

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, akses terhadap informasi menjadi sangat mudah di era digital saat ini (Hakim & Faricha, 2022). Kehadiran media sosial sebagai bagian dari media baru telah mengubah cara manusia berinteraksi dan mengekspresikan diri. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang untuk membentuk citra diri, mencari validasi sosial, hingga menunjukkan eksistensi kepada publik.(Widiayanti et al.,59)

Di kalangan Gen Z, media sosial berperan penting dalam proses pencarian jati diri, termasuk dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu tren yang berkembang pesat dan banyak dibagikan di media sosial adalah aktivitas olahraga, khususnya olahraga lari. Aktivitas ini tidak lagi sekadar bentuk menjaga kebugaran fisik, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup yang merepresentasikan citra diri sehat, aktif, serta produktif.

Gen Z cenderung lebih aktif memanfaatkan media sosial dalam membagikan momen saat berlari, mulai dari unggahan foto di lokasi iconik pencapaian jarak atau waktu lari, hingga bergabung dalam komunitas lari digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa olahraga lari kini menjadi simbol representasi diri di ranah digital. Namun demikian, di balik tren positif tersebut, muncul pula tantangan berupa tekanan sosial yang bersumber dari keinginan untuk tampil sempurna atau memenuhi ekspektasi audiens di media sosial.

Dengan hal ini dapat menimbulkan perasaan cemas serta sering membandingkan diri dengan orang lain. Oleh karena itu, penting untuk menelah lebih dalam bagaimana tren olahraga lari di kalangan gen Z, tren ini tidak hanya sebagai aktivitas fisik, melain juga sebagai salah satu bentuk representasi diri yang dilakukan pada media sosial, serta adanya dampak terhadap identitas serta kesejahteraan mental mereka.

Tren olahraga lari ini telah berkembang semenjak pada zaman pandemi covid-19 tetapi pada saat ini masih terus berlanjut hingga kini menjadi bagian dari masyarakat, khusunya anak muda. Bagi generasi gen z sendiri, olahraga ini bukan hanya untuk menjaga kesehatan saja, tetapi juga mencerminkan kepedulian akan kesehatan diri sendiri. Kegiatan ini memberikan banyak manfaat tidak hanya secara jasmani, tetapi juga secara emosional dan sosial.

Melalui media sosial, mereka sering membagikan aktivitas dari kegiatan tersebut sebagai salah satu bentuk ekspresi dan juga representasi akan identitas mereka dalam pada digital. Olahraga lari semakin banyak digemari oleh masyarakat, terutama pada gen z. Olahraga lari ini melibatkan gerakan tubuh secara berulang kali dengan tujuan untuk meningkatkan jasmani dan juga Rohani serta kesehatan mental dan juga kesejahteraan sosial (Mutohir & Maksum,2021). Dalam (Hadiansyah et al., 2024, p. 299)

Olahraga lari tidak hanya secara fisik, tetapi juga dapat memelihara kondisi tubuh dari individu. Selain itu juga turut berperan dalam pembentukan pola hidup yang sehat ditengah masyarakat. Selain untuk menjaga kebugaran, olahraga lari juga sangat efektif dalam pencegahan berbagai penyakit seperti, obesitas dan juga

gangguan jantung. Dengan berbagai macam manfaat olahraga lari menjadi salah satu aktivitas yang berkontribusi pada kestabilan emosional serta ketenangan pikiran.

Oleh karena itu olahraga ini bersifat ringan dan mudah untuk dilakukan, olahraga lari banyak dipilih oleh beberapa kalangan. Dengan adanya fenomena ini dapat memperkuat sudut pandangan bahwa olahraga lari bukan sekedar untuk aktivitas fisik saja tetapi sebagai gaya hidup masa kini. Seiring dengan kemajuan teknologi serta internet, media sosial berevolusi menjadi platform yang dominan pada kehidupan sehari-hari, terutama pada era digital saat ini.

Dengan adanya dunia digital memiliki peran penting dalam membentuk tren penggunaan media sosial di Indonesia (Izzah Nurul M., 2022) dalam (Kholizha et al., 2024, p. 62). Platform seperti TikTok dan Instagram tidak hanya menjadi sumber informasi dan hiburan, tetapi juga dimanfaatkan untuk membentuk citra diri dan memperoleh validasi sosial di ruang digital. Tren olahraga lari sangat menarik perhatian dikarenakan olahraga lari ini merupakan olahraga yang tidak memerlukan biaya yang cukup besar.

Menurut (Safitri et al.,2021) dalam (Tyas, 2024, p. 1086) mengatakan bahwa Sebagian besar kegiatan olahraga diindonesia, merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kebahagian serta menjaga kesehatan baik secara fisik dan jasmani. Yang berperan sebagai sikap positif, sportive, serta karakter pada individu tersebut. Olahraga merupakan Gerak tubuh yang di rencanakan serta terstruktur dan diulangi dengan melibatkan otot sehingga memerlukan energi agar meningkatkan kebugaran.

Olahraga lari ialah olahraga yang dilakukan dengan niat yang cukup untuk bergerak serta pakaian olahraga yang nyaman. Kegiatan olahraga ini dapat dilakukan di berbagai tempat seperti jalan raya, lapangan tanpa dibutuhkan alat khusus. Namun dengan demikian olahraga lari kerap dibagikan pada media sosial, dalam bentuk dokumentasi gital, olahraga ini sering dikaitkan dengan gaya hidup serta citra diri yang ditampilkan secara daring.

Seiring dengan kemajuan zaman, serta teknologi kini olahraga lari mengalami perubahan pada pelaksanaan maupun tujuannya. Kini, olahraga lari tidak hanya sebagai kegiatan kebugaran, melainkan juga menjadi bagian dari gaya hidup modern yang kekinian. Dengan bermunculnya komunitas lari serta ajan fun run hingga marathon yang memperkuat eksistensi pada masyarakat. Dengan dukungan teknologi digital yang mencatat jarak dan waktu pada aktivitas lari yang semakin populer, serta adanya dokumentasi menarik pada media sosial.

Maraknya penyelenggaraan event lari seperti marathon, *fun run*, dan *color run* turut mendorong semakin meluasnya tren olahraga ini, khususnya di kalangan Gen Z. Generasi ini dikenal menyukai aktivitas yang tidak hanya menyehatkan secara fisik, tetapi juga memberikan pengalaman sosial yang menyenangkan dan dapat dibagikan secara digital. Kegiatan lari kini tidak lagi hanya soal olahraga, melainkan juga menjadi ajang berkumpul, berinteraksi, berfoto, dan membagikan momen tersebut melalui media sosial.

Pada dasarnya media sosial telah memberikan dampak yang banyak bagi kehidupan remaja saat ini, baik dampak yang positif dan juga negative. Namun, dengan semakin lamanya remaja terhubung dalam media sosial, yang menjadi

langkah awal dalam pemunculan akan istilah *Fear of Missing Out* yang dimana rasa ini muncul dan menjadi tren pada kalangan masyarakat saat ini. Dalam suatu kegiatan akan terus terhubung dalam media sosial. Dalam kegiatan tersebut akan muncul suatu kebiasaan dan hal yang umum tidak dapat diubah dan dikurangi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sidik dkk (2022) dalam jurnal {Formatting Citation}(Safitri et al., 2024, p. 1054)terdapat remaja yang aktif menggunakan media sosial, dapat disimpulkan bahwa kondisi akan *Fear of Missing Out* memiliki dampak terhadap kondisi remaja. Mereka mengungkapkan bahwa pada saat mengakses media sosial mereka cenderung terus memantau aktivitas di dalamnya dan merasa cemas terhadap pendapat orang lain serta setiap pembaruan informasi yang terjadi. erbagai tren gaya hidup yang berkembang di platform seperti Instagram dan TikTok, sangat memengaruhi perilaku serta cara pandang Gen Z terhadap kehidupan sosial mereka.

Intensitas penggunaan platform digital ini pun memperkuat pola interaksi Gen Z dalam membentuk citra diri mereka serta mengikuti arus gaya hidup yang saat ini sedang naik daun. Dengan adanya gaya hidup yang sehat dapat mempengaruhi media sosial, kini telah menjadi bagian dari identitas diri mereka yang dapat ditampilkan dalam ruang digital. Salah satu aspek dari gaya hidup adalah dengan salah satu kegiatan olahraga yang dimana pada kegiatan tersebut tidak berfungsi untuk menjaga kebugaran, tetapi juga mencerminkan tentang kesadaran akan tren modern.

Dengan melalui aktivitas olahraga kini semakin lekat dengan citra produktivitas, penampilan, serta status sosial seseorang. Tidak heran jika banyak

individu yang sering memamerkan akan aktivitas pada olahraga tersebut, dengan media sosial kini menjadi salah satu bentuk dari pencitraan diri yang mereka lakukan dalam dunia digital. Dengan hadirnya generasi gen z yang tumbuh pada era digital saat ini dapat membawa persektif baru terhadap olahraga lari saat ini.

Generasi Z, sebagai salah satu generasi yang naratif, serta tumbuh pada lingkungan yang sangat akrab dengan teknologi dan media sosial. Generasi ini cenderung aktif menampilkan kan dirinya dan membentuk identitas mereka melalui platform digital. Dalam konteks ini tren olahraga lari telah menjadi salah satu aktivitas yang tidak hanya dilakukan secara fisik, melainkan juga dikonstruksikan sebagai simbol dengan melalui unggahan pada media sosial.

Kemajuan teknologi yang mendorong tren tersebut, dengan adanya aplikasi strava hadir dengan fiture pelacakan serta kemajuan akan komunitas digital pelari lainnya, serta adannya notifikasi yang memotivasi akan kebutuhan dari pengguna dalam melakukan olahraga. Fiture ini juga mendorong akan penggunaan supaya tetap aktif dan terhubung dengan pelari lainnya sekaligus memunculkan akan fenomena (*Fear of Missing Out*), yaitu takut akan tertinggal dari tren atau pencapaiannya.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam dunia olahraga dapat membawa dampak positif, khususnya bagi kalangan remaja. Ketika mereka melihat teman sebaya atau influencer aktif berolahraga, muncul dorongan untuk mengikuti tren tersebut demi menjaga gaya hidup sehat. Remaja yang mengalami FOMO cenderung lebih aktif dalam kegiatan fisik, yang berdampak pada peningkatan

kondisi fisik maupun mental mereka (Aslam & Wiyono, 2020) dalam jurnal (Fatandhiya et al., 2024).

Selain itu, fenomena (*Fear Of Missing Out*) juga dapat membuka peluang bagi remaja untuk memperluas jaringan sosial melalui aktivitas olahraga. Dengan mengikuti berbagai macam kegiatan seperti fun run atau komunitas lari, mereka dapat bertemu dengan individu yang memiliki minat serupa. melalui interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga memperkaya pengalaman hidup generasi muda.

Dengan adanya aplikasi seperti **Strava** turut memperkuat budaya berbagi dalam aktivitas lari. Strava menjadi populer di kalangan pelari karena memungkinkan pengguna untuk membagikan hasil lari mereka, memberikan kudos (apresiasi), dan mendukung perkembangan performa melalui komunitas digital. Selain itu, tren fotografi saat berlari juga menjadi bagian dari ekspresi visual di media sosial.

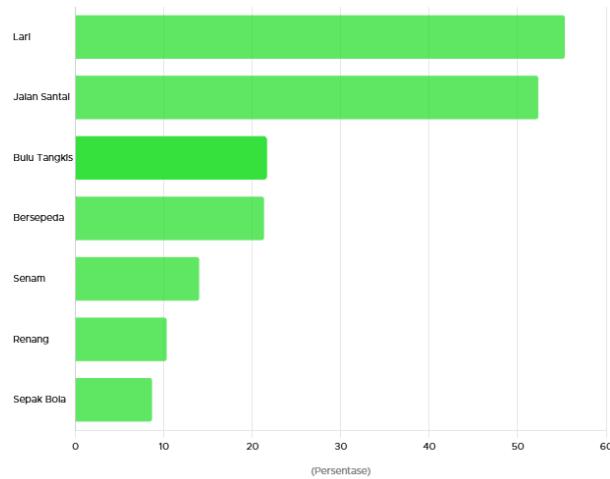
Banyak pelari Gen Z yang aktif mengabadikan momen lari mereka, baik sebelum, saat, maupun sesudah berlari, lalu membagikannya dalam bentuk foto atau video dengan narasi tertentu. Hal ini semakin menegaskan bahwa tren dari olahraga lari telah bertransformasi menjadi ajang untuk representasi diri, bukan sekadar aktivitas fisik semata. Melainkan juga sebagai salah satu media eksistensi dalam dunia digital yang dapat mereka bagikan.

Bagi generasi Gen Z, validasi sosial memiliki peran yang penting dalam membentuk identitas diri di era digital. Fenomena FOMO mendorong mereka untuk membagikan aktivitas lari demi mendapatkan “*likes*” dan komentar positif.

Unggahan tersebut tak hanya mencerminkan pencapaian fisik, tetapi juga simbol eksistensi di media sosial. Hal ini menjadikan pengakuan virtual sebagai tolak ukur keberhasilan dan penerimaan sosial.

Gaya hidup Gen Z dalam hal berolahraga menunjukkan perbedaan signifikan dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung memiliki frekuensi olahraga yang lebih rendah, dengan hasil survei mengungkapkan bahwa 52% hanya melakukan aktivitas fisik satu kali atau bahkan tidak sama sekali dalam seminggu. Sementara itu, 38% lainnya tercatat rutin berolahraga sekitar dua hingga tiga kali setiap minggunya.

Meskipun tingkat aktivitas fisik mereka relatif rendah, jenis olahraga seperti lari dan jalan santai tetap menjadi pilihan populer karena praktis dan tidak memerlukan alat khusus. Pilihan ini mencerminkan preferensi Gen Z terhadap aktivitas yang fleksibel dan mudah diakses. Di luar itu, olahraga seperti bulu tangkis, bersepeda, senam, dan renang juga cukup diminati, namun sepak bola tidak masuk dalam daftar favorit mereka.



Gambar 1. 7 Olahraga yang Paling Sering Dilakukan oleh Gen Z

Sumber : gambar dari data google

Saat ini olahraga lari tidak lagi sebagai salah satu aktivitas fisik, melainkan juga telah bertransformasi menjadi bagian yang dari estetika kehidupan gen z. hal ini terlibat dengan maraknya konten berlari yang dikemas secara menarik dengan latar belakang alam, taman kota, yang dapat dipadukan dengan outfit olahraga yang sedang trendi saat ini. Narasi motivasi yang menyertainya menambah makna simbolik dan emosional, sehingga menciptakan daya tarik sendiri.

Dengan pesatnya perkembangan media sosial, tren olahraga terutama lari semakin mendapat sorotan di platform seperti TikTok dan Instagram. Kedua platform ini menjadi wadah bagi para pelari, khususnya Gen Z, mereka gemar membagikan gaya hidup sehat yang dibalut dalam visual estetik dan kekinian. Fenomena ini memunculkan berbagai tantangan viral seperti “Run Challenge” yang mendorong partisipasi aktif dari audiens secara digital, Bagi Gen Z, olahraga lari kini menjadi simbol gaya hidup modern yang mencerminkan identitas, kreativitas, dan eksistensi mereka di ruang digital.

Media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi akan keputusan dari individu dalam gaya hidup tertentu. Dalam konteks ini, tren olahraga lari tidak hanya sebagai aktivitas fisik saja, tetapi telah menjadi simbol dalam status sosial, kedisiplinan serta komitmen dalam gaya hidup yang sehat yang dapat di tampilkan secara virtul kepada publik.

Melalui media sosial yang digunakan gen z, untuk dapat merepresentasikan dirinya dalam media sosial akan identitas dirinya sebagai seorang pelari yang dapat menginspirasi kepada pengikutnya. Dalam kegiatan aktivitas tersebut olahraga lari menjadi bagian penting dalam membangun citra diri, serta eksistensi baik secara online dan offline.

Melalui fenomena ini dapat memahami tentang bagaimana pengalaman tentang bagaimana gen z dalam kegiatan tren olahraga tersebut yang dapat memahami akan aktivitas dalam bagian representasi dirinya dalam media sosial. Peneliti dapat memberika mengenai suatu Gambaran akan keterkaitan antar tren olahraga lari, media sosial dan pembentukan akan identitas dari era digital.



Gambar 2. Media sosial

TikTok

Melalui media sosial tiktok , fenomena terhadap tren olahraga lari saat ini yang menunjukan bahwa media sosial memiliki ruang lingkup yang besar pada fenomena ini, khususnya Titok, dengan adanya media sosial Tiktok memiliki peran yang besar dalam bentuk akan konten hiburan yang dapat menarik para audiens (Tan & Widuwati,2023). Melalui peran media sosial Tiktok mampu memicu akan ketertarikan para pungguna lainnya, khususnya generasi gen z saat ini. Aktivitas olahraga dengan cara yang lebih menyenangkan dan relatable melalui format video singkat yang penuh kreativitas.



Gambar 3 Media sosial Instagram

Sementara itu, Instagram juga turut berkontribusi dalam menyebarluaskan tren serupa unggahan foto dan video yang dapat menampilkan aktivitas olahraga tersebut, melalui gaya hidup sehat dan visual yang estetis. Kedua platform ini secara tidak langsung membentuk persepsi serta minat audiens terhadap tren tersebut, sehingga mendorong munculnya perasaan FOMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan Gen Z. Perasaan ini membuat mereka terdorong untuk ikut serta dalam tren demi mendapatkan pengakuan sosial dan tetap relevan di dunia digital.

Validasi diri menjadi salah satu alasan utama mengapa Gen Z aktif membagikan aktivitas lari mereka di media sosial. Apresiasi dalam bentuk *likes*, komentar positif, serta dukungan dari sesama pengguna tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri, tetapi juga memperkuat eksistensi mereka di ruang digital. Gen Z cenderung memanfaatkan media sosial dalam element visual akan pencapaiannya

dalam olahraga lari agar dapat membentuk suatu pesan dan emosional yang dianggap autentik.

Validasi di media sosial sendiri dapat dipahami sebagai bentuk pengakuan, penerimaan, atau persetujuan dari orang lain atas apa yang dilakukan, dikatakan, dan ditampilkan oleh seseorang di dunia digital. Dalam praktiknya, banyak individu memilih untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka, dengan lebih menonjolkan sisi positif dan menyembunyikan aspek-aspek negatif dari kehidupan mereka. Perilaku semacam ini, sebagaimana dijelaskan oleh Austin (2013), dalam jurnal (Pamungkas, R. P., Sadono, S., & Wiguna, 2024)

Aktivitas lari juga dimanfaatkan oleh Gen Z sebagai bentuk pelarian dari tekanan hidup dan stres yang mereka alami. Kegiatan ini dinilai mampu memberikan ketenangan serta menjadi momen refleksi diri. Mengingat gen Z cukup rentan terhadap isu kesehatan mental, lari kerap dijadikan sebagai alternatif terapi yang alami. Melalui media sosial, mereka membagikan pengalaman tersebut sebagai bagian dari kesadaran diri, menjadikan lari sebagai simbol perjuangan menjaga kestabilan emosional.

Menurut Maharani et al ,2023 dalam jurnal (Ropu, 2025, p. 16)Tren olahraga lari, sebagai salah satu relasi sosial yang tak luput dari pengaruh, dengan kegiatan tersebut Gen Z merasa perlu terlihat aktif dan eksis di komunitas digital. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, telah memudahkan antarnegara dan budaya bertukar informasi lebih cepat. Bagi Gen Z sendiri, ini berarti mereka tidak hanya terhubung dengan lingkungan mereka, tapi juga terhubung dengan dunia secara langsung

Pada konteks ini tren olahraga lari, sebagai salah satu relasi sosial yang tak luput dari pengaruh, dengan kegiatan tersebut gen Z merasa perlu terlihat pada aktif dan eksis di komunitas digital. Penggunaan tagar seperti #RunningCommunity, #RunForLife, atau #HealthyLifestyle menjadi indikator betapa luasnya jejaring konten lari di media sosial. Gen Z menggunakan tagar tersebut untuk memperluas jangkauan konten mereka dan menjangkau komunitas yang lebih luas.

Tagar juga berfungsi sebagai salah satu identitas kolektif digital yang dapat menunjukkan mereka sebagai bagian dari tren. Dengan fenomena ini yang nantinya dapat menandakan bahwa Gen Z tidak hanya ingin dilihat sebagai pelari, tetapi juga sebagai bagian dari suatu gerakan. Tagar menjadi suatu simbol dari representasi diri akan keterlibatan sosial. Olahraga Lari sering juga diartikan sebagai simbol produktivitas dan kontrol diri.

Dalam representasi sosial, seseorang yang rutin berlari dianggap memiliki kedisiplinan dan motivasi tinggi. Gen Z memanfaatkan hal ini untuk menunjukkan nilai-nilai positif dalam diri mereka. Dengan menampilkan aktivitas lari, mereka ingin menciptakan citra pribadi yang bertanggung jawab dan berorientasi pada tujuan. Lari menjadi simbol personal development yang dipertontonkan secara publik.

Aktivitas membagikan foto atau video saat berlari di media sosial seperti Instagram menjadi sarana bagi Gen Z dalam membentuk citra diri. Melalui unggahan tersebut, mereka merepresentasikan gaya hidup sehat dan estetik yang ingin ditampilkan kepada publik. Konten ini bukan sekadar dokumentasi, tetapi menjadi cara membangun persepsi diri di mata orang lain. Hal ini memperkuat

peran media sosial sebagai ruang pencitraan dan ekspresi diri generasi muda. (Alqiva & Gautama, 2021).

Media digital berkontribusi besar dalam membentuk pola hidup aktif yang kini banyak diadopsi oleh Gen Z. Melalui berbagai konten lari yang inspiratif dan mudah diakses, mereka terdorong untuk mengikuti gaya hidup sehat yang sedang tren. Media sosial pun menjadi panduan visual yang memengaruhi cara pandang serta kebiasaan berolahraga. Dengan demikian, media digital tidak hanya menyebarkan tren, tetapi juga memperkuat identitas dan eksistensi diri melalui aktivitas lari.

Dengan adanya media sosial Aktivitas berlari kini dimaknai lebih dari sekadar olahraga, melainkan juga sebagai media untuk berbagi cerita pribadi secara digital. Gen Z kerap mendokumentasikan pengalaman mereka, mulai dari progres latihan, hambatan yang dihadapi, hingga momen sederhana selama berlari. Melalui narasi ini, tercipta kedekatan emosional antara mereka dan audiens di media sosial. Konten yang dibagikan menampilkan proses, bukan hanya pencapaian akhir. Dengan begitu, lari menjadi bentuk ekspresi diri yang merefleksikan identitas serta perjalanan hidup mereka.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana tren olahraga lari pada gen z sebagai representasi diri di media sosial

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui tren olahraga lari pada gen z sebagai representasi diri di media sosial

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi personal dan identitas di era digital. Penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana aktivitas fisik seperti olahraga lari tidak hanya dimaknai sebagai gaya hidup sehat, tetapi juga sebagai bentuk representasi diri yang dikonstruksikan dan dikomunikasikan melalui media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat diharapkan untuk memberikan wawasan bagi para pelaku industry olahraga, brand olahraga serta pengelola media sosial dalam memahami perilaku dan juga dapat memotivasi para gen z dalam mengadopsi tren olahraga lari, temuan pada penelitian ini dapat memanfaatkan strategi komunikasi yang lebih relevan, khususnya dalam membangun dan element hidup sehat dengan ekspresi diri pada media sosial. Serta penelitian ini juga bermafaat bagi generasi muda khususnya gen z serta para pengguna media sosial agar lebih reaktif dalam memaknai akan aktivitas dari olahraga lari tidak hanya

sebagai bentuk representasi diri pada media sosial, tetapi juga sebagai bagian dari pengembangan diri yang positif pada media media sosial.

