

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Begitu cepatnya kemajuan teknologi komunikasi berlangsung dari waktu ke waktu, telah memberi pengaruh terhadap cara-cara manusia berkomunikasi. Komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi berusaha menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya. Objek studi dengan sendirinya bukan hanya tentang komunikasi antar manusia, melainkan mencakup media massa, surat kabar, dan iklan (Canggara, 2001:33).

Komunikasi merupakan salah satu hal yang sangat vital dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini dapat terlihat dari kehidupan seorang manusia yang mulai dari sejak lahir hingga akhir hayat nya pasti akan terus berkomunikasi. Komunikasi memegang peran penting dalam kehidupan bersosial dan bermasyarakat. Tanpa adanya komunikasi, maka akan sangat mungkin timbul kesalah pahaman dalam memberi atau pun menerima pesanan atau informasi.

Internet adalah salah satu media yang baru digeluti oleh para pencari informasi. Baru dimanfaatkan di Indonesia pada tahun 1996. Seseorang yang mempunyai pesawat komputer dapat menyambungkannya dengan jaringan komputer lainnya lewat satelit. Perbedaannya dengan media massa lainnya adalah bahwa internet

dapat dibuat oleh orang perorang, bukan hanya oleh suatu lembaga yang bergerak dalam penyiaran informasi. Informasi yang dibuat seseorang dapat diketahui oleh orang banyak sepanjang ia mempunyai jaringan. Oleh sebab itu maka internet dapat dikategorikan sebagai media massa, untuk mengakses internet maka *user* akan masuk ke dalam halaman internet yang disebut dengan *website*. *Website* digunakan untuk mencari informasi atau data yang dibutuhkan oleh *user*.

Website yang juga dikenal *www* atau *web* merupakan sebuah system informasi yang dapat diakses melalui komputer lain secara cepat dan tepat. Sekarang ini *website* menggunakan metafora 'halaman' dan penggunaanya dapat membuka halaman per halaman hanya dengan mengklik mouse dengan menyorot kata atau letak sebuah halaman. Halaman yang berbeda tersebut bisa jadi ada di komputer yang berbeda di seluruh dunia. Perpindahan dalam *website* dibuat lebih sederhana bagi penggunaanya sejalan dengan perkembangan *software* untuk membaca *Web* seperti *Mozaik* dan *Netscape* (Severin dan Tankard: 2009:7).

Untuk itu *website* dianggap sebagai media informasi yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi karena khalayak dapat memperoleh informasi yang terdapat pada *website* secara langsung. Selain itu *website* dapat diakses dan dipergunakan ditempat manapun dan kapanpun. Terlebih lagi dengan semakin bergantungnya manusia terhadap koneksi internet, membuat semakin populernya *website* sebagai media informasi bagi khalayak saat ini. Begitu cepatnya kemajuan teknologi yang ada pada saat ini begitu menguntungkan bagi para penikmat informasi di dunia maya untuk mencari informasi menggunakan akses jaringan.

Tersedianya begitu banyak *website* yang ada menyajikan begitu banyak informasi yang di butuhkan khalayak.

Website Readyforfit merupakan *website* yang diluncurkan oleh Deddy Corbuzeir untuk membantu khalayak yang ingin mencoba menurunkan berat badannya (diet). *Website* ini merupakan panduan utama diet ala Deddy Corbuzeir yang diberi nama *OCD (Obsessive Corbuzier's Diet)*.

OCD pada awalnya merupakan singkatan dari *Obsessive-Compulsive Disorder* yang merupakan nama suatu penyimpangan kejiwaan yang ditandai dengan adanya gejala seperti kepanikan, kecemasan, tindakan berulang, dan hal-hal lain untuk mengurangi kepanikan tersebut. Intinya, OCD adalah semacam masalah kejiwaan dimana penderitanya memiliki kebiasaan rutin atau obsesi tertentu akan sesuatu. Namun oleh Dedy Corbuzier OCD diubah menjadi *Obsessive Corbuzier's Diet*, yaitu suatu metode diet yang dia ciptakan yang intinya menganjurkan puasa selama beberapa jam.

OCD atau *Obsessive Corbuzier's Diet* merupakan terobosan baru tentang cara diet atau mengurangi kelebihan berat badan yang akhir-akhir ini mendapat perhatian lebih dari khalayak. Deodatus Andreas Deddy Cahyadi Sunjoyo atau lebih dikenal sebagai Deddy Corbuzier merupakan orang yang mempopulerkan diet dengan cara baru tersebut. Deddy Corbuzier yang selama ini lebih dikenal sebagai seorang *mentalist*, di pertengahan tahun 2013 menciptakan diet ala Deddy yang dinamakan "*OCD*" atau *Obsessive Corbuzier Diet* yang berbasis pada teknik *Intermittent Fasting* digabungkan dengan latihan *HIIT (High Intensity Interval Training)*. Meskipun sebenarnya ini bukan teknik baru, tetapi menjadi

sangat populer di Indonesia berkat keberhasilannya mengubah penampilannya menjadi berotot dengan kadar lemak yang rendah.

Pada *Website Readyforfit* tersebut, dipaparkan secara jelas tata cara diet *OCD*. Penyampaian informasi dilakukan oleh pemilik *website* Deddy Corbuzier dengan bahasa sehari-hari yang mudah dimengerti. Terdapat pula tata cara pelaksanaan dengan peragaan berupa gambar-gambar yang tentu saja mempermudah para pengunjung *website* untuk memahami informasi yang disampaikan.¹ *Website* ini merupakan panduan utama diet ala Deddy Corbuzier yang diberi nama *OCD (Obsessive Corbuzier's Diet)* yang dapat diakses oleh khalayak secara gratis.

Sejak pertama kali diluncurkan pada pertengahan bulan Agustus tahun 2013, *website* ini telah diakses lebih dari dua juta copy dan telah di unduh sebagai media informasi bagi khalayak yang melaksanakan program diet.² Banyak masyarakat yang tertarik ingin mencoba diet ini, selain caranya mudah, diet ini juga mudah dijalani, beda dengan penerapan metode-metode diet yang lainnya yang mana diet *OCD* ini menganjurkan kita dapat makan sebanyak apapun dengan jam-jam tertentu, sedangkan metode diet yang lain menganjurkan agar kita makan sesering mungkin 6 x sehari dengan jumlah sedikit. Dalam *website readyforfit* dijelaskan pula bagaimana cara-cara penerapan tentang diet *OCD*.

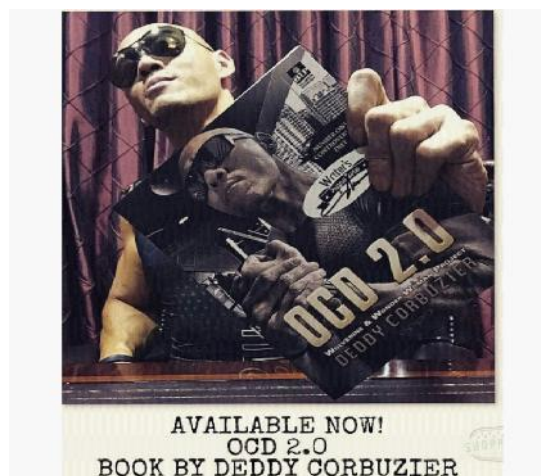
¹Corbuzier, Deddy. 2015. *www.Readyforfit.com*. 20 Mei 2015

²Arifiani, Septina. 2013. Diunggah pada 20 Mei 2015 <http://www.solopos.com/2013/10/04/tips-hidup-sehat-ocd-banyak-dipuji-ini-caranya-453633>



Gambar1.1 Halamanawalwebsite *www.readyforfit.com*

Dalam *website readyforfit* dijelaskan pula mengenai sistem aturan jendela makan, dan dari situ banyak masyarakat yang mulai mencoba diet OCD ini dan banyak respon positif yang diberikan oleh masyarakat. *Website readyforfit* yang berisi tentang informasi OCD ini merupakan media informasi yang menyajikan tentang OCD selain buku yang baru-baru ini diluncurkan,³ dan masih banyak masyarakat yang masih bingung mengenai diet OCD yang tidak dapat di jawab oleh informasi yang di sajikan pada *website*, sehingga perlu diketahui bagaimana peranan dari *website* ini dalam penyampaian media informasi tentang OCD.



Gambar 1.2 Halaman Buku OCD Karya Dedy Corbuzier

³Diunggah pada 20 Mei 2015. https://instagram.com/dedycorbuzier/#link_profile

Hasil prariset yang penulis lakukan pada Juni 2014, hanya terdapat satu komunitas OCD pada Facebook yang masih aktif dari beberapa komunitas yang ada yaitu Komunitas OCD Indonesia. Sejak didirikan awal tahun 2014 lalu Komunitas OCD Indonesia ini selalu bertambah-tambah anggota tiap bulannya, sampai tahun 2015 anggota Komunitas OCD Indonesia telah mencapai 10.265 anggota.⁴



Gambar 1.3 Halaman Grup Komunitas OCD Indonesia

Komunitas OCD Indonesia ini didirikan oleh akun Facebook bernama Erwan Fernandes yang merupakan pendiri sekaligus admin (*account administration*) dari grup Komunitas OCD Indonesia. Komunitas OCD Indonesia ini merupakan suatu wadah atau perkumpulan para pelaku OCD yang menjalankan pola diet OCD,

⁴Diunggah pada 20 Mei 2015. http://m2.facebook.com/pages/Komunitas-OCD-Indonesia/1421739978049517?refsrc=httpwww.facebook.compagesKomunitas-OCD-Indonesia1421739978049517&_rdr

dimana didalam komunitas tersebut para anggotanya dapat saling *sharing* informasi dan menanyakan segala hal yang berhubungan dengan OCD.

Secara teoritis, penelitian ini dilandaskan pada teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan *action*, maka pertama-tama mereka harus dibangkitkan perhatiannya (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator (Effendy, 2003: 305).

Para pelaku diet *OCD* mendapatkan informasi tentang cara pelaksanaan diet *OCD* hanya berasal dari *website readyforfit* dan juga buku yang baru-baru ini diluncurkan oleh Deddy Corbuzier. Tidak ada sumber informasi lain yang memberikan informasi mengenai diet *OCD*. Berdasarkan pemaparan diatas, penulis ingin mengangkat persoalan peran *website readyforfit* sebagai media informasi bagi para pelaku diet *OCD*. Alasan mengapa penulis memilih komunitas *OCD* sebagai objek penelitian karena diet *OCD* ala Deddy Corbuzeir ini banyak digunakan para anggota yang ada dikomunitas *OCD* untuk menurunkan berat badan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, pada usul penelitian ini penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu :

“Bagaimana peranan *Website Readyforfit (OCD)* sebagai media informasi dalam penurunan berat badan pada komunitas OCD Indonesia di Facebook?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah peranan *website Readyforfit (OCD)* sebagai media informasi terhadap program penurunan berat badan pada komunitas OCD Indonesia di Facebook.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penulisan ini yaitu :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengetahuan dan pengembangan Ilmu Komunikasi agar dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan Komunikasi Media Massa
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis dalam memberikan analisis dan informasi mengenai analisis *website* sebagai media informasi bagi penggunaannya sehingga dapat digunakan untuk penelitian berikutnya yang sejenis.