

**TREN OLAHRAGA LARI PADA GEN Z SEBAGAI
REPRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL
(FENOMENOLOGI PELARI)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



Dela Sulistiawati

210900066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATION
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2025

**THE RUNNING TREN AMONG GENERATION Z AS SELF-
REPRESENTATION ON SOCIAL MEDIA
(PHENOMENOLOGY OF RUNNERS)**

THESIS

*Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's Degree in
Communication Studies*



Complied by :

DELA SULISTIAWATI

210900066

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTAS OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Dela Sulistiawati

210900066

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Dela Sulistiawati
NIM : 210900066
JUDUL : Tren olahraga lari pada gen z sebagai representasi
di media sosial (fenomenologi pelari)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

(Helen Olivia, M.I.Kom)

Pembimbing I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Dela Sulistiawati
NIM : 210900066
JUDUL : Tren olahraga lari pada gen z sebagai representasi
di media sosial (fenomenologi pelari)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Public Relation
Jakarta, 27 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji :
(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom) (.....)

Ketua Penguji I :
(Fitri Sarasasti, M.SC) (.....)


Ketua Penguji II :
(Drs. Solten Rajagukguk,MM) (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM


(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Dekan FISIP


(Fahlesa Munabari., M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Dela Sulistiawati
NIM : 210900066
JUDUL : Tren olahraga lari pada gen z sebagai representasi
di media sosial (fenomenologi pelari)
JUMLAH HALAMAN : xii + 129 halaman + lampiran
BIBLIOGRAFI : 13 buku (2018-2024) : 16 jurnal; 3 skripsi :2 artikel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana tren dari olahraga lari yang dimanfaatkan generasi gen z sebagai bentuk representasi diri dimedia sosial, dengan fokus pada pengalaman pelari bernama Anandhita. Olahraga mengalami pergerakan makna, aktivitas fisik sebagai simbol gaya hidup, produktif dan eksistensi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggali subjektif dari informan. Teori yang digunakan adalah Dramaturgi Erving Goffman yang memainkan peran dihadapan publik (front stage) dan dibalik layer (Back Stage).

Generasi gen z menggunakan media sosial khususnya Instagram dan Tiktok, sebagai panggung eksistensinya yang membentuk dan menampilkan citra dirinya melalui konten yang berkaitan dengan aktivitas dari olahraga lari tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa mot'ovasi, Anandhita kerap membagikan aktivitas larnya dimedia sosial yang mempengaruhi akan validasi sosial dan pengakuan serta fenomena fomo. Memanfaatkan berbagai fitur media sosial seperti Instagram stories, reels dan aplikasi strava untuk membangun citra diri.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa olahraga lari pada gen z bukan hanya sebagai aktivitas fisik, melainkan juga sebagai sarana membentuk identitas digital dan eksistensi sosial dalam dunia maya.

Kata Kunci : Representasi diri, Sosial media, olahraga lari

Pembimbing I : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom.

Pembimbing II : Helen Olivia, M.I.Kom.

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAMA : Dela Sulistiawati
NIM : 210900066
STUDY PROGRAM : *Communication Studies*
SPECIALIZATION : *Public Relation*
TITLE : The running sports trend among Gen Z as self-
representation on social media (phenomenology of runners)
NUMBER OF PAGES : *xiii + 129 pages + appendices*
BIBLIOGRAPHY : *13 books (2018-2024): 16 journals; 3 theses; 2 articles*

ABSTRACT

This research aims to understand how the trend of running is utilized by Generation Z as a form of self-representation on social media, focusing on the experience of a runner named Anandhita. Running has undergone a shift in meaning, from being merely a physical activity to becoming a symbol of lifestyle, productivity, and personal existence.

The study uses a qualitative approach with a phenomenological design to explore the subjectivity of the informant. The theoretical framework applied is Erving Goffman's Dramaturgy, which emphasizes how individuals perform roles in front of the public (front stage) while concealing certain aspects behind the scenes (back stage).

Generation Z actively uses social media particularly Instagram and TikTok as a stage for self-existence, where they shape and present their self-image through content related to running activities. These platforms serve not only as communication tools but also as spaces for identity construction.

findings reveal that Anandhita's motivation to frequently share her running activities on social media is influenced by the need for social validation, recognition, and the Fear of Missing Out (FOMO). She utilizes various features such as Instagram Stories, Reels, and the Strava app to consistently build and manage her self-image.

This study concludes that for Generation Z, running is no longer merely a physical activity. It has evolved into a means of constructing digital identity and asserting social presence in the virtual world.

Keyword: Self-representation, Social media, Running Supervisors:

Supervisor : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom.

Supervisor II : Helen Olivia, M.I.Kom