

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan olahraga di masyarakat Indonesia, khususnya di Jawa Barat sangat meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat-tempat yang menyelenggarakan kegiatan olahraga yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat partisipasi masyarakat untuk berolahraga (Nopembri, 2008), baik itu olahraga yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan maupun olahraga yang berorientasi pada prestasi. Berdasarkan Undang-undang No.3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional dijelaskan bahwa;" Ruang lingkup Olahraga di tanah air di kelompokkan kedalam 3 (tiga) kelompok, yaitu: Olahraga Pendidikan, Olahraga Rekreasi, dan Olahraga prestasi. Sehubungan dengan hal tersebut maka olahraga sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia yang diakui oleh negara atau dengan kata lain olahraga sudah menjadi hak azasi setiap warga negara".

Pentingnya olahraga sudah sangat dirasakan serta menjadi bagian integral dalam pola hidup sehat manusia. Di samping itu, olahraga merupakan suatu aspek penting dalam kehidupan masyarakat khususnya dalam hal menjalin hubungan antara individu dengan individu, individu dengan masyarakat (Nopembri, 2008) yang pada gilirannya akan membentuk budaya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Lawrence (2005:1) bahwa, "*Sports are clearly more important than ever to both the individual and society in economic, cultural, and financial terms*". Sedangkan Coakley (2001:9) menyatakan bahwa, "*sports clearly are an*

important part of cultures and societies around the world". Olahraga secara jelas merupakan bagian penting dari budaya dan masyarakat di seluruh dunia. Hubungannya dengan kebudayaan, Coakley (2001:3) lebih lanjut menjelaskan bahwa, "*sports are cultural practices that differ from place to place and time to time*". Artinya, olahraga merupakan praktik budaya yang berbeda dari tempat ke tempat dan waktu ke waktu. Beberapa pernyataan tersebut menggaris bawahi pentingnya olahraga dalam aspek-aspek kehidupan manusia termasuk budaya yang akan berbeda seiring dengan perubahan tempat dan waktu.

Olahraga merupakan sebuah fenomena sosial-budaya yang perlu untuk dipahami dan dipelajari. Hal ini dikarenakan olahraga secara budaya telah melekat kuat dalam diri individu dan masyarakat. Coakley (2001:2) menekankan bahwa, "*sports are more than just games and meets; they are also social phenomena that have meanings that go far beyond scores and performance statistic*". Olahraga bukan hanya sekedar permainan dan pertandingan tetapi juga merupakan sebuah fenomena sosial yang memiliki makna lebih jauh dari sekedar angka dan penampilan. Olahraga menunjukkan tiga pola, yaitu: merefleksikan budaya dan masyarakat, mempertebal perbedaan sosial, dan merupakan sebuah wahana untuk konflik sosial (Freeman, 2001:41-42). Olahraga merupakan produk sosial dan budaya yang memiliki makna nyata bagi individu, komunitas, dan masyarakat secara umum (Maguire *et al*, 2002:168). Lebih lanjut Maguire mengungkapkan bahwa "*. . . through sport we can begin to understand societies, nations, and communities*". Artinya, memahami masyarakat, komunitas, dan bangsa dapat dimulai melalui olahraga. Olahraga merupakan produk sosial dan budaya yang

dapat dipelajari, dipahami, dan dicermati melalui pendalaman secara detail pada individu dan masyarakat terhadap kontak-kontak sosial yang mereka lakukan dalam lingkup perilaku olahraganya.

Saat ini, masyarakat telah menyadari arti pentingnya olahraga bagi kehidupannya, artinya olahraga telah memegang peranan tersendiri di hati masyarakat. Oleh karenanya, banyak pengelola di bidang bisnis yang tertarik memasukan bidang olahraga sebagai komoditi bisnis, salah satunya yaitu media masa; yang di dalamnya termasuk majalah, buku, radio, surat kabar, dan televisi mempunyai pengaruh yang luas terhadap perilaku masyarakat (farid, 2004:2). Saat ini, media masa banyak menyajikan berita-berita atau informasi-informasi yang membahas olahraga yang dikemas secara menarik dan kreatif seperti sepak bola piala eropa, bulu tangkis piala Sudirman dan piala Uber. Parkhouse (1998:118) dalam farid (2004:5) mengemukakan bahwa, “perkembangan olahraga melalui media masa mempunyai pengaruh signifikan terhadap peningkatan prestasi, pembelajaran, pengembangan minat dan bakat serta peningkatan pendapatan devisa negara atau taraf ekonomi di suatu negara.”

Keterkaitan antara olahraga dan media masa memang tidak terlihat secara langsung. Coakley (1986:82) dalam farid (2004:3) menegaskan bahwa “tidak ada ketergantungan antara kegiatan olahraga dengan media massa. Karena meski bagaimanapun juga, kesuksesan dari kegiatan olahraga tersebut hanya terletak pada kesuksesan dari entertainmenya itu sendiri.”

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, penulis beranggapan bahwa media massa memang benar tidak secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan

prestasi olahraga, adapun kontribusi media massa adalah sebagai sumber informasi yang dapat menumbuhkan minat, sikap, dan perilaku berolahraga masyarakat.

Di Indonesia, hampir seluruh stasiun televisi banyak memberitakan tentang kegiatan olahraga yang ada di tanah air maupun kegiatan olahraga yang ada di mancanegara seperti Liga Inggris, liga Italia, liga Jerman, liga Spanyol, NBA, Lensa Olahraga, Sport corner, dan spirit football, serta one stop football. Di samping itu, banyak iklan yang ditampilkan di televisi berisi tentang olahraga seperti iklan kegiatan-kegiatan olahraga, pelaku olahraga, sampai produk-produk di bidang olahraga. Berkaitan dengan iklan yang ada di televisi khususnya mengenai produk di bidang olahraga penulis lebih memfokuskan pada penayangan iklan sport drink seperti Ekstra Joss, Pocari Sweat, Kratingdaeng, Isotonik, Mizone, Vitazone, gatorade, Hemaviton energy drink, M150, Bee Jely, dan Kuku bima ener-G.

Sport drink merupakan suatu minuman yang didesain untuk menunjang aktivitas olahraga sehingga mampu menampilkan performa yang maksimal, artinya bahwa sport drink sebagai instrumen penyeimbang tubuh untuk selalu fit tanpa mengalami dehidrasi selama berolahraga (Scott, 1996). Seorang individu memerlukan minuman sebelum, selama dan setelah berolahraga agar kondisi tubuhnya selalu seimbang /homeostasis (Giriwjoyo, 2007). Sport drink ini sangat berhubungan dengan konsumsi energi, jenis olahraga, serta tujuan yang ingin dicapainya. Artinya konsumsi sport drink untuk setiap individu sangat berbeda

tergantung dari berapa energi yang dikeluarkannya, jenis olahraga, serta tujuan yang hendak dicapai ketika meminum sport drink tersebut.

Sementara itu, sekarang ini terjadi kesalahpahaman atau anggapan yang tidak benar di masyarakat mengenai penggunaan sport drink (*sport Drink*). Seperti halnya penggunaan makanan dan minuman dalam jumlah yang besar, seperti penggunaan pospat, kafein, madu dengan kadar gula tinggi yang dikonsumsi sebelum berolahraga dapat meningkatkan stamina untuk penampilan (Gunawan, 2000). Dalam penjelasan Direktorat Bina Gizi Masyarakat (1997:18), secara teori penggunaan minuman dengan kadar gula lebih dari 2,5 % minimal 1 jam sebelum atau pada saat berolahraga dapat merugikan penampilannya, yaitu dapat menyebabkan terjadinya hipoglikemik (pusing, mual dan muntah).

Kesalahpahaman ini didukung dengan maraknya informasi melalui iklan yang mempromosikan berbagai produk sport drink. Berbagai macam cara dilakukan oleh *produsen* untuk menarik perhatian konsumennya. Salah satu diantaranya menampilkan model bintang olahraga terkenal (*endorsement*) yang seolah-olah bintang olahraga tersebut sukses setelah mengkonsumsi sport drink yang diminumnya. Dengan berbagai strategi penawaran iklan yang menggiurkan tersebut, memberi pengaruh pada masyarakat khususnya pada mahasiswa olahraga di perguruan tinggi. Hasil wawancara penulis kepada beberapa orang mahasiswa olahraga yang berada di STKIP Pasundan tentang konsumsi sport drink menunjukkan bahwa, "para mahasiswa cenderung mengkonsumsi sport drink karena ingin sukses seperti bintang idolanya, sehingga pada saat sebelum, selama dan sesudah berolahraga mengkonsumsi sport drink merupakan suatu kebutuhan

dan keharusan.” Anggapan tersebut merupakan faktor psikologis seseorang terhadap kepercayaan pada sesuatu hal yang dapat merubah atau membuat dirinya menjadi lebih nyaman atau kepercayaan dirinya meningkat. Seperti halnya seseorang yang beranggapan pada sport drink yang dapat merubah dirinya menjadi hebat atau kuat bila mengkonsumsinya.

Di kalangan mahasiswa olahraga, pemahaman tentang keberadaan sport drink sangat beragam. Sebagian mahasiswa mengkonsumsi sport drink kerana terpengaruh oleh maraknya iklan dan promosi yang ditawarkan. Di pihak lain tidak sedikit mahasiswa yang mengkonsumsi minuman tersebut dengan dilatarbelakangi pemahaman yang cukup memadai tentang kandungan nutrisi yang terdapat pada minuman tersebut.

Belum adanya penelitian yang membuktikan bahwa sport drink merupakan instrumen untuk meningkatkan prestasi dalam berolahraga di kalangan mahasiswa menjadi suatu pendorong bagi penulis untuk melakukan penelitian ini. Khususnya untuk memberikan sarana edukasi bagi mahasiswa dalam hal penggunaan sport drink. Berdasarkan uraian diatas, penggunaan sport drink merupakan suatu masalah yang perlu dikaji dan dipecahkan. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada anggota UKM olahraga di perguruan tinggi Jawa Barat dengan penyebaran angket yang diharapkan akan mampu menjawab permasalahan yang terjadi di lapangan.

B. Identifikasi Masalah

Beragamnya berbagai produk minuman berolahraga mengidentifikasi bahwa makin tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk ini. Di samping itu, proses pengemasan dan pembentukan citra (*Brand image*) produk minuman berolahraga yang menggunakan media cetak dan elektronik sangat menarik untuk diikuti. Dalam hal ini orang yang mengkonsumsi produk sport drink seolah-olah sebagai orang yang bugar, sehat, dan percaya diri. Sekalipun belum adanya fakta empirik yang membuktikan bahwa sport drink dapat menjadikan sehat dan bugar. Oleh karena itu, perlu kiranya ada semacam perhatian terhadap permasalahan ini, karena apabila tidak ada perhatian terpadu maka akan berakibat pada timbulnya persepsi masyarakat bahwa dengan hanya mengkonsumsi sport drink orang akan sehat dan bugar sehingga berakibat pada menurunnya minat masyarakat untuk melakukan aktivitas olahraga.

Penelitian ini berorientasi pada bagaimana sikap pengguna dan bukan pengguna sport drink dalam olahraga di lingkungan atlet mahasiswa anggota UKM Olahraga di Perguruan tinggi Jawa Barat?

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi pertanyaan khusus pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah profil sikap atlet mahasiswa pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat?
2. Bagaimanakah profil sikap atlet mahasiswa bukan pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat?

3. Adakah perbedaan profil sikap mahasiswa pengguna dan bukan pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga Perguruan tinggi se-Jawa Barat?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang penulis rumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengungkap profil sikap atlet mahasiswa pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat.
2. Mengungkap profil sikap atlet mahasiswa bukan pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat.
3. Mengungkap perbedaan profil sikap pengguna dan bukan pengguna sport drink pada atlet mahasiswa di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara khusus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang maksimal dalam memperkaya dan mengkaji olahraga sebagai fenomena sosial yang berupaya mempertautkan teori-teori sosial dengan isu-isu sosial dalam olahraga, Secara teoritis penelitian ini ingin menemukan dan menggambarkan serta menganalisis kecenderungan atlet mahasiswa anggota UKM Olahraga di Perguruan tinggi se-Jawa Barat dalam mengkonsumsi sport drink selama berolahraga. Nuansa pengembangan ilmu keolahragaan sangat memerlukan berbagai penelitian yang spesifik dan relevan dalam kajian sub-disiplinnya

sehingga penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari pengembangan yang dimaksud.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memberikan pencerahan bagi masyarakat umumnya dan atlet mahasiswa di perguruan tinggi khususnya dalam mengkonsumsi sport drink. Secara spesifik penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

a. Penulis

Dengan adanya penelitian ini, penulis bisa mendapatkan gambaran mengenai kecenderungan atlet mahasiswa anggota UKM Olahraga di perguruan tinggi se-Jawa barat terhadap penggunaan sport drink dalam berolahraga. Juga menjadi tambahan pengalaman dan wawasan yang bisa dijadikan bekal di masa depan.

b. Pelaku Olahraga.

Sebagai masukan bagi para pelaku olahraga atau masyarakat secara umum mengenai penggunaan sport drink pada saat bertanding atau berolahraga.

c. Lembaga

Khususnya bagi STKIP PASUNDAN sebagai lembaga pendidikan olahraga yang berperan dalam melahirkan sarjana dan pakar olahraga serta memberikan masukan dan pegangan bagi mahasiswa.

F. Definisi Operasional

Untuk memperjelas dan menghindari salah penafsiran terhadap istilah dalam penelitian ini, penulis kemukakan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Sport drink

Sport drink biasa dikonsumsi seseorang untuk memenuhi kebutuhan energi selama melakukan olahraga, dan diyakini dapat memberikan perubahan dan membantu pada penampilannya. Menurut Irianto dkk. (1997:29) : “minuman ini sering disebut sebagai “*sport drink*” biasanya digunakan pada olahraga *endurance* (daya tahan) untuk memenuhi kebutuhan karbohidrat”. Hal ini juga dijelaskan Clark dalam Mettylantia, (2001:106) bahwa , ”Sport drink digunakan sebagai cairan pemulih setelah melakukan aktivitas atau latihan yang cukup berat.” Minuman ini mengandung karbohidrat tinggi tetapi sedikitnya ada vitamin atau mineral yang terkandung di dalamnya.

2. Batasan Sport drink

Sport drink dalam penelitian ini dibatasi hanya sport drink (sport rink) yang tersedia dan banyak dikonsumsi oleh atlet mahasiswa olahraga seperti *pocari sweat*, *mi-zone*, *isotonik*, hal ini didasari kepada hasil survey sementara di lapangan bahwa jenis-jenis minuman tersebut banyak dikonsumsi oleh para mahasiswa olahraga.

3. Kriteria pemakai sport drink

agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam penentuan subjek penelitian yang diasumsikan sebagai pengguna minuman olahraga selama berolahraga, maka berikut ini adalah kriteria pemakai sport drink, yaitu:

- a. Mahasiswa olahraga yang masih aktif kuliah dan aktif di UKM olahraga yang telah dipilih sebagai subjek penelitian;
 - b. Para mahasiswa tersebut mengetahui dan memahami manfaat sport drink selama berolahraga;
 - c. Mahasiswa tersebut selalu menggunakan sport drink selama berolahraga seperti pocari sweat, mizone, isotonik
- ### 4. Sikap

Sikap menurut Rensis Likert (1932) dalam Saifudin (1995:5) mengemukakan bahwa "sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan terhadap suatu objek". Sarwono (2006:569) menegaskan "sikap merupakan penggabungan fungsi afektif-emosi dan perasaan-kedalam model manusia sebagai pengolah informasi sosial". Berdasarkan pendapat tersebut, sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Cara-cara yang dipakai dalam merespon objek terdiri atas dua macam yaitu positif dan negatif (Saifudin,1995:5). Jadi profil sikap dalam penelitian ini adalah keadaan komponen kognitif, afektif, dan konatif dalam memahami, merasakan dan berperilaku. Hal ini sesuai dengan yang dikutip dari Azwar (1995: 5) bahwa "sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif

yang saling berinteraksi satu sama lain dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap suatu objek”.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi mempunyai peranan yang penting dalam suatu penelitian karena asumsi merupakan suatu model atau pola dalam menyusun penelitian. Menurut Supriadi (1998:12) mengemukakan bahwa paradigma penelitian adalah “suatu pandangan mendasar suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi pokok permasalahan yang mestinya dipelajari”. Sementara itu Bogdan dan Biklen (1990:37) dalam Rustandi (2006:16) “mengemukakan asumsi sebagai kumpulan dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proporsi yang diintegrasikan secara logis untuk mengarahkan pemikiran dan jalannya penelitian”.

Rumusan asumsi dalam penelitian ini adalah:

1. Perilaku seseorang dapat ditentukan oleh sikapnya, dengan kata lain kecenderungan seseorang dalam bertindak dapat dilihat dari sikapnya. Sikap mencakup pengetahuan, keyakinan, dan segala informasi yang diterima dan dipahami seseorang mengenai suatu objek. Menurut teori *stimulus-respons* yang dijelaskan Sarwono (1983:20) bahwa : “Sikap adalah kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu kalau ia menghadapi suatu rangsangan tertentu”.
2. Krech, Cruthchfield dan Ballachey (dalam Subarjah, 2000:12) menjelaskan bahwa :

Sikap berhubungan dengan komponen ; “*evaluation*”, “*emotional feeling*” dan “*action tendency*”. Apabila ditelaah lebih mendalam maka evaluasi berhubungan dengan aspek evaluasi tidak dapat dilepaskan dengan aspek kognitif, emosi yang berhubungan dengan perasaan, dan kecenderungan berbuat berhubungan dengan aspek konatif atau kemauan berbuat.

3. Ibrahim (2001:20) mengemukakan bahwa “Sikap itu terdiri atas tiga unsur yaitu pengetahuan, reaksi emosi, dan kecenderungan untuk bertindak”. Teori ini juga dipertegas Secord dan Backman dalam Azwar (2003:5) bahwa, “Sikap yaitu keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya”.
4. Menurut Irianto dkk. (1997:29) : “Minuman ini sering disebut sebagai “*sport drink*” biasanya digunakan pada olahraga daya tahan (endurance) untuk memenuhi kebutuhan karbohidrat”. Hal ini juga dijelaskan Clark dalam Mettylantia, (2001:106) bahwa : Sport drink digunakan sebagai cairan pemulih setelah melakukan aktivitas atau latihan yang cukup berat. Minuman ini mengandung karbohidrat tinggi tetapi sedikitnya ada vitamin atau mineral yang terkandung di dalamnya.
5. Penelitian yang dimuat di International Journal of Sport Nutrition and Exercise (2003) dikutip dari <http://masenchipz.com/khasiat-sport-drink> menunjukkan bahwa:

Pengonsumsi soft drink yang mendapat tambahan karbohidrat dan protein mempunyai ketahanan tubuh untuk berolahraga 36,5 persen lebih lama, dibandingkan dengan mereka yang mengonsumsi sport drink yang hanya ditambah karbohidrat.

Lousie Burke (2006) menegaskan manfaat dari sport drink yaitu: *“the benefits of Supplements are directly enhance sport performance, then can optimise daily training, enhance athletic performance, maintain/rstore health, and immune function”*. Berdasarkan pendapat tersebut, maka jelas bahwa suplemen atau sport drink sangat berguna dalam olahraga khususnya dalam rangka meningkatkan performa selama olahraga, meningkatkan daya tahan tubuh, serta menjaga dan mengembalikan kesehatan.

6. Sebuah penelitian tentang efek rehidrasi minuman isotonik (sport drink) dan olah raga pada pembentukan batu saluran kemih telah dilakukan oleh Abreu NP et al pada tahun 2005 dikutip dari <http://www.medicalera.com>. Abreu mengemukakan bahwa:

“Kandungan sodium (garam) dalam minuman isotonik secara tidak langsung meningkatkan jumlah konsumsi garam perhari kita. Hal ini dapat menyebabkan perubahan metabolisme kearah yang merugikan, yakni memudahkan terbentuknya batu ginjal, seperti contohnya : peningkatan PH, deposit kalsium dan penurunan ekskresi sitrat dan sistin.

Penelitian ini disamping menyadarkan kita bahwa minuman isotonik tidak sepenuhnya bermanfaat, juga secara tidak langsung mengoreksi pemahaman yang beredar selama ini bahwa minuman isotonik hanya berbahaya bagi mereka yang tidak melakukan aktivitas fisik rutin. Objek penelitian ini adalah tikus Wistar yang telah dibuat beraktivitas fisik rutin seperti yang telah dijelaskan diatas, dan tetap saja hasilnya terdapat proses pembentukan batu pada kandung kemih mereka. Jadi jelas bahwa, bahkan seorang atlet-pun,

yang rutin beraktivitas fisik, harus berhati-hati dalam mengonsumsi minuman isotonik.

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan beberapa asumsi tersebut di atas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Profil sikap mahasiswa pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat dalam kategori cukup
2. Profil sikap mahasiswa bukan pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat dalam kategori cukup
3. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan profil sikap mahasiswa antara atlet mahasiswa pengguna dan bukan pengguna sport drink di lingkungan UKM olahraga perguruan tinggi se-Jawa Barat.