

BAB I

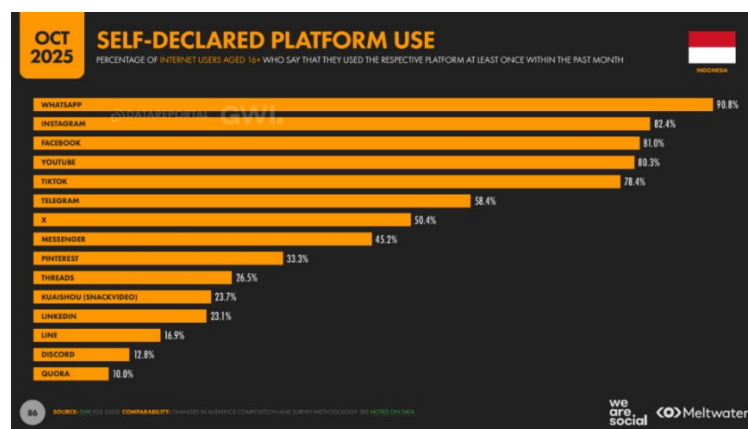
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses, memproduksi, dan mengonsumsi informasi. Kehadiran internet dan media sosial menciptakan ruang komunikasi baru yang memungkinkan masyarakat terhubung tanpa batas ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi, hiburan, edukasi, hingga pembentukan opini publik. Dalam konteks ini, media sosial berkembang menjadi ruang sosial digital yang mampu memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku penggunanya. Sumadiria (2020) menyatakan bahwa media sosial muncul seperti pandemi yang menyebar secara global dengan sangat cepat dan tak terduga.

Salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan tinggi adalah Instagram. Platform ini memungkinkan pengguna membagikan konten visual seperti foto, video, dan reels yang dapat menjangkau audiens luas. Karakteristik visual serta fitur interaktif seperti feed, stories, reels, dan explore membuat Instagram efektif dalam menyebarkan berbagai tren gaya hidup di masyarakat

Algoritma Instagram bekerja dengan menyesuaikan tampilan konten berdasarkan preferensi dan riwayat interaksi pengguna, seperti aktivitas melihat, menyukai, mengomentari, dan membagikan konten. Mekanisme ini menyebabkan pengguna cenderung terpapar konten yang serupa secara berulang pada linimasa mereka. Kondisi tersebut memungkinkan suatu konten untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan intensitas paparan terhadap pengguna.



Gambar 1.1 *Presentase Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia*

Sumber: We Are Social & Meltwater, Digital Report 2025

Berdasarkan laporan Digital Report We Are Social dan Meltwater (Oktober 2025), penggunaan media sosial di Indonesia sangat tinggi. WhatsApp menjadi platform paling populer dengan 90,8%, diikuti oleh Instagram (82,4%), Facebook (81,0%), YouTube (80,3%), dan TikTok (78,4%) dari pengguna internet berusia 16 tahun ke atas yang mengaksesnya setidaknya sekali sebulan. Data ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di Indonesia dengan jangkauan audiens yang luas. Karakteristiknya yang berbasis visual memungkinkan pengguna membagikan berbagai konten mengenai gaya

hidup, hiburan, dan olahraga, sehingga berperan dalam memengaruhi persepsi dan perilaku pengguna, khususnya generasi muda. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram juga banyak dimanfaatkan oleh individu, komunitas, maupun influencer untuk membagikan konten terkait aktivitas olahraga dan gaya hidup sehat.

Seiring meningkatnya penggunaan media sosial, pandangan masyarakat terhadap olahraga juga mengalami perubahan. Aktivitas olahraga, khususnya lari, tidak lagi dipandang hanya sebagai kegiatan fisik, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup. Salah satu fenomena yang berkembang adalah tren pelari kalcer, yaitu aktivitas lari yang dikemas secara estetik dan menarik di media sosial sehingga menjadi bagian dari gaya hidup anak muda. Istilah “kalcer” merupakan istilah populer yang berasal dari kata “culture” yang merujuk pada gaya hidup atau tren tertentu yang berkembang di kalangan anak muda, khususnya di media sosial. Dalam konteks ini, pelari kalcer menggambarkan individu yang menjadikan aktivitas lari tidak hanya sebagai olahraga, tetapi juga sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren digital.

Fenomena tren lari di media sosial juga sering dikaitkan dengan *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari tren yang sedang populer. Ketergantungan pada media sosial dapat memunculkan FOMO yang mendorong individu untuk mengikuti perkembangan informasi dan tren yang sedang berlangsung (Al-Fiyah, 2025). Individu yang mengalami FOMO biasanya merasa cemas jika tidak ikut serta dalam aktivitas yang banyak dibicarakan orang lain (Aisafitri & Yusriyah, 2021). Namun, dalam konteks tren pelari kalcer, FOMO tidak

selalu berdampak negatif karena dapat menjadi dorongan sosial yang memotivasi seseorang untuk mencoba aktivitas positif, seperti mulai berolahraga atau mengikuti kegiatan lari.

Popularitas tren lari di media sosial juga dipengaruhi oleh influencer atau kreator konten yang membagikan aktivitas olahraga melalui visual menarik dan narasi motivasional. Konten tersebut membangun citra bahwa berlari merupakan bagian dari gaya hidup modern yang sehat dan aktif. Salah satu figur yang mempopulerkan tren ini adalah Sastra Silalahi, komika dan kreator konten yang dikenal di Instagram sejak mengikuti Stand Up Comedy Academy 2018, serta aktif membahas tren gaya hidup anak muda, termasuk fenomena pelari kalcer yang menampilkan lari sebagai bagian dari gaya hidup di media sosial.



Gambar 1.2 Akun Instagram Sastra Silalahi

Sumber: akun Instagram @sastra.silalahii

Berdasarkan gambar tersebut, akun Instagram Sastra Silalahi aktif membagikan konten hiburan dan tren gaya hidup anak muda. Akun ini memiliki lebih dari 300 ribu pengikut dan ribuan unggahan, menunjukkan aktivitas tinggi dalam memproduksi konten digital. Melalui video pendek yang humoris, ia juga membahas fenomena pelari kalcer. Dengan jumlah pengikut dan interaksi yang besar, kontennya berpotensi menjangkau audiens luas serta memengaruhi persepsi pengikut terhadap gaya hidup sehat melalui olahraga lari.

Fenomena ini semakin dikenal setelah ia merilis lagu berjudul “Pelari Kalcer” bersama kreator lain yang menggambarkan tren berlari sebagai bagian dari identitas sosial anak muda perkotaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas lari kini tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan olahraga semata, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup yang dipengaruhi oleh budaya digital dan media sosial.



Gambar 1.3 Konten Pelari Kalcer oleh Sastra Silalahi di Reels Instagram

Sumber: akun Instagram @sastra.silalahi

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat sebuah konten Instagram dari Sastra Silalahi yang mengangkat isu tentang pelari kalcer. Konten itu menunjukkan kegiatan berlari dengan pendekatan humor dan cerita yang menarik sehingga mudah dipahami oleh penonton. Istilah pelari kalcer menggambarkan tren berlari yang tidak hanya memprioritaskan aktivitas fisik tetapi juga mencakup gaya hidup dan ekspresi diri di platform media sosial. Penyajian konten yang kreatif dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan interaksi audiens, sehingga memiliki potensi untuk menjadikan tren lari bagian dari gaya hidup generasi muda.



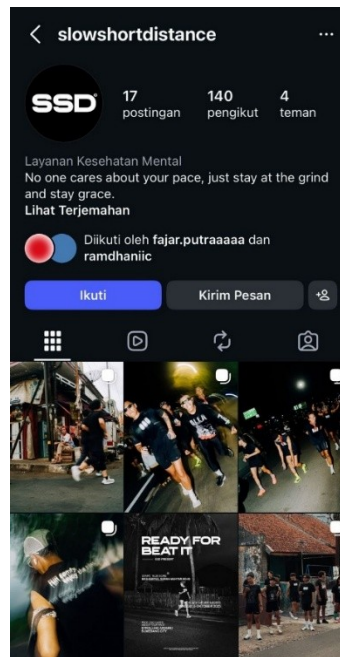
Gambar 1.4 Jumlah Viewers dalam Konten Pelari Kalcer oleh Sastra Silalahi di Reels Instagram

Sumber: akun Instagram @sastra.silalahii

Fenomena ini dapat dibuktikan melalui data keterpaan nyata di lapangan. Sebagai contoh, konten bertema "Day 1 Jadi Pelari Kalcer" di Instagram tercatat telah ditonton sebanyak 582 ribu kali, sementara konten bertema "When Lo Ngerasa Sepatu Lari Lo Uдах Paling Kalcer" bahkan telah ditonton hingga 3,1 juta kali. Tingginya angka penayangan pada konten-konten tersebut menunjukkan

bahwa fenomena pelari kalcer bukan sekadar tren minor di kalangan penggiat lari, melainkan telah menjadi konten yang menjangkau audiens luas di Instagram, sehingga relevan untuk dikaji pengaruhnya terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z.

Tren olahraga lari di media sosial juga diikuti dengan munculnya berbagai komunitas lari di berbagai daerah, termasuk di Sumedang. Komunitas lari menjadi wadah bagi individu yang memiliki minat terhadap olahraga lari untuk berkumpul, berlatih bersama, dan membangun semangat kebersamaan dalam menjalani gaya hidup aktif dan sehat. Salah satu komunitas yang aktif adalah Slow Short Distance, yang beranggotakan individu dari berbagai latar belakang, termasuk Generasi Z. Kehadiran komunitas ini menunjukkan bahwa tren lari tidak hanya berkembang di media sosial, tetapi juga diwujudkan dalam aktivitas nyata melalui kegiatan lari bersama serta partisipasi dalam berbagai event olahraga.



Gambar 1.5 Akun Instagram Komunitas Slow Short Distance

Sumber: akun Instagram @slowshortdistance

Melalui akun tersebut, komunitas ini rutin membagikan konten aktivitas lari bersama, informasi kegiatan, serta dokumentasi partisipasi dalam berbagai event olahraga. Komunitas ini menjadi wadah bagi individu yang memiliki minat terhadap olahraga lari untuk beraktivitas bersama sehingga berlari tidak hanya menjadi kegiatan individu, tetapi juga aktivitas sosial yang membangun interaksi antar anggota. Selain itu, anggota komunitas juga aktif menggunakan media sosial untuk mendokumentasikan aktivitas olahraga dan mengikuti tren yang berkembang, sehingga komunitas ini relevan untuk diteliti dalam melihat pengaruh paparan konten pelari kalcer terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z.

Generasi Z dipandang sebagai kelompok yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial serta berada pada fase kehidupan yang penting dalam pembentukan gaya hidup jangka panjang. Penelitian ini secara khusus memilih Generasi Z sebagai responden penelitian karena kelompok usia ini merupakan pengguna aktif media sosial, khususnya Instagram, yang menjadi salah satu platform populer dalam penyebaran tren gaya hidup sehat. Generasi Z memiliki karakteristik yang dekat dengan perkembangan teknologi digital serta cenderung mengikuti tren yang berkembang di media sosial, termasuk tren olahraga dan gaya hidup sehat.

Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku dan gaya hidup sehat generasi muda. Namun, sebagian besar penelitian masih membahas pengaruh media sosial secara umum tanpa menyoroti jenis konten tertentu yang berkembang di dalamnya. Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum secara spesifik mengkaji fenomena konten pelari kalcer di Instagram sebagai tren gaya hidup sehat yang sedang berkembang.

Penelitian terdahulu umumnya belum memfokuskan pada Generasi Z dalam konteks komunitas lari lokal, sehingga belum mampu menggambarkan bagaimana pengaruh media sosial berinteraksi dengan aktivitas nyata di masyarakat. Selain itu, pengukuran pengaruh media dalam penelitian sebelumnya masih terbatas dan belum secara spesifik menggunakan dimensi frekuensi, durasi, dan atensi sebagai indikator paparan media.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji pengaruh paparan konten pelari kalcer di Instagram terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari lokal, menggunakan dimensi frekuensi, durasi, dan atensi. Penelitian ini penting karena belum banyak penelitian yang mengkaji fenomena tersebut secara spesifik, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran media sosial dalam membentuk perilaku gaya hidup sehat pada Generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Seberapa besar pengaruh paparan konten pelari kalcer di Instagram terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang?

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh paparan konten pelari kalcer di Instagram terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang?
2. Seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang?

3. Seberapa besar pengaruh durasi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang?
4. Seberapa besar pengaruh atensi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh paparan konten pelari kalcer di Instagram terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh durasi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atensi terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh paparan konten pelari kalcer di Instagram terhadap perilaku gaya hidup sehat Generasi Z pada komunitas lari Slow Short Distance di Sumedang diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, terutama dalam memahami pengaruh media sosial terhadap pembentukan perilaku gaya hidup sehat. Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini Adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi massa, media digital, dan komunikasi kesehatan.
- 2) Memperkaya literatur ilmiah mengenai pengaruh paparan media sosial terhadap perilaku gaya hidup sehat pada Generasi Z.
- 3) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara konten media sosial, tren gaya hidup sehat, dan perilaku kesehatan dengan pendekatan kuantitatif.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku gaya hidup sehat serta perubahan gaya hidup pada Generasi Z.

2) Bagi Generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial secara positif, khususnya

dalam membangun perilaku untuk menjalani gaya hidup sehat melalui aktivitas olahraga seperti lari.

3) Bagi Praktisi Media dan *Content Creator*

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten maupun influencer dalam merancang konten olahraga dan gaya hidup sehat yang lebih edukatif, inspiratif, serta mampu memberikan dampak motivasional kepada audiens, khususnya Generasi Z sebagai pengguna aktif media sosial.

4) Bagi Komunitas Olahraga dan Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana paparan konten olahraga di media sosial dapat memengaruhi perilaku individu untuk aktif berolahraga, sehingga dapat mendorong partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda, dalam kegiatan olahraga seperti lari yang dilakukan melalui komunitas.