

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berlari telah menjadi salah satu olahraga paling populer di wilayah perkotaan Indonesia. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan fisik dan mental, budaya lari pun berkembang pesat dan melahirkan berbagai komunitas lari yang aktif di berbagai kota besar, termasuk Malang. Pertumbuhan ini juga tercermin dari data pasar: menurut riset yang dipublikasikan oleh *International Market Analysis Research and Consulting* (IMARC) Group (2026), pasar perlengkapan lari Indonesia bernilai USD 561,76 juta pada tahun 2025 dan diproyeksikan mencapai USD 926,88 juta pada tahun 2034, dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 5,74% per tahun untuk periode 2026–2034.

Pertumbuhan tersebut didorong oleh ekspansi *platform e-commerce*, meningkatnya popularitas event lari, dan kuatnya budaya kebugaran perkotaan yang berorientasi pada gaya hidup sehat. Faktor lain yang tak kalah penting adalah tingginya penetrasi media sosial di Indonesia laporan IMARC Group (2026) mencatat Indonesia sebagai salah satu negara dengan penetrasi media sosial tertinggi di dunia, di mana 92% pengguna mengaku menganggap saran kebugaran dari influencer media sosial sangat bermanfaat.

Salah satu kota yang mencerminkan tren ini secara nyata adalah Malang. Dengan iklim sejuk dan topografi yang kondusif, Malang menjadi tempat tumbuhnya komunitas lari yang hidup dan beragam. Komunitas-komunitas ini hadir dengan orientasi yang berbeda-beda, mulai dari yang berfokus pada kesehatan, persahabatan, hingga kompetisi. Salah satu yang menonjol adalah komunitas *Me Against Me* (MAM), yang mengusung filosofi "bersaing dengan diri sendiri" sebagai motivasi utama anggotanya.

MAM terbukti bukan sekadar komunitas lokal biasa. Divisi Trail MAM berpartisipasi dalam *SikSOROGO Lawu Ultra 2025* (5-7 Desember 2025), di mana anggotanya menaklukkan jalur ekstrem mulai dari 30 KM hingga 120 KM di tengah medan berlumpur dan musim hujan (Instagram @mam.clvb, 2025). Komunitas ini juga menyelenggarakan event internal "30 KM TO M.A.R.S" lari sejauh 30 km dari pusat Kota Malang menuju Kota Batu yang konsepnya dirancang sebagai fun race sekaligus uji mental sesuai filosofi *me against me* (TIMES Indonesia, 2026; Instagram @mam.clvb).

Pertumbuhan komunitas lari di Malang juga didukung oleh berbagai event yang rutin digelar, seperti Malang Night Run 2025 (14 Februari, Lapangan Rampal), EMBA Jetbus Run Malang 10K 2025, Solidarity Run 2025, dan UM Run 2025. Event-event ini berhasil menarik peserta dari luar Malang Raya, termasuk dari Surabaya, Sidoarjo, dan berbagai daerah lain di Jawa Timur (JadwalLari.id, 2025; SolidarityRun.id, 2025). Selain itu, Pemerintah Kota Malang aktif mendukung aktivitas ini melalui penyelenggaraan sekitar 1.000 acara per tahun, menjadikan Malang sebagai kota yang tidak hanya sehat dan kreatif, tetapi juga semakin ramah wisatawan.

Di balik pertumbuhan komunitas lari ini, teknologi digital memainkan peran yang semakin signifikan. Aplikasi pelacak aktivitas berbasis GPS seperti Strava telah mengintegrasikan dunia olahraga, media sosial, dan teknologi dalam satu platform. Diluncurkan pada 2009, Strava kini memiliki lebih dari 180 juta pengguna di lebih dari 185 negara (Strava Press, 2025).

Laporan Strava Year in Sport: Trend Report 2025 menunjukkan bahwa tahun 2025 menjadi tahun rekor untuk gerakan sosial berbasis olahraga. Sepanjang tahun tersebut, tercatat 14 miliar kudos diberikan naik 20% dari tahun sebelumnya dan jumlah klub baru hampir berlipat empat, mencapai total 1 juta klub, dengan running clubs meningkat 3,5 kali lipat. Aktivitas kelompok terbukti mendapatkan engagement jauh lebih tinggi: grouped runs memperoleh dua kali lebih banyak kudos dibandingkan lari solo, dan pelari berlari 40% lebih lama saat bersama kelompok. Tren ini menunjukkan bahwa run club telah menjadi "social hub" baru, terutama bagi Generasi Z (Strava, 2025).

Fenomena ini diperkuat oleh temuan Franken, Bekhuis, dan Tolsma (2023), yang dalam studi terhadap 329 pelari dari lima klub lari virtual di Strava menemukan bahwa pelari yang menerima kudos cenderung berlari lebih banyak dan lebih sering, serta pola berlari antara sesama anggota klub mulai menyerupai satu sama lain dari waktu ke waktu. Ini menunjukkan bahwa Strava bukan hanya alat pelacak kinerja, melainkan juga media komunikasi sosial yang secara nyata memengaruhi perilaku olahraga penggunanya.

Konteks Indonesia memberikan dimensi tersendiri pada fenomena ini. Data dari Start.io (2024) menunjukkan bahwa 62% pelari di Indonesia berusia 18–24 tahun—jauh lebih muda dibanding demografi serupa di Eropa atau Amerika. Sebagai generasi digital native, kelompok usia ini mengadopsi aplikasi seperti Strava secara lebih natural. Hal ini juga sejalan dengan laporan Strava (2025) yang mencatat bahwa Gen Z 75% lebih mungkin dibandingkan Gen X

untuk menyebut race atau event sebagai motivasi utama berolahraga, dengan partisipasi mereka meningkat signifikan di berbagai kategori jarak: 28% di 5K, 39% di 10K, 31% di half-marathon, dan 33% di full marathon.

Meski demikian, terdapat tantangan struktural yang perlu diperhatikan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat tingkat NEET (Not in Education, Employment, or Training) pemuda usia 15–24 tahun di Jawa Timur pada Februari 2025 sebesar 16,76%, sementara di Kota Malang angkanya mencapai 12,50% pada 2024 (BPS Indonesia, 2025; BPS Kota Malang, 2025). Kondisi ini berimplikasi pada kurangnya keterlibatan pemuda dalam kegiatan positif, termasuk olahraga dan di sinilah komunitas seperti MAM dapat berperan sebagai alternatif yang mendorong keterlibatan aktif generasi muda.

Dalam komunitas MAM, Strava difungsikan sebagai media komunikasi yang memungkinkan anggota memposting hasil latihan, saling memberikan dukungan melalui kudos, memantau perkembangan sesama anggota, dan mengoordinasikan kegiatan lari kelompok. Fitur papan peringkat dan segmen di Strava juga mendorong persaingan sehat yang sejalan dengan filosofi "me against me".

Dari perspektif teori komunikasi, penggunaan Strava dapat dianalisis melalui Social Media Affordances Theory yang dikemukakan oleh Evans, Pearce, Vitak, dan Treem (2017). Teori ini mengidentifikasi empat affordances fundamental platform media sosial, yaitu: visibility (aktivitas anggota terlihat oleh komunitas, menciptakan akuntabilitas sosial), persistence (riwayat aktivitas tersimpan permanen untuk pelacakan progres jangka panjang), editability (pengguna dapat mengelola presentasi diri melalui modifikasi konten), dan association (pembentukan jaringan sosial melalui fitur follow, clubs, dan challenges). Keempat affordances ini secara kolektif membentuk cara anggota komunitas berinteraksi dan termotivasi untuk terus berpartisipasi dalam olahraga lari.

Meskipun penggunaan Strava dalam komunitas lari sudah menjadi hal yang umum, penelitian akademis yang secara khusus mengkaji Strava sebagai media komunikasi komunitas terutama dalam konteks Indonesia masih sangat terbatas. Sebagian besar literatur yang ada lebih berfokus pada aspek pelacakan kinerja atletik, tanpa menyentuh dimensi komunikasi dan pengaruhnya terhadap keterlibatan olahraga dalam lingkungan komunitas lokal. Penelitian sebelumnya, seperti Franken et al. (2023) di Belanda dan Russell, Potts, dan Nelson (2023) di Amerika Serikat, memberikan landasan yang berharga, namun dilakukan di konteks budaya yang berbeda dari Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Strava terhadap partisipasi olahraga lari anggota komunitas Me Against Me (MAM) di Kota Malang. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan pengetahuan tentang peran teknologi digital dalam komunikasi komunitas olahraga di Indonesia, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan komunitas lari yang berkelanjutan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan aplikasi Strava terhadap partisipasi olahraga lari pada anggota komunitas Me Against Me (MAM) di Kota Malang?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan aplikasi Strava terhadap partisipasi olahraga lari pada anggota komunitas Me Against Me (MAM) di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh penggunaan aplikasi Strava terhadap tingkat partisipasi olahraga lari pada anggota komunitas Me Against Me (MAM) di Kota Malang, sekaligus memperkaya referensi kajian komunikasi digital mengenai pembentukan komunitas virtual di platform olahraga serta implikasinya terhadap kebiasaan berolahraga masyarakat Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

- **Manfaat Akademis** : Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan Social Media Affordances Theory (Evans, Pearce, Vitak, dan Treem, 2017) dalam konteks aplikasi olahraga digital di Indonesia. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana affordances platform media sosial.
- **Manfaat Praktis**,
 1. **Bagi Komunitas Me Against Me (MAM)** : hasil penelitian ini memberikan gambaran fitur Strava yang paling sering dipakai untuk berinteraksi, sehingga komunitas bisa lebih optimal memanfaatkan aplikasi tersebut agar anggota semakin aktif dan saling terhubung.

2. **Bagi Pengembang Strava:** masukan dari pengguna lokal ini bisa jadi evaluasi untuk memperbaiki atau menambah fitur yang sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan pelari Indonesia.
3. **Bagi Pengelola Komunitas:** penelitian ini menyajikan beberapa pola komunikasi yang terbukti efektif di Strava, yang bisa langsung diterapkan untuk meningkatkan engagement dan menarik anggota baru.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada anggota aktif Strava Club komunitas Me Against Me (MAM) di Kota Malang, Jawa Timur. Penelitian ini tidak mencakup anggota komunitas lari lain di Kota Malang atau pengguna Strava di luar MAM.

Batasan penelitian meliputi :

- Ukuran sampel yang relatif terbatas karena hanya menargetkan anggota Strava Club Me Against Me (MAM) yang berjumlah 478 orang, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi pelari di Kota Malang atau pengguna Strava secara nasional.
- Data partisipasi olahraga lari dan penggunaan Strava sepenuhnya bersumber dari laporan diri responden (self-reported data), yang berpotensi mengandung bias subjektif atau ketidakakuratan ingatan.
- Penelitian bersifat cross-sectional (pengumpulan data pada satu periode waktu tertentu, April 2026 - Mei 2026), sehingga tidak dapat menunjukkan hubungan sebab-akibat jangka panjang atau perubahan perilaku seiring waktu.