang positif pula dari *member*, dan dari reaksi timbal balik itu akan menghasilkan sebuah komunikasi yang efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Personal Trainer menjadi salah satu ujung tombak bagi kesuksesan bisnis di *fitness center* atau pusat kebugaran selain program yang ditawarkan. Peran seorang *personal trainer* dalam sebuah *Fitness Center* adalah hal yang sangat penting, salah satunya untuk menjaga, membangun serta membuat relasi dan komunikasi yang baik dengan *member*.

Tidak terwujudnya pola komunikasi yang efektif antara *personal trainer* dengan *member* mengakibatkan berbagai permasalahan yang dapat mengganggu dan merusak *fitness center* tersebut.

Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2004 : 73).

Pentingnya suatu komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya

pergantian bersama (mutual understanding) dan empati. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia (Devito, 1997 : 231). Dan di dalam hubungan antara *Personal Trainer* dengan *member* juga terjadi dialog yang intens.

Sebagai upaya untuk meningkatkan komunikasi efektif antara personal trainer dengan member, *Fitness First* Puri Indah Mall terus melakukan upaya dan berbagai strategi komunikasi guna untuk mencapai *member goals* dan menjaga keanggotaan member tidak pindah ke *fitness center* lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan pokok yang diselidiki adalah bagaimana proses komunikasi Interpersonal PT dan member dalam menjaga hubungan komunikasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna untuk menganalisis Komunikasi Antar Pribadi yang di lakukan oleh *Personal Trainer dan Member* dalam menjaga hubungan baik hingga mencapai member goals, yaitu dengan tujuan spesifik sebagai berikut ini ;

- 1) mengetahui proses komunikasi yang terjadi antara *Personal Trainer* dan *member* melalui aspek *openness, routine talk, positivity, supportiveness, assertiveness, mediated communication, conflict management, dan humor*

1.5 Manfaat Penelitian

Sementara itu, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1) Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, teori – teori yang di dapat selama perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi antar pribadi dapat diterapkan dan dikembangkan pada pola dan gaya hidup yang sehat.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi Fitness First Indonesia khususnya Fitness First St. Moritz dalam mengatur komunikasi antar pribadi yang tepat agar dapat meningkatkan kualitas perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : OBJEK PENELITIAN

Terdiri dari Objek penelitian, sejarah *Fitness First*, Visi dan Misi *Fitness First*, dan Komunikasi antara *Personal Trainer* dan *Member*.

BAB 3 : TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari Komunikasi, pengertian komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi, komunikasi antarpribadi, pengertian komunikasi antarpribadi, jenis-jenis komunikasi antar pribadi, tujuan komunikasi antarpribadi, efektifitas komunikasi antarpribadi, peranan ciri dan sifat komunikasi antarpribadi, pola komunikasi, pengertian pola komunikasi, macam-macam pola komunikasi, pengertian *personal trainer*, *member goals* dan kerangka berpikir.

BAB 4 : METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari metode penelitian studi kasus, model penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, proses pengumpulan data, metode pengumpulan data, proses analisis data, dan metode analisis data.

BAB 5 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari hasil dan pembahasan yaitu pertanyaan wawancara, hasil wawancara, rangkuman hasil wawancara dan pembahasan.

BAB 6 : SIMPULAN DAN SARAN

Terdiri dari simpulan dan saran dari peneliti.