

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Kapitalisasi Industri Olahraga Sebagai Kegiatan Pemberdayaan Perempuan

Ketersediaan ruang untuk beraktivitas fisik bagi perempuan secara aman dan nyaman tanpa adanya intervensi atau gangguan di Indonesia ini memang sulit untuk ditemukan. Dalam beberapa dekade terakhir, olahraga berkembang tidak hanya sebagai ajang kompetisi fisik, tetapi juga sebagai sarana untuk pemberdayaan sosial dan ekonomi, terutama bagi perempuan. Kapitalisasi olahraga dalam konteks pemberdayaan perempuan merujuk pada pemanfaatan potensi olahraga untuk meningkatkan posisi sosial, ekonomi, dan psikologis perempuan dalam masyarakat. Salah satu contoh nyata dari kapitalisasi ini adalah kegiatan olahraga yang dirancang khusus untuk perempuan, seperti ajang lari Women's 10K yang diselenggarakan oleh AIA Indonesia. Kegiatan semacam ini tidak hanya mendorong perempuan untuk menjaga kesehatan fisik, tetapi juga memberikan ruang bagi mereka untuk menunjukkan kemampuan, memperkuat solidaritas, serta meraih prestasi yang bisa meningkatkan rasa percaya diri dan menantang stereotip gender yang selama ini membatasi peran perempuan dalam berbagai aspek kehidupan.

Olahraga, terutama yang berbasis partisipasi massal, telah terbukti menjadi salah satu alat efektif untuk mendorong kesetaraan gender. Dalam banyak budaya, olahraga dianggap sebagai ruang yang eksklusif bagi laki-laki, tetapi melalui berbagai inisiatif yang dirancang untuk memberdayakan perempuan, stigma ini mulai terpecah. Kegiatan seperti Women's 10K memberikan platform bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam aktivitas fisik dengan cara yang lebih

inklusif dan mendukung. Selain itu, olahraga juga menciptakan ruang untuk perempuan agar dapat membangun jaringan sosial yang lebih luas, yang penting untuk memperkuat posisi mereka di dalam masyarakat. Sebagai contoh, perempuan yang berpartisipasi dalam kegiatan seperti Women's 10K tidak hanya mendapatkan manfaat fisik, tetapi juga dapat membangun komunitas yang saling mendukung, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengembangan kepercayaan diri dan kapasitas sosial mereka (Fink, 2015).

Kapitalisasi olahraga dalam pemberdayaan perempuan juga dilihat dalam dimensi ekonomi, terutama dalam menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kemandirian finansial perempuan. Dunia olahraga kini telah berkembang menjadi industri yang besar, dengan perempuan sebagai bagian integral dari pasar yang terus tumbuh. Dari peran sebagai atlet, pelatih, hingga pengelola kegiatan, perempuan semakin dilibatkan dalam industri olahraga, yang pada gilirannya membuka akses pada peluang ekonomi. Inisiatif seperti Women's 10K tidak hanya memberikan kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam olahraga, tetapi juga membuka peluang untuk mereka mengembangkan diri dalam dunia profesional olahraga, seperti menjadi pelatih, *event organizer*, atau *influencer* olahraga. Dengan semakin banyaknya perempuan yang terlibat dalam olahraga, baik sebagai peserta maupun profesional, terjadi perubahan dalam struktur industri olahraga yang semakin mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi perempuan (Coakley, 2011).

Selain dari sisi ekonomi, olahraga juga berperan penting dalam memberdayakan perempuan secara psikologis. Partisipasi dalam kegiatan olahraga dapat meningkatkan kesehatan mental, memberikan rasa pencapaian, serta

memperkuat identitas diri. Dalam konteks perempuan, olahraga seringkali menjadi sarana untuk mengatasi tantangan terkait citra tubuh dan stereotip gender. Keikutsertaan perempuan dalam olahraga, terutama dalam ajang yang diselenggarakan untuk mereka, memberikan mereka kesempatan untuk meredefinisi peran mereka dalam masyarakat. Dengan melawan ketidaksetaraan yang ada, olahraga juga berfungsi sebagai sarana untuk merayakan kekuatan fisik dan mental perempuan. Banyak studi yang menunjukkan bahwa perempuan yang aktif dalam olahraga cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi dan memiliki rasa percaya diri yang kuat (Eime *et al.*, 2013). Kegiatan seperti Women's 10K bukan hanya tentang berlari, tetapi tentang merayakan pencapaian pribadi dan memperlihatkan kepada dunia bahwa perempuan mampu meraih lebih.

Di sisi lain, kapitalisasi olahraga dalam pemberdayaan perempuan juga berhubungan dengan aspek sosial-politik yang lebih luas. Olahraga seringkali digunakan sebagai alat untuk mendobrak batas-batas sosial yang menghalangi perempuan untuk berkembang. Misalnya, dalam banyak budaya, peran perempuan dalam olahraga tradisional sangat terbatas, tetapi dengan adanya kegiatan-kegiatan yang diikuti oleh banyak peserta, diharapkan akan ada perubahan pola pikir masyarakat tentang peran perempuan secara keseluruhan. Olahraga, dengan segala popularitas dan jangkauannya, memberikan platform yang memungkinkan perempuan untuk menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi yang sama dengan laki-laki, baik dalam hal fisik maupun intelektual. Ini menjadi salah satu bentuk revolusi sosial yang tidak hanya mengubah cara perempuan dilihat, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam kehidupan sosial dan politik (Walesth, 2010).

Dari penjabaran di atas, tetap saja pada hakikatnya kapitalisasi olahraga sebagai sarana pemberdayaan perempuan tidak lepas dari tantangan. Dalam banyak kasus, meskipun ada inisiatif untuk mempromosikan kesetaraan gender dalam olahraga, ketidaksetaraan masih terjadi dalam berbagai aspek, mulai dari akses fasilitas hingga representasi media. Oleh karena itu, penting bagi inisiatif seperti Women's 10K untuk terus menjadi contoh nyata dalam memperjuangkan kesetaraan gender. Selain itu, penting juga untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya keberagaman dalam dunia olahraga dan mengedukasi masyarakat tentang manfaat olahraga bagi pemberdayaan perempuan. Hanya dengan pendekatan yang menyeluruh, baik dari sisi kebijakan, fasilitas, maupun budaya, kapitalisasi olahraga dapat benar-benar memberdayakan perempuan dan memberikan dampak yang lebih luas dalam kehidupan mereka (Hargreaves, 2010).

2.2 Kampanye Pemberdayaan Perempuan Women's 10K

Women's 10K merupakan kampanye yang digagas oleh AIA Indonesia dengan tajuk AIA Vitality Women's 10K. Maksud digagasnya Women's 10K ialah agar menjadi platform atau wadah untuk mengarahkan perempuan dari segala usia, bentuk, dan kecepatan untuk mau bergerak dan beraktivitas bersama, dalam rangka meningkatkan jumlah perempuan aktif di Indonesia. Hal ini tentunya selaras dengan visi dan misi AIA untuk mendorong jutaan keluarga di Indonesia untuk hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik, salah satunya dengan cara aktif bergerak.

Seperti namanya, Women's 10K adalah ajang lari yang diperuntukkan khusus bagi perempuan dengan jarak tempuh 10 kilometer. Pada tahun 2024, kegiatan Women's 10K ini menjadi yang kelima digelar dan tahun ini

diselenggarakan di Kota Solo, setelah tahun sebelumnya digelar di Jakarta. Acara ini merupakan acara tahunan yang diselenggarakan bertepatan dengan perayaan International Women's Day (Hari Perempuan Sedunia) yang jatuh pada tanggal 8 Maret. Women's 10K sendiri lahir pada tahun 2020 lantaran dilatarbelakangi oleh keresahan akan minimnya partisipasi perempuan dalam olahraga, khususnya olahraga lari. Melalui Women's 10K, AIA ingin mengajak perempuan untuk dapat memberdayakan diri mereka dan mencoba melakukan sesuatu dimulai dari olahraga lari. Dikhususkan bagi perempuan karena perempuan sering kali menjadi korban atas stereotip gender yang membatasi mereka untuk berdaya di banyak aspek kehidupan.

Sejarah berdirinya Women's 10K sendiri digagas oleh konsorsium dari empat perusahaan yang terdiri dari Blisted, Synchro ID, Pandara Sports, dan Sana Studio, yang memang sudah berpengalaman menyelenggarakan kegiatan lari. Keresahan yang muncul karena data partisipasi perempuan dalam olahraga hanya mencapai sekitar 30% menjadi latar belakang keempat perusahaan ini memutuskan untuk menggagas Women's 10K. Olahraga lari dipilih dari sekian banyaknya olahraga yang bisa dilakukan oleh perempuan lantaran bagi penyelenggara, untuk berlari tidak membutuhkan persiapan alat-alat yang banyak dan mahal, sehingga memudahkan perempuan untuk memulainya. Mengenai panjangnya rute, yaitu 10km, dipilih karena penyelenggara menilai bahwa jarak 10km adalah jarak yang ideal bagi perempuan untuk dapat merasakan pengalaman diberdayakan sebagai perempuan.

Sejauh ini, Women's 10K melakukan kampanye pemberdayaan perempuan melalui platform Instagram @womens10k dengan mengunggah berbagai konten bermuatan narasi pemberdayaan perempuan dalam ranah olahraga, meliputi kesehatan, wawasan terkait olahraga, dan informasi tentang kegiatan lari yang diselenggarakan Women's 10K. Untuk saat ini, Instagram Women's 10K telah mengunggah sebanyak 599 unggahan, dan memiliki pengikut sebanyak 11,4 ribu pengikut. Women's 10K juga memiliki kegiatan rutin mingguan yang diselenggarakan di berbagai kota, yaitu *Sunday Morning Run*, tetapi pesertanya diperuntukkan bagi umum atau semua gender. Meski demikian, tetap saja tujuan utamanya adalah untuk mengkampanyekan pemberdayaan perempuan pada seluruh elemen masyarakat, sehingga diharapkan partisipasi perempuan dalam ranah olahraga semakin meningkat. Selain itu, Women's 10K juga banyak mengajak *influencer* olahraga lari untuk menjadi *brand ambassador* yang ikut serta menyebarkan materi kampanye Women's 10K sekaligus menjadi wajah Women's 10K agar publik tertarik untuk turut mengambil peran menjadi bagian dari kegiatan Women's 10K. Pemilihan *influencer* olahraga lari juga didasarkan pada kesesuaian antara nilai *influencer* dengan nilai yang ingin direpresentasikan oleh Women's 10K sendiri.

Tema Women's 10K 2024 adalah *#RiseUpThePlayground* yang mana menggambarkan ajakan untuk memberdayakan perempuan melalui olahraga dengan mengubah ruang dan narasi yang ada di sekitar partisipasi perempuan dalam kegiatan fisik. "Playground" dalam konteks ini bukan hanya berarti arena fisik seperti lapangan olahraga, tetapi meluas pada ruang sosial dan mental di mana

perempuan dapat menantang batasan-batasan tradisional yang membatasi peran dan potensi mereka. Dengan mengusung tema ini, Women's 10K mengajak perempuan untuk “bangkit” dan mengambil kendali atas kehidupan mereka, baik secara fisik, mental, maupun sosial, serta untuk memperjuangkan hak mereka untuk memiliki ruang yang aman, nyaman, dan setara dalam dunia olahraga. Ini sejalan dengan semangat pemberdayaan yang menekankan pentingnya memberikan perempuan kesempatan yang sama untuk berkembang dan menunjukkan potensi mereka tanpa diskriminasi atau hambatan gender.

Relevansi tema *#RiseUpThePlayground* dalam pemberdayaan perempuan sangat kuat, karena olahraga seringkali menjadi sarana yang efektif untuk meruntuhkan stereotip gender dan membuka kesempatan bagi perempuan untuk meraih prestasi. Dalam praktiknya, kampanye ini mendorong perempuan untuk mengatasi rasa takut, kekhawatiran, dan rasa rendah diri yang kerap muncul karena tekanan sosial atau ekspektasi gender. Implementasi tema ini tercermin dalam bagaimana Women's 10K bukan hanya mengajak perempuan untuk berlari, tetapi juga mengajak mereka untuk berani tampil, mengambil posisi, dan menciptakan ruang bagi diri mereka sendiri. Kampanye ini menjadi simbol bahwa ruang olahraga, yang seringkali didominasi oleh laki-laki, juga milik perempuan, dan mereka berhak untuk “mendaki” dan meraih pencapaian tanpa dibatasi oleh norma-norma sosial yang sempit. Melalui aksi ini, perempuan dapat merasakan peningkatan rasa percaya diri, solidaritas, dan kebanggaan atas kemampuan mereka, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi mereka dalam masyarakat.

Women's 10K merupakan kegiatan di bawah naungan AIA Indonesia, sehingga sumber dana utama untuk operasional kampanye berasal dari AIA Indonesia. Namun, meskipun demikian, Women's 10K tetap menerima pendanaan dari biaya pendaftaran peserta Women's 10K dan dana sponsor dari brand-brand tertentu. Sponsor didapatkan dari beberapa perusahaan besar, seperti Asics, Exsport, Aqua, Pocari Sweat, Labore, Wardah, Tavi, Herbana, Kahf, Earth Love Life, Royal Sports, Andien Aisyah Foundation, Bagasi, Fitbar, Watsons, dan lain sebagainya. Dana yang didapatkan dialokasikan secara penuh untuk biaya operasional penyelenggaraan Women's 10K yang menutup biaya logistic seperti venue, izin keamanan, jersey, medali, dan hidrasi. Hal ini lebih mencerminkan kebutuhan untuk menyelenggarakan kegiatan dengan baik, bukan sekadar memonetisasi aktivitas.

2.3 Tren Olahraga Lari di Indonesia

Olahraga lari telah menjadi salah satu bentuk kegiatan fisik yang sangat digemari oleh perempuan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini didorong oleh semakin tingginya kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh, terutama di tengah pola hidup yang semakin sibuk dan sedentary. Lari, yang merupakan olahraga dengan biaya rendah dan dapat dilakukan di berbagai tempat, memberikan kemudahan bagi perempuan untuk mengakses aktivitas fisik tanpa memerlukan fasilitas khusus. Banyak perempuan yang mulai berlari sebagai bagian dari gaya hidup sehat, baik itu untuk menurunkan berat badan, meningkatkan kebugaran, atau sekadar mendapatkan manfaat psikologis, seperti mengurangi stress dan meningkatkan *mood* (Binns *et al.*, 2015). Selain itu, perkembangan

teknologi, seperti pelacak kebugaran dan media sosial turut berperan dalam menginspirasi dan memotivasi perempuan untuk lebih aktif berlari dan berbagi pengalaman mereka dengan komunitas lari yang lebih luas.

Partisipasi perempuan dalam kegiatan lari, baik yang berskala lokal maupun internasional, telah meningkat signifikan. Kegiatan-kegiatan seperti Women's 10K oleh AIA Indonesia, Jakarta Marathon, dan Bali Marathon menjadi ajang yang semakin banyak diikuti oleh perempuan di berbagai kalangan. Menurut data dari Indonesia Running Community, sekitar 40% peserta dalam berbagai ajang lari besar di Indonesia adalah perempuan, angka yang menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Indonesia Running Community, 2018). Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang olahraga, tetapi juga sebagai gerakan sosial yang menginspirasi lebih banyak perempuan untuk berpartisipasi dan membangun komunitas yang mendukung.

Selain faktor kesadaran dan kesehatan, tren lari perempuan di Indonesia juga dipengaruhi oleh perubahan paradigma mengenai peran perempuan dalam masyarakat. Dalam banyak budaya, olahraga sering dianggap sebagai dominasi laki-laki, tetapi semakin banyak perempuan yang terlibat dalam berbagai cabang olahraga, termasuk lari, untuk menunjukkan bahwa mereka juga memiliki kemampuan fisik yang setara dengan laki-laki. Kampanye-kampanye olahraga yang khusus dirancang untuk perempuan, seperti Women's 10K, memberikan ruang bagi perempuan untuk berpartisipasi tanpa rasa takut atau khawatir akan penilaian. Hal ini turut mendorong terbentuknya ruang-ruang inklusif di mana perempuan merasa nyaman untuk mengembangkan kemampuan fisiknya tanpa dibatasi oleh stereotip

gender yang kerap mengekang mereka dalam berbagai aktivitas fisik lainnya (Schultz *et al.*, 2017). Dengan hadirnya kegiatan-kegiatan tersebut, perempuan diajak untuk lebih berani mengambil ruang di dunia olahraga, yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki.

Meskipun tren lari perempuan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif, tantangan tetap ada. Salah satu tantangan utama adalah ketimpangan akses terhadap fasilitas olahraga yang ramah perempuan, terutama di daerah-daerah yang belum memiliki infrastruktur olahraga yang memadai. Selain itu, meskipun kesadaran akan pentingnya olahraga semakin meningkat, masih terdapat hambatan psikologis dan budaya yang memengaruhi banyak perempuan untuk berpartisipasi secara penuh. Beberapa perempuan mungkin merasa tidak nyaman untuk berlari di tempat umum karena adanya stigma sosial atau kekhawatiran terkait keselamatan pribadi. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak dukungan dari pemerintah, lembaga swasta, dan komunitas untuk menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan aman bagi perempuan yang ingin berolahraga. Meningkatkan kesadaran akan manfaat olahraga bagi perempuan serta memberikan akses yang lebih baik terhadap fasilitas olahraga yang memadai dapat membantu mempercepat tren ini dan mendukung pemberdayaan perempuan melalui olahraga (Roth, 2016).

2.4 Lembaga-Lembaga Penyelenggara Olahraga Lari Khusus Perempuan di Indonesia

Di Indonesia, semakin banyak lembaga dan organisasi yang menyelenggarakan kegiatan olahraga lari yang dirancang khusus untuk perempuan. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan perempuan melalui olahraga, meningkatkan kesadaran akan kesehatan fisik dan mental, serta menginspirasi perempuan untuk

aktif berpartisipasi dalam dunia olahraga. Berikut beberapa lembaga dan organisasi yang menyelenggarakan olahraga lari khusus perempuan di Indonesia:

1. Jakarta Women's Run

Jakarta Women's Run adalah ajang lari tahunan yang khusus diadakan untuk perempuan, yang juga bertujuan untuk memperkenalkan perempuan pada dunia olahraga lari. Kegiatan ini menawarkan berbagai kategori lari, mulai dari 5K hingga 10K, dengan rute yang dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi para peserta. Selain sebagai ajang olahraga, Jakarta Women's Run juga memiliki misi untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan perempuan dan memotivasi mereka untuk lebih aktif bergerak. Di kegiatan ini, peserta tidak hanya berlari, tetapi juga dapat menikmati berbagai kegiatan pendukung seperti yoga, zumba, dan berbagai sesi yang menekankan pada gaya hidup sehat. Kampanye yang sering diusung dalam Jakarta Women's Run adalah tentang kesetaraan dan pemberdayaan perempuan, sehingga kegiatan ini menjadi salah satu platform penting dalam mendukung gerakan perempuan di bidang olahraga di Indonesia.

2. Run For Her

Run For Her adalah kegiatan lari yang diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan dukungan terhadap perempuan, khususnya untuk meningkatkan kesadaran tentang kanker payudara dan kesehatan reproduksi perempuan. Sebagai kegiatan yang menggabungkan olahraga dengan kampanye sosial, Run For Her menjadi ajang yang banyak menarik partisipasi dari perempuan yang ingin berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu kesehatan

perempuan. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang untuk berlari, tetapi juga merupakan sarana bagi perempuan untuk berkolaborasi dalam mendukung kampanye sosial yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup perempuan di Indonesia. Run For Her juga memberikan edukasi kepada peserta mengenai pencegahan kanker payudara dan pentingnya deteksi dini.

3. Nike Women's Half Marathon

Nike Women's Half Marathon, meskipun lebih dikenal secara internasional, telah menjadi acara yang memiliki dampak besar di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bali. Kegiatan ini merupakan bagian dari gerakan global yang mengedepankan pemberdayaan perempuan melalui olahraga lari. Nike Women's Half Marathon tidak hanya menyediakan tantangan lari 21K, tetapi juga berbagai program pelatihan yang dirancang untuk membantu perempuan dalam mempersiapkan diri menghadapi lomba. Di luar perlombaan, acara ini juga mempromosikan pentingnya gaya hidup aktif dan sehat, serta menawarkan kesempatan bagi perempuan untuk bergabung dengan komunitas global yang mendukung kesetaraan gender dalam dunia olahraga. Meskipun berbasis internasional, keberadaan acara ini di Indonesia turut meningkatkan kesadaran banyak perempuan tentang pentingnya olahraga dalam pemberdayaan diri.

4. Women's Health Fun Run

Women's Health Fun Run adalah ajang olahraga yang diselenggarakan oleh majalah *Women's Health Indonesia*, yang bertujuan untuk mengajak perempuan aktif berpartisipasi dalam olahraga sambil meningkatkan kesehatan tubuh dan

mental mereka. Kegiatan ini biasanya diadakan dengan suasana santai dan penuh kegembiraan, sehingga peserta tidak hanya merasa tertantang, tetapi juga dapat menikmati pengalaman berlari bersama komunitas perempuan. Selain lari, Women's Health Fun Run seringkali menyelenggarakan kegiatan lain seperti kelas kebugaran, seminar kesehatan, dan pameran produk-produk yang mendukung kesehatan perempuan. Kampanye yang diusung dalam acara ini seringkali berfokus pada pentingnya menjaga keseimbangan hidup, antara pekerjaan, keluarga, dan kesehatan pribadi.

5. Bali Women's Run

Bali Women's Run adalah kegiatan lari tahunan yang tidak hanya mengedepankan olahraga tetapi juga pariwisata. Kegiatan ini diselenggarakan di Bali dan menampilkan keindahan alam pulau tersebut sambil memberikan perempuan kesempatan untuk berlari dalam suasana yang menyegarkan. Bali Women's Run mengajak perempuan untuk berlari dan menikmati keindahan alam, serta memperkenalkan mereka pada manfaat olahraga bagi kesehatan tubuh dan pikiran. Kegiatan ini menjadi salah satu acara lari terbesar yang mengedepankan keterlibatan perempuan dalam olahraga, serta memperkuat semangat kebersamaan dan pemberdayaan perempuan dalam konteks global.

Lembaga-lembaga penyelenggara olahraga lari khusus perempuan di Indonesia memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan kesehatan, kebugaran, dan pemberdayaan perempuan. Dengan mengadakan kegiatan-kegiatan lari yang tidak hanya menekankan pada aspek kompetisi, tetapi juga pada dukungan sosial, solidaritas, dan edukasi, mereka berhasil menciptakan

ruang bagi perempuan untuk mengeksplorasi kemampuan fisik mereka, mengatasi hambatan sosial dan membangun kepercayaan diri. Kegiatan seperti Jakarta Women's Run, Bali Women's Run, dan lainnya tidak hanya berfungsi sebagai ajang olahraga, tetapi juga sebagai platform untuk memperjuangkan kesetaraan gender dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya gaya hidup sehat bagi perempuan.