

Performativitas Digital dan Pembentukan Identitas Kolektif: Studi Etnografi Virtual pada Komunitas Fun Running di Tulungagung, Jawa Timur

Clara Sinta Pratiwi^{1*}, Muchamad Rudi Cahyono², Luthfi Ulfa Ni'amah³, Ahmad Misbakhul Amin⁴

^{1,3,4} Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

² Prodi Ilmu Hadis, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

*Email korespondensi: clara_sinta@uinsatu.ac.id

Abstrak

Fenomena *fun running* di Tulungagung berkembang sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat urban, yang tidak hanya berorientasi pada kesehatan, tetapi juga menjadi ruang ekspresi sosial dan identitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana performativitas digital berperan dalam pembentukan identitas kolektif Friday Running Community di Tulungagung. Penelitian menggunakan pendekatan etnografi virtual dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan dan digital, wawancara, serta dokumentasi. Penelitian dilakukan selama Mei–Juni 2025 dengan melibatkan tiga informan anggota komunitas, satu di antaranya juga aktif sebagai *content creator*. Observasi digital difokuskan pada akun Instagram @friday_running. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performativitas anggota komunitas berlangsung melalui keterhubungan antara aktivitas lari di ruang fisik dan representasi di ruang digital. Penggunaan fashion dan aksesoris olahraga, dokumentasi kegiatan, serta publikasi melalui media sosial menjadi bagian dari praktik performatif yang membentuk identitas komunitas. Praktik tersebut tidak berlangsung secara homogen — anggota memiliki motivasi beragam, mulai dari kesehatan, kesenangan, relasi sosial, hingga kebutuhan akan eksistensi dan representasi diri. Media sosial bertransformasi menjadi ruang representasi yang memperkuat interaksi dan identitas kolektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa identitas komunitas *fun running* terus diproduksi dan dinegosiasikan melalui hubungan antara praktik sosial di ruang fisik dan representasi di ruang digital.

Kata kunci: *Fun Running*; Performativitas; Identitas Kolektif; Komunitas Digital; Tulungagung.

Digital Performativity and the Construction of Collective Identity: A Virtual Ethnographic Study of the Fun Running Community in Tulungagung, East Java

Abstract

The phenomenon of fun running in Tulungagung has developed as part of an urban lifestyle that is oriented not only toward health but also toward social expression and identity. This study aims to analyze how digital performativity contributes to the construction of collective identity within the Friday Running Community in Tulungagung. This study employed a virtual ethnographic approach, with data collected through field and digital observations, interviews, and documentation. The research was conducted from May to June 2025 and involved three community members as informants, one of whom was active as a content creator. Digital observation focused on the Instagram account @friday_running. The findings show that community members' performativity operates through the interconnection between running activities in physical spaces and their representation in digital spaces. The use of sports fashion and accessories, activity documentation, and social media publications constitute performative practices through which community identity is constructed. These practices are not homogeneous; members demonstrate diverse motivations, ranging from health and enjoyment to the pursuit of visibility and self-representation. Social media functions as a representational space that strengthens interaction and collective identity. Ultimately, this study demonstrates that community identity is continuously produced and negotiated through the relationship between physical social practices and digital representations.

Keywords: *Fun Running*; Performativity; Collective Identity; Digital Community; Tulungagung.

PENDAHULUAN

Fenomena *fun running* telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan masyarakat urban dan komunitas pecinta olahraga. *Fun running* tidak hanya dipandang sebagai aktivitas fisik untuk menjaga kesehatan, tetapi dalam kadar tertentu telah berkembang menjadi gaya hidup yang menawarkan pengalaman sosial dan hiburan (Rees, 1980). Berbeda dengan olahraga lari yang berorientasi pada kompetisi, *fun running* lebih menekankan aspek kesenangan, kebersamaan, dan keterlibatan sosial dalam acara yang dikemas secara menarik, seperti *color run*, *charity run*, atau *theme-based run* (Tao et al., 2024). Peningkatan popularitas *fun running* ini juga didukung oleh tren global untuk mengadopsi gaya hidup sehat yang lebih aktif dan inklusif, yang semakin diperkuat oleh peran media sosial dalam mempromosikan aktivitas tersebut (Schoenstedt & Reau, 2010).

Dari sisi kesehatan, penelitian menunjukkan bahwa partisipasi dalam kegiatan lari santai dapat meningkatkan kebugaran fisik, memperbaiki kesehatan mental, serta memperkuat interaksi sosial dalam komunitas, sekaligus meningkatkan motivasi individu untuk berolahraga secara rutin, terutama bagi mereka yang sebelumnya kurang aktif secara fisik (Aprilo et al., 2024). Penyelenggaraan *fun running* pun berkembang menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga sebagai bagian dari keseharian. Di luar aspek kesehatan, *fun running* juga memiliki dimensi hiburan yang membuatnya semakin diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. Pengemasan acara yang kreatif, seperti penggunaan kostum tematik, tantangan unik, serta hiburan di sepanjang rute lari, memberikan pengalaman yang menyenangkan dan meningkatkan daya tariknya (Rosin, 1979). Dengan format yang lebih santai dan interaktif, *fun running* sering dijadikan ajang untuk bersosialisasi dan membangun jejaring, baik dalam lingkup komunitas lokal maupun skala yang lebih luas (Mou et al., 2018).

Media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk identitas komunitas *fun running* serta memperkuat performativitas kegiatan tersebut di ruang digital. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan komunitas untuk membangun citra kolektif melalui berbagai unggahan foto, video, serta cerita pengalaman yang dibagikan oleh para anggota (Setiawati et al., 2019). Identitas komunitas *fun running* terbentuk melalui interaksi langsung dalam kegiatan lari, yang kemudian diperkuat oleh narasi digital yang menggambarkan semangat kebersamaan dan gaya hidup sehat yang diusung oleh para peserta. Dengan adanya media sosial, komunitas *fun running* dapat dengan mudah memperluas jangkauan dan menarik lebih banyak partisipan yang sebelumnya tidak terlibat dalam kegiatan tersebut.

Di Tulungagung, peran media sosial dalam membentuk identitas komunitas *fun running* semakin terlihat dengan maraknya akun-akun komunitas lari yang aktif berbagi pengalaman dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi. Komunitas *fun running* lokal menjelma sebagai ruang untuk membangun interaksi sosial yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam aktivitas fisik yang menyenangkan. Salah satu komunitas tersebut adalah Friday Running Community, yang menjalankan aktivitas lari rutin setiap Jumat pagi dengan titik awal di Taman Tugu Kartini, Tulungagung. Komunitas ini juga menggunakan akun Instagram @friday_running sebagai ruang untuk mempublikasikan aktivitas komunitas melalui foto kegiatan lari, *story*, poster kegiatan, *caption*, *hashtag*, komentar, foto bersama, serta berbagai representasi capaian aktivitas lari. Kehadiran komunitas dalam ruang fisik sekaligus ruang digital tersebut menjadikannya relevan untuk dikaji lebih jauh bagaimana praktik lari dan penggunaan media sosial saling berhubungan dalam membentuk identitas komunitas.

Dalam komunitas *fun running*, media sosial menjadi alat utama untuk membangun narasi mengenai siapa mereka, nilai-nilai yang mereka anut, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan masyarakat luas. Representasi ini berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran akan eksistensi komunitas dan memperkuat keterikatan sosial antaranggota, yang pada akhirnya turut meningkatkan partisipasi dalam aktivitas lari bersama. Komunitas lokal seperti yang ada di Tulungagung menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat menjadi strategi dalam mengembangkan solidaritas dan membangun interaksi sosial yang lebih luas, sekaligus menghubungkan berbagai individu dari latar belakang yang berbeda. Media sosial menjadi medium untuk berbagi pengalaman, berbagi informasi mengenai *event* lari, serta membangun diskusi tentang manfaat aktivitas fisik bagi kesehatan.

Untuk membedah fenomena tersebut, penelitian ini bertumpu pada dua kerangka konseptual yang saling melengkapi. Pertama, konsep performativitas dari Butler (2009) yang memandang identitas bukan sebagai esensi yang telah ada sebelumnya, melainkan sesuatu yang terus-menerus diproduksi melalui repetisi tindakan, simbol, dan wacana (Salih, 2007). Gagasan ini berakar pada teori tindak tutur (*speech act*) Austin (1975), yang menekankan bahwa suatu ujaran atau tindakan dapat turut menghasilkan realitas sosial, bukan sekadar mendeskripsikannya. Dalam kerangka ini, identitas komunitas *fun running* dipahami sebagai hasil dari pengulangan tindakan berlari, penggunaan atribut olahraga, serta publikasi digital yang dilakukan secara konsisten, bukan sebagai sesuatu yang secara alamiah melekat pada anggotanya. Kedua, penelitian ini menggunakan perspektif dramaturgi Goffman (1959) yang memandang interaksi sosial sebagai pertunjukan, dengan panggung depan (*front stage*) sebagai ruang presentasi diri yang telah dikelola dan panggung belakang (*back stage*) sebagai ruang privat yang tidak ditampilkan ke publik (Urick, 2014). Media sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai perluasan dari *front stage* tersebut, tempat aktivitas lari yang semula berlangsung di ruang fisik direpresentasikan ulang secara terkurasi untuk dikonsumsi oleh audiens yang lebih luas, sejalan dengan gagasan Picone (2015) tentang pengelolaan kesan (*impression management*) sebagai praktik yang meluas ke ranah digital. Ruang digital tempat representasi tersebut berlangsung mengacu pada konsep komunitas virtual (*virtual community*), yaitu ikatan sosial yang dapat terbentuk dan dipertahankan melalui interaksi daring tanpa selalu ditopang oleh kedekatan fisik (Ellis et al., 2004; Rheingold, 2000; Wellman & Gulia, 2018; Widyaningrum, 2021). Kedua kerangka performativitas dan dramaturgi tersebut digunakan secara bersamaan untuk memahami bagaimana identitas kolektif Friday Running Community diproduksi dan dinegosiasikan melalui keterhubungan antara praktik berlari di ruang fisik dan representasi yang berulang di ruang digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji keterkaitan antara komunitas olahraga, gaya hidup, dan media digital di Indonesia sebagai pijakan bagi penelitian ini. Hafizh et al. (2022), dalam kajiannya terhadap komunitas lari LibuRUN di Pekanbaru, menemukan bahwa aktivitas lari kerap berkelindan dengan perilaku konsumtif sebagai bagian dari gaya hidup anggotanya. Amin et al. (2025) mengkaji tren olahraga lari di CPI Makassar melalui perspektif kritis Herbert Marcuse dan menunjukkan bagaimana industri fashion turut membentuk selubung kapitalisme di balik aktivitas lari tersebut. Haryanto et al. (2021) mencatat bahwa penyelenggaraan *fun run* efektif membangkitkan semangat berolahraga masyarakat, sedangkan Astuti & Binu (2022) menegaskan pentingnya media digital dalam memberdayakan komunitas lokal melalui gerakan literasi digital. Pohan & Sugandi (2019) menunjukkan bahwa komunitas sepeda Bike to Campus

memanfaatkan media digital untuk memperluas jejaring sekaligus meningkatkan pengakuan sosial anggotanya.

Sejumlah penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam membangun identitas, memperluas jejaring, meningkatkan keterikatan sosial, serta memperkuat eksistensi komunitas olahraga. Namun, kajian-kajian tersebut masih menyisakan ruang untuk memahami bagaimana identitas kolektif komunitas *fun running* diproduksi melalui hubungan antara aktivitas yang berlangsung secara langsung di ruang fisik dan representasi yang dilakukan secara berulang di ruang digital. Aktivitas lari dapat dimaknai sebagai kebutuhan kesehatan dan relasi sosial, tetapi pada saat yang sama juga dapat menjadi ruang untuk menampilkan gaya hidup dan eksistensi diri. Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menempatkan pembentukan identitas kolektif sebagai praktik performatif melalui keterhubungan ruang fisik dan ruang digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya melihat bagaimana repetisi aktivitas lari, representasi visual, penggunaan atribut olahraga, interaksi sosial, dan publikasi di media sosial secara bersama-sama membentuk sekaligus menegosiasikan identitas kolektif pada komunitas *fun running* lokal di Tulungagung. Dengan demikian, penting untuk mengangkat topik ini ke dalam kajian yang lebih mendalam guna mengetahui bagaimana performativitas anggota komunitas *fun running* di Tulungagung diekspresikan melalui media sosial, mengingat konsekuensi dari penampilan di dunia digital tidak dapat diabaikan lagi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian mengacu pada etnografi virtual untuk memahami bagaimana komunitas *fun running* di Tulungagung membentuk identitas dan interaksi sosial melalui media sosial (Iskandar & Irawati, 2023; Nasrullah, 2017). Penelitian difokuskan pada Friday Running Community dan akun Instagram @friday_running selama Mei–Juni 2025. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan digital, wawancara, serta dokumentasi. Pada dua pertemuan awal, peneliti melakukan observasi nonpartisipatif, sedangkan pada pertemuan berikutnya peneliti terlibat secara partisipatif dengan mengikuti kegiatan lari bersama komunitas. Observasi digital dilakukan terhadap foto, *story*, poster kegiatan, *caption*, komentar, *hashtag*, foto bersama, serta representasi aktivitas lari yang dipublikasikan melalui Instagram.

Wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap tiga informan yang merupakan anggota Friday Running Community, satu di antaranya (I-03) juga aktif sebagai *content creator*. Informan dipilih berdasarkan kriteria *purposive* berikut: (1) merupakan anggota aktif yang telah bergabung dengan Friday Running Community sekurang-kurangnya enam bulan sebelum penelitian dilakukan; (2) mengikuti kegiatan lari bersama secara rutin, yakni hadir dalam minimal delapan kali pertemuan selama periode observasi Mei–Juni 2025; dan (3) memiliki pengalaman langsung dalam memproduksi dan/atau mengonsumsi representasi digital komunitas, yang dioperasionalkan sebagai keterlibatan aktif mengunggah, mengomentari, atau membagikan ulang konten pada akun Instagram @friday_running maupun akun pribadi. Untuk memperjelas identitas informan, karakteristik ketiga informan dirangkum pada Tabel 1. Identitas informan ditampilkan menggunakan inisial (I-01 hingga I-03) untuk menjaga privasi, sesuai dengan kesepakatan persetujuan (*informed consent*) yang diperoleh sebelum wawancara dilakukan.

Tabel 1. Identitas Informan Penelitian

No	Inisial	Usia	Domisili (Kecamatan/Kota)	Lama Bergabung dengan Komunitas	Peran dalam Komunitas
1	I-01	35	Tulungagung	2 tahun	Anggota
2	I-02	33	Campurdarat	1 tahun	Anggota
3	I-03	25	Sumbergempol	1 tahun	<i>Content Creator</i>

Sumber: Diolah oleh penulis

Wawancara dilakukan secara langsung dan melalui telepon dengan pokok pertanyaan mengenai motivasi mengikuti komunitas, interaksi antaranggota, penggunaan atribut olahraga, pengalaman mengikuti kegiatan, serta produksi dan representasi aktivitas lari di media sosial. Susunan pertanyaan tersebut diturunkan dari tujuan penelitian dan kerangka teoretis yang digunakan: pertanyaan mengenai penggunaan atribut olahraga mengacu pada konsep performativitas Butler (2009) tentang repetisi simbol sebagai pembentuk identitas; pertanyaan mengenai interaksi antaranggota dan pengelolaan citra di media sosial mengacu pada perspektif dramaturgi Goffman (1959) tentang pengelolaan kesan di *front stage*; sedangkan pertanyaan mengenai motivasi dan pengalaman pribadi anggota digunakan untuk menjangring variasi pemaknaan yang tidak sepenuhnya tercakup oleh kedua kerangka tersebut, termasuk kemungkinan resistensi terhadap logika performativitas digital. Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan tema-tema yang muncul, terutama terkait performativitas, interaksi sosial, motivasi anggota, dan representasi digital dalam pembentukan identitas komunitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Ekspresi Status Sosial melalui Fashion dan Aksesoris

Fenomena *fun running* Tulungagung memperlihatkan bagaimana olahraga lari telah mengalami transformasi dari aktivitas fisik menjadi praktik sosial yang sarat makna simbolik. Aktivitas berlari kini dimaknai sebagai arena ekspresi identitas sosial dan gaya hidup urban. Dalam kajian budaya, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep performativitas Butler (2009), yang menyatakan bahwa identitas dibentuk melalui repetisi tindakan dan simbol yang terus-menerus. Anggota komunitas *fun running* menampilkan identitas mereka melalui pilihan pakaian olahraga bermerek, penggunaan sepatu edisi terbaru, hingga publikasi kegiatan lari di media sosial. Praktik ini sejalan dengan temuan Arisman et al. (2024) yang menegaskan bahwa komunitas olahraga di Indonesia kini berperan sebagai wadah representasi kelas sosial baru yang muncul di ruang publik kota.

Temuan tersebut juga terlihat selama pengamatan pada Friday Running Community. Atribut olahraga, khususnya sepatu dan pakaian yang digunakan, menjadi salah satu hal yang mendapat perhatian di antara anggota. Sebagaimana terlihat pada Gambar 1, anggota komunitas kerap tampil dengan perpaduan busana olahraga bermerek, aksesoris seperti kacamata hitam, hingga kerudung olahraga yang dipadankan secara khusus untuk aktivitas lari — menunjukkan bahwa penampilan menjadi bagian yang diperhatikan, bukan sekadar fungsi praktis semata. Salah seorang informan mengungkapkan adanya perasaan yang muncul ketika melihat anggota lain menggunakan sepatu bermerek.

"Ada banyak mbak-mbak yang pakek sepatu branded, walaupun saya nggak punya nggak papa mbak saya orangnya bodoh amat, tapi kok ya ternyata agak minder juga ya lama-lama"
(Wawancara dengan informan I-01).



Gambar 1. Ekspresi Sosial Melalui Fashion dan Aksesori
Sumber: Dokumentasi Friday Running Community

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan atribut olahraga berkaitan dengan kebutuhan proses perbandingan sosial di antara anggota. Menariknya, informan berusaha menunjukkan sikap tidak terlalu mempersoalkan kepemilikan sepatu bermerek, tetapi pada saat yang sama mengakui munculnya rasa minder. Hal ini menunjukkan adanya negosiasi dalam memaknai atribut olahraga sebagai bagian dari penampilan di lingkungan komunitas.

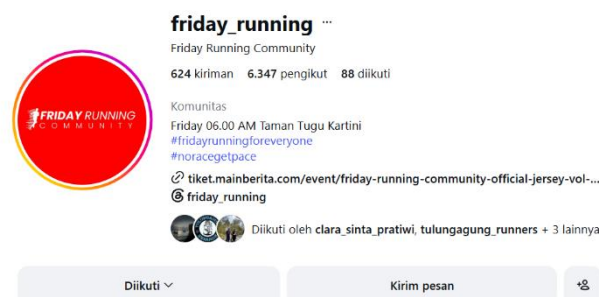
Performativitas *fun running* juga terlihat dalam cara interaksi sosial dibangun. Hal ini sejalan dengan perspektif dramaturgi Goffman (1959) yang memandang interaksi sosial sebagai pertunjukan di panggung depan (*front stage*). Foto bersama tokoh lokal menjadi kapital simbolik yang memperkuat posisi sosial pelari di dalam komunitas. Penelitian Pohan & Sugandi (2019) mengenai komunitas *Bike to Campus* di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (USBC) menunjukkan bahwa komunitas dimanfaatkan untuk memperluas jejaring sosial sekaligus meningkatkan pengakuan sosial melalui media digital. Panggung performatif semakin diperluas dengan hadirnya media sosial. Unggahan Instagram, video TikTok, atau catatan Strava menjadi bagian penting dari representasi diri. Dalam konteks Friday Running Community, praktik tersebut terlihat melalui dokumentasi kegiatan yang ditampilkan melalui akun Instagram @friday_running, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2, yang memperlihatkan unggahan video aktivitas lari lengkap dengan *caption*, *hashtag* lokasi, serta interaksi berupa komentar dan *likes* dari pengikut akun.



Gambar 2. Foto atau video aktivitas lari di Instagram @Friday_running
Sumber: Tangkapan layar media sosial Instagram

Foto aktivitas lari, foto bersama, *story*, poster kegiatan, *caption*, hingga representasi capaian lari memperpanjang aktivitas yang berlangsung di ruang fisik ke ruang digital. Penulis melihat bahwa atribut yang dikenakan dan aktivitas yang dilakukan anggota tidak berhenti ketika kegiatan lari selesai; keduanya dapat kembali direpresentasikan melalui dokumentasi yang dipublikasikan di media sosial.

Aspek ekonomi juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Penyelenggaraan *fun running* di Tulungagung sering diprakarsai oleh kalangan yang memiliki sumber daya lebih, dengan dukungan sponsor, kaos eksklusif, dan hadiah. Kapital ekonomi memengaruhi bagaimana simbol-simbol gaya hidup diproduksi dan dipertontonkan, yang menunjukkan keterjalinan antara olahraga, hiburan, dan kapitalisme gaya hidup. Dimensi ekonomi ini turut tampak pada profil akun @friday_running, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3, yang memperlihatkan skala jejaring komunitas dengan lebih dari 6.300 pengikut, serta tautan penjualan *jersey* resmi dan tiket *event* berbayar yang dipasang langsung pada bio akun — menandakan bahwa identitas komunitas juga dikelola melalui aktivitas komersial, bukan semata kegiatan lari bersama.

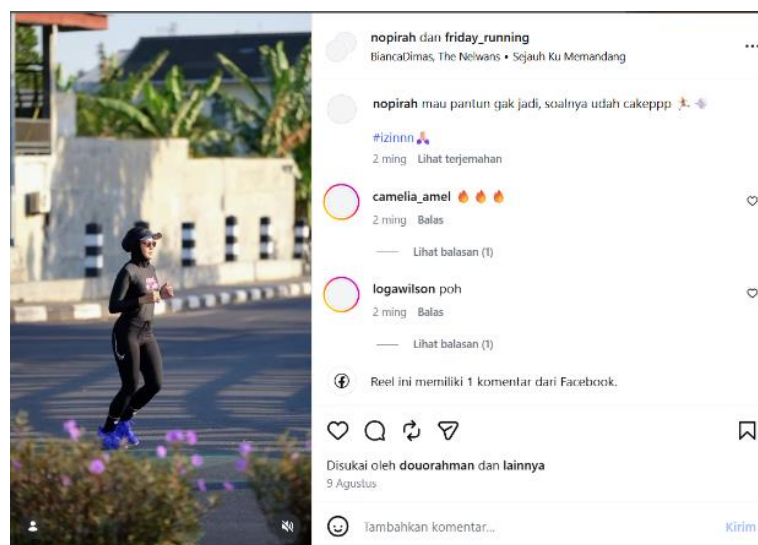


Gambar 3. Akun Media Sosial Friday Running Community
Sumber: Tangkapan layar media sosial Instagram

Arisman et al. (2024) mengenai budaya maraton di Jakarta menemukan bahwa *sponsorship* dan dukungan korporasi menjadi faktor penting dalam membentuk citra eksklusif olahraga lari sebagai gaya hidup kelas menengah perkotaan. Jika ditinjau lebih jauh, praktik ini mengilustrasikan apa yang disebut Featherstone (1987) sebagai *lifestyle consumption*, di mana

konsumsi barang tidak lagi sebatas kebutuhan, tetapi menjadi simbol identitas. *Fun running* di Tulungagung menjadi ruang di mana masyarakat menengah-urban menegosiasikan identitas mereka; aktivitas olahraga komunitas kerap menjadi ajang untuk mengonstruksi citra diri modern dan progresif (Arisman et al., 2024).

Praktik penggunaan atribut bermerek pada Friday Running Community memperlihatkan bahwa proses tersebut tidak selalu diterima anggota secara seragam. Penggunaan atribut bermerek dapat menjadi bagian dari ekspresi gaya hidup bagi sebagian anggota, namun bagi anggota lain justru dapat menghasilkan perasaan berbeda, termasuk rasa minder sebagaimana disampaikan informan. Fashion dan aksesoris dalam komunitas pada akhirnya berfungsi sebagai penanda status, sekaligus menjadi simbol yang dinegosiasikan dan dimaknai secara berbeda oleh anggota. Kecenderungan ini turut terlihat pada Gambar 4, yang menampilkan seorang anggota berlari sendirian di ruang publik kota dengan penataan visual yang estetik — menunjukkan bahwa penampilan diri tetap diperhatikan bahkan dalam momen berlari yang bersifat personal, bukan hanya ketika tampil bersama kelompok.



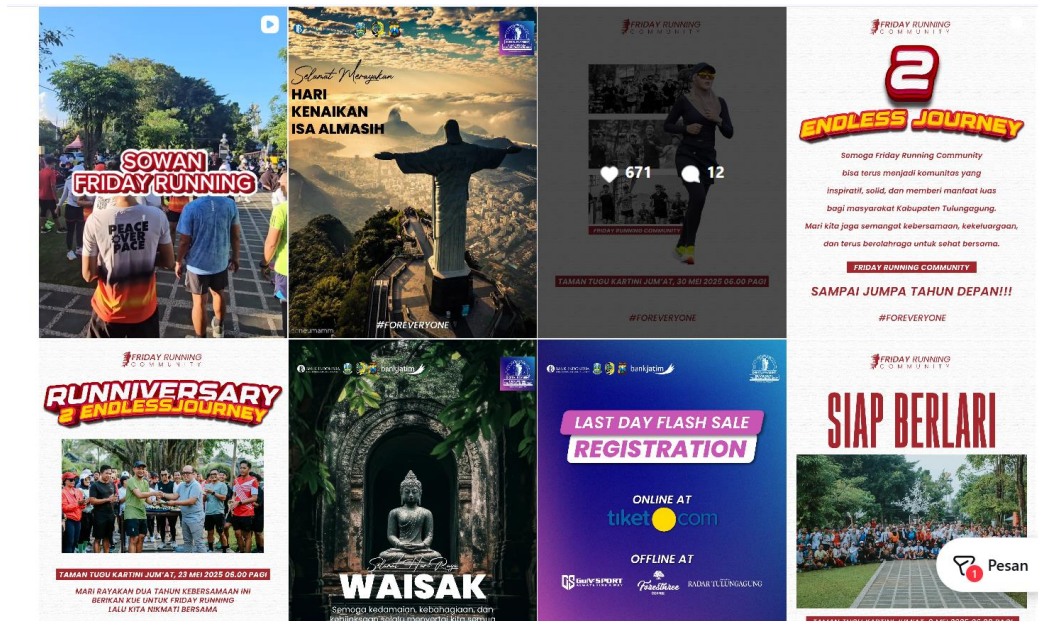
Gambar 4. Ruang Publik Kota sebagai Identitas Lokal dan Arena Performatif
Sumber: Tangkapan layar media sosial Instagram

Fun running di Tulungagung merepresentasikan praktik performatif berlapis. Ia berfungsi sebagai olahraga yang memberi manfaat kesehatan sekaligus sebagai panggung sosial untuk menampilkan identitas, status, dan aspirasi modern. Teori Butler (2009) dan Goffman (1959) membantu memahami bagaimana performa pelari tidak bersifat kebetulan, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang terus diproduksi ulang melalui simbol, representasi, dan interaksi, baik di ruang fisik maupun digital. Dengan memadukan teori global dan temuan empiris lokal, dapat dipahami bahwa olahraga kontemporer di Indonesia berfungsi sebagai aktivitas fisik, sekaligus arena simbolik yang mencerminkan dinamika kelas sosial, kapitalisme, dan budaya digital.

Peran Media Sosial dalam Membangun Komunitas

Media sosial memiliki peran penting dalam membentuk dan memperkuat komunitas *fun running* di Tulungagung. Platform berfungsi sebagai media komunikasi sekaligus sebagai ruang untuk membangun identitas kolektif, memperluas jaringan sosial, serta mempertahankan keberlangsungan aktivitas komunitas. Dalam konteks ini, media sosial menjadi penghubung

antara aktivitas yang berlangsung secara langsung dengan interaksi yang berlanjut di ruang digital. Pada Friday Running Community, penggunaan media sosial terlihat melalui akun Instagram @friday_running yang digunakan untuk mempublikasikan aktivitas komunitas.



Gambar 5. Unggahan konten di akun @Friday_running
Sumber: Tangkapan layar media sosial Instagram

Berdasarkan pengamatan selama Mei–Juni 2025, konten yang ditampilkan meliputi foto kegiatan lari, *story*, poster kegiatan, *caption*, *hashtag*, foto bersama, komentar, serta representasi capaian aktivitas lari, sebagaimana terlihat pada Gambar 5, yang memperlihatkan ragam unggahan akun @friday_running — mulai dari poster ucapan hari besar keagamaan, promosi diskon pendaftaran *event*, statistik interaksi (*likes* dan komentar), hingga dokumentasi foto bersama saat kegiatan lari maupun momen perayaan komunitas. Publikasi tersebut membuat kegiatan yang berlangsung setiap Jumat tidak berhenti pada pertemuan secara langsung.

Media sosial juga berfungsi sebagai sarana koordinasi dan penyebaran informasi kegiatan. Informasi mengenai jadwal lari, titik kumpul, perubahan rute, maupun agenda *event* dapat disebarluaskan melalui jaringan komunikasi anggota. Dalam praktiknya, interaksi tersebut tidak selalu berlangsung dalam satu jaringan besar, melainkan mulai berkembang dan terbangun melalui kelompok-kelompok pertemanan yang lebih kecil. Salah seorang informan menjelaskan hal ini.

"Aku punya grup khusus kak sama besti-bestiku kalau mau ikut acara ini" (Wawancara dengan informan).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa partisipasi dalam kegiatan komunitas juga ditopang oleh relasi pertemanan yang terbentuk di antara anggota. Grup pertemanan menjadi ruang komunikasi yang lebih personal untuk menentukan keikutsertaan dalam kegiatan maupun *event*. Penulis berpandangan bahwa dalam bingkai tertentu media digital mendukung komunikasi komunitas secara formal, sekaligus memperkuat jejaring sosial yang berkembang di dalam komunitas.

Kehadiran fotografer juga memperlihatkan bahwa dokumentasi menjadi bagian dari strategi performatif. Foto dan video yang dihasilkan lalu dipublikasikan ke Instagram atau TikTok dengan pengemasan estetik. Dari sudut pandang dramaturgi Goffman (1959), proses ini memperpanjang panggung *front stage* dari arena lari ke ruang digital. Apa yang semula hanya berlangsung sesaat di jalan kota dapat terus ditampilkan dan dikonsumsi oleh audiens yang lebih luas. Dalam konteks Friday Running Community Tulungagung, dokumentasi aktivitas lari yang dipublikasikan melalui Instagram memperlihatkan keterhubungan antara pengalaman berlari secara langsung dengan representasinya setelah kegiatan berlangsung.

Dokumentasi juga memberi ruang performativitas tersendiri bagi fotografer. Identitas mereka sebagai anggota komunitas sekaligus produsen konten mendapatkan pengakuan sosial melalui apresiasi digital. Selain memperkuat citra kolektif, media sosial juga berfungsi sebagai sarana perekrutan anggota baru. Foto-foto yang diunggah dengan narasi kebersamaan, gaya hidup sehat, dan visual yang estetik sering kali menarik minat orang di luar komunitas, dan beberapa di antaranya kemudian memutuskan untuk bergabung setelah melihat representasi positif tersebut. Media sosial dengan demikian menjadi instrumen reproduksi komunitas sekaligus memperluas jejaring sosial melalui eksposur digital. Hal ini mendukung analisis Barney (2004) tentang *network society*, di mana identitas sosial kontemporer terbentuk melalui interaksi dan representasi di ruang jaringan digital.

Interaksi pasca-*event* di media sosial seperti saling menandai (*tag*), memberikan komentar, dan berbagi ulang konten memperkuat solidaritas kelompok. Proses ini menciptakan siklus timbal balik antara interaksi fisik dan digital: momen kebersamaan di jalan raya diperpanjang ke dunia maya, sementara interaksi digital memperkuat motivasi untuk hadir kembali di *event* berikutnya. Dalam konteks teori performativitas Butler (2009), repetisi publikasi foto, *story*, dan unggahan digital memperkuat konstruksi identitas komunitas. Identitas mereka sebagai kelompok urban, aktif, sehat, dan modern tidak dibangun sekali saja, tetapi diproduksi terus-menerus melalui representasi digital yang berulang.

Singkatnya, peran media sosial dalam komunitas *fun running* di Tulungagung dapat dipahami dalam tiga dimensi utama. Pertama, sebagai medium koordinasi internal yang menjamin keberlangsungan kegiatan rutin. Kedua, sebagai ruang representasi estetik yang memperluas panggung performatif ke ranah digital. Ketiga, sebagai instrumen reproduksi komunitas yang memperkuat kohesi sosial sekaligus menarik anggota baru. Keseluruhan dimensi ini menegaskan bahwa media sosial menjadi arena kultural tempat identitas kolektif dibentuk, dinegosiasikan, dan dipertontonkan secara terus-menerus.

Ambivalensi: Eksistensi dan Kesehatan

Fenomena *fun running* di Tulungagung tidak dapat dipahami secara tunggal sebagai praktik performatif yang sepenuhnya berorientasi pada eksistensi sosial. Meskipun banyak anggota yang menekankan aspek gaya hidup, penampilan, dan simbol status, terdapat pula individu-individu yang memaknai kegiatan ini secara berbeda. Mereka menempatkan aktivitas lari sebagai sarana menjaga kesehatan fisik dan mental, tanpa terikat pada prestise fashion maupun tuntutan gaya hidup urban.

Riu (2025) menegaskan bahwa ambivalensi menunjukkan komunitas *fun running* sebagai ruang dengan spektrum motivasi yang luas. Di satu sisi, ada anggota yang memaknai lari sebagai panggung untuk menampilkan diri melalui sepatu mahal, pakaian bermerek, atau unggahan

estetik di Instagram. Di sisi lain, ada pula yang lebih fokus pada manfaat kesehatan, seperti menurunkan berat badan, menjaga stamina, atau mengurangi stres.

Keragaman motivasi tersebut juga ditemukan pada anggota Friday Running Community. Aktivitas lari tidak selalu dimaknai dalam kerangka penampilan maupun eksistensi digital. Salah seorang informan menggambarkan keterlibatannya dalam kegiatan komunitas secara lebih sederhana.

"Suka aja sih suasananya, ya itung-itung cari keringat, apalagi kalau dapatnya jodoh makin beruntung kita" (Wawancara dengan informan I-03).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa motivasi mengikuti kegiatan lari dapat berkelindan antara kesenangan, kesehatan, dan relasi sosial. Ungkapan "cari keringat" menunjukkan orientasi terhadap aktivitas fisik, sedangkan ketertarikan pada suasana dan kemungkinan memperoleh relasi baru menunjukkan bahwa keterlibatan dalam komunitas juga memiliki dimensi sosial. Sekali lagi, motivasi anggota tidak selalu dapat ditempatkan secara tegas antara kepentingan kesehatan dan eksistensi, tetapi dapat berlangsung secara bersamaan dalam pengalaman mengikuti komunitas.

Tidak semua anggota larut dalam arus performativitas, sebab terdapat heterogenitas motivasi yang membentuk dinamika komunitas. Hal ini sesuai dengan perspektif Arisman et al. (2024) tentang *habitus*: praktik sosial seseorang ditentukan oleh kepemilikan kapital ekonomi atau simbolik, tetapi juga oleh latar belakang, pengalaman, dan disposisi tubuh yang beragam. Dari wawancara tersebut terlihat jelas bahwa motivasi kesehatan menjadi prioritas bagi sebagian anggota. Lari bersama komunitas dipandang sebagai sarana disiplin kolektif untuk menjaga gaya hidup sehat, dan kehadiran orang lain justru menjadi motivasi tambahan, bukan semata panggung pertunjukan diri.

Ambivalensi juga tampak dalam cara anggota komunitas menegosiasikan identitas mereka di media sosial. Beberapa memilih tidak aktif mengunggah konten, meskipun mereka rutin hadir dalam *event*, yang memperlihatkan adanya jarak terhadap logika eksistensi digital. Anggota tetap dapat menikmati aktivitas lari tanpa menempatkannya sebagai strategi pencitraan. Hal ini memperkuat argumen bahwa *fun running* tidak homogen, melainkan ruang yang menampung berbagai motivasi dan praktik sosial.

Dalam perspektif teori performativitas Butler (2009), ambivalensi menunjukkan bahwa tidak semua subjek mengikuti skema performatif yang dominan. Ada pula resistensi dalam bentuk praktik sehari-hari yang menolak untuk sepenuhnya larut dalam logika representasi. Justru di titik inilah komunitas menjadi menarik: ia memperlihatkan negosiasi antara logika eksistensi dan logika kesehatan, antara kebutuhan pengakuan sosial dan kebutuhan biologis.

Tampak bahwa kesehatan yang dicari bukan hanya kesehatan fisik, tetapi juga kesehatan mental. Lari bersama dipandang sebagai aktivitas katarsis yang membantu mengurangi stres akibat rutinitas kerja. Ambivalensi ini menjadi penting dicatat karena menunjukkan pluralitas makna dalam praktik *fun running*. Jika sebagian anggota memaknai olahraga sebagai kapital simbolik untuk menegaskan posisi sosial, maka sebagian lain memaknainya sebagai kapital biologis untuk memperpanjang usia dan menjaga kualitas hidup. Spektrum motivasi ini pada akhirnya memperlihatkan bahwa komunitas *fun running* adalah arena cair, tempat identitas dan tujuan individu dinegosiasikan secara terus-menerus.

Media Sosial sebagai Ruang Representasi dan Kapital Sosial

Media sosial menjadi arena representasi identitas kolektif bagi komunitas *fun running* di Tulungagung. Kehadiran komunitas di platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp berorientasi pada distribusi informasi teknis terkait jadwal lari atau koordinasi kegiatan, sekaligus penciptaan citra publik yang menegaskan eksistensi komunitas sebagai bagian dari gaya hidup urban dan modern. Melalui praktik unggahan visual dan naratif, media sosial menjadi medan identifikasi tempat anggota komunitas dapat mengenali diri mereka sebagai bagian dari kelompok yang berbagi nilai, aspirasi, dan status sosial tertentu.

Dalam konteks Friday Running Community, fungsi representasi tersebut terlihat melalui akun Instagram @friday_running. Berdasarkan observasi digital selama Mei–Juni 2025, aktivitas komunitas direpresentasikan melalui foto kegiatan lari, foto bersama, *story*, poster kegiatan, *caption*, *hashtag*, komentar, serta berbagai bentuk dokumentasi aktivitas anggota. Representasi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan yang berlangsung secara langsung setiap Jumat juga memperoleh keberlanjutan di ruang digital melalui dokumentasi dan publikasi kegiatan komunitas.

Media sosial bertindak sebagai *apparatus* kultural yang mengubah aktivitas biasa seperti lari santai menjadi performa sosial yang bernilai simbolik. Setiap unggahan yang menampilkan pose kebersamaan, dokumentasi aktivitas lari, atau fashion olahraga bukan sekadar rekaman fakta, tetapi tindakan representasional yang memproduksi makna tertentu tentang siapa komunitas ini dan bagaimana mereka ingin dilihat. Seperti dinyatakan oleh Afriani & Hayati (2023), komunitas daring di Indonesia membangun legitimasi sosial melalui kemampuan mengelola citra di ruang digital. Dalam konteks *fun running*, citra tersebut diperkuat melalui estetika visual tubuh sehat, ruang publik kota yang ditampilkan sebagai arena aktivitas, serta ekspresi digital kebersamaan yang dikonstruksi melalui foto kelompok dan *caption* motivasional.

Lebih jauh, media sosial memungkinkan pembentukan identitas kolektif melalui apa yang dapat disebut sebagai *visibility politics*, sebuah strategi untuk memastikan bahwa komunitas dilihat, dikenali, dan diakui oleh publik yang lebih luas. Semakin sering komunitas muncul di linimasa publik, semakin kuat identitas kolektif mereka sebagai bagian dari kelas sosial yang aktif, sehat, dan *digitally visible*. Keberulangan praktik unggahan ini mengoperasikan logika performativitas sebagaimana dijelaskan oleh Butler: identitas tidak ada sebelum tindakan, tetapi terbentuk melalui repetisi tindakan yang berlaku sebagai norma dan representasi (Butler, 2009). Alhasil, identitas komunitas *fun running* menjadi hasil dari praktik performatif digital yang terus bekerja melalui rutinitas unggahan, interaksi, dan respons audiens.

Pemanfaatan berbagai platform digital dalam komunitas *fun running* di Tulungagung menunjukkan adanya pembagian fungsi yang tidak seragam, melainkan terstruktur berdasarkan kebutuhan komunikasi dan tujuan representasi. WhatsApp, misalnya, beroperasi sebagai ruang koordinasi internal yang bersifat pragmatis dan efisien. Melalui grup WhatsApp, anggota komunitas saling bertukar informasi terkait jadwal latihan, titik kumpul, perubahan rute, serta pembagian peran teknis seperti dokumentasi atau penyediaan konsumsi. Format komunikasi yang cepat, ringkas, dan cenderung informal ini menguatkan fungsi WhatsApp sebagai ruang kerja kolektif yang menjaga kesinambungan aktivitas komunitas. Temuan ini sejalan dengan kajian Pradhana (2022), yang menegaskan bahwa WhatsApp kerap menjadi ruang taktis untuk membangun kedisiplinan aktivitas dalam komunitas berbasis hobi di Indonesia.

Pada tingkat yang lebih personal, komunikasi digital juga berkembang melalui kelompok pertemanan yang lebih kecil di antara anggota. Sebagaimana ditunjukkan dalam wawancara sebelumnya, terdapat anggota yang memiliki grup khusus bersama teman-teman dekat untuk menentukan keikutsertaan dalam kegiatan atau *event*. Praktik tersebut menunjukkan bahwa media digital menopang komunikasi formal komunitas, sekaligus memelihara relasi interpersonal yang menjadi bagian dari kapital sosial komunitas.

Berbeda dengan WhatsApp, Instagram dan Facebook hadir sebagai etalase visual yang berorientasi pada pencitraan. Instagram, dengan karakter medianya yang sangat visual, menjadi ruang utama tempat komunitas menata identitas digital mereka melalui unggahan foto, video singkat, hingga Instagram Stories. Pada @friday_running, praktik dokumentasi tersebut sekaligus memperlihatkan bagaimana kebersamaan yang terbentuk melalui aktivitas lari memperoleh bentuk visual yang dapat dilihat kembali, dibagikan, dan direspons oleh anggota maupun audiens di luar kegiatan. Media sosial kini benar-benar menjadi bagian dari proses produksi dan pemeliharaan identitas kolektif.

Representasi Tubuh: Visualisasi Aktivitas Fisik sebagai Modal Identitas

Ketegangan antara autentisitas dan performa publik menjadi salah satu dinamika penting dalam praktik digital komunitas *fun running* di Tulungagung. Di satu sisi, anggota komunitas menjalani aktivitas lari sebagai bagian dari rutinitas personal yang berkaitan dengan kesehatan, kesenangan, dan interaksi sosial. Di sisi lain, ketika aktivitas tersebut masuk ke ruang media sosial, muncul proses seleksi dan representasi yang membuat pengalaman personal menjadi konsumsi publik. Dalam konteks ini, media sosial tidak sekadar merekam aktivitas, tetapi juga menyediakan ruang bagi anggota untuk mengelola bagaimana dirinya ingin dilihat oleh orang lain.

Dalam perspektif dramaturgi Goffman (1959), media sosial dapat dipahami sebagai perluasan dari *front stage*, tempat individu menampilkan versi dirinya yang telah dipilih dan disesuaikan dengan audiens. Foto ketika berlari, penggunaan pakaian olahraga, ekspresi kebersamaan, hingga capaian aktivitas menjadi bagian dari representasi yang dapat memperkuat kesan tertentu mengenai diri maupun komunitas. Namun, apa yang ditampilkan di ruang digital tidak selalu sepenuhnya merepresentasikan pengalaman personal anggota selama mengikuti aktivitas lari.

Pada Friday Running Community, kondisi tersebut dapat dilihat dari perbedaan antara pengalaman aktivitas lari secara langsung dan bentuk kegiatan yang kemudian ditampilkan melalui akun Instagram @friday_running. Berdasarkan observasi selama Mei–Juni 2025, dokumentasi digital lebih banyak memperlihatkan momen kegiatan, kebersamaan anggota, poster *event*, foto bersama, dan berbagai representasi aktivitas lari. Konten tersebut menunjukkan sisi kegiatan yang dapat dikomunikasikan kepada publik, sementara pengalaman dan motivasi personal anggota tidak selalu dapat sepenuhnya terlihat melalui representasi visual tersebut.

Dalam konteks ini, autentisitas menjadi sesuatu yang dinegosiasikan. Aktivitas yang awalnya bersifat personal dapat mengalami transformasi ketika masuk ke ruang publik digital. Representasi tersebut bukan berarti sepenuhnya palsu, tetapi merupakan hasil seleksi atas bagian-bagian tertentu dari pengalaman yang dianggap layak untuk ditampilkan. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas digital tidak selalu identik dengan keseluruhan pengalaman

individu, melainkan terbentuk melalui proses pemilihan, pengulangan, dan pengelolaan representasi.

Temuan wawancara juga memperlihatkan bahwa anggota tidak memiliki motivasi yang seragam dalam mengikuti kegiatan komunitas. Sebagaimana terlihat pada pembahasan sebelumnya, terdapat anggota yang memaknai keterlibatan dalam kegiatan sebagai aktivitas untuk "cari keringat" dan menikmati suasana sosial. Pada sisi lain, penggunaan atribut bermerek juga dapat menghasilkan pengalaman berbeda, termasuk munculnya perasaan minder pada anggota tertentu. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa apa yang terlihat melalui dokumentasi digital komunitas tidak dapat secara langsung dianggap mewakili seluruh pengalaman dan orientasi anggotanya.

Dalam perspektif performativitas Butler (2009), representasi yang dilakukan secara berulang dapat berkontribusi terhadap pembentukan identitas. Pengulangan foto, *story*, simbol, dan berbagai dokumentasi kegiatan secara perlahan membangun gambaran mengenai komunitas sebagai kelompok yang aktif, sehat, modern, dan memiliki solidaritas. Namun demikian, identitas tersebut tidak sepenuhnya bersifat tunggal karena anggota tetap memiliki ruang untuk memaknai keterlibatannya berdasarkan pengalaman dan motivasi masing-masing.

Ketegangan antara autentisitas dan performa publik dalam komunitas *fun running* tidak perlu dipahami sebagai pertentangan antara sesuatu yang "asli" dan "palsu". Ketegangan tersebut lebih tepat dilihat sebagai proses negosiasi antara pengalaman personal anggota dengan representasi kolektif yang ditampilkan kepada publik. Media sosial memungkinkan komunitas membangun identitas kolektif melalui dokumentasi yang dilakukan secara berulang, tetapi pada saat yang sama pengalaman anggota tetap menunjukkan keragaman motivasi, orientasi, dan cara memaknai aktivitas lari.

Fashion, Atribut, dan Komodifikasi Identitas

Dalam praktik representasi digital komunitas *fun running* di Tulungagung, elemen visual seperti sepatu bermerek, *smartwatch*, dan *jersey* komunitas berfungsi sebagai simbol status yang melekat pada identitas gaya hidup urban. Atribut-atribut tersebut bekerja seperti bahasa visual yang menandai seseorang sebagai bagian dari komunitas dengan nilai, preferensi, dan gaya hidup tertentu. Sepatu edisi terbaru atau *smartwatch* dengan fitur pelacakan denyut jantung memuat narasi implisit bahwa tubuh dipahami dan dikelola melalui teknologi; bahwa berlari bukan sekadar aktivitas spontan, melainkan praktik terstruktur yang melibatkan pengetahuan, perangkat, dan investasi finansial.

Elemen visual juga menunjukkan bahwa olahraga dalam konteks ini telah mengalami proses *cultural upgrading*, bertransformasi dari aktivitas fisik sederhana menjadi praktik yang terikat pada estetika, teknologi, dan konsumsi. Karena itu, tampilan atletis dengan perlengkapan lengkap juga merupakan bentuk presentasi diri sebagai bagian dari lanskap gaya hidup urban yang terus berkembang di kota kecil seperti Tulungagung.

Keberadaan atribut ini menunjukkan bagaimana tubuh sebagai media performatif tidak pernah tampil sendiri, tetapi selalu dipresentasikan bersama objek-objek material yang mendukung pesan identitas. Di ruang digital, objek-objek tersebut menjadi ikon yang mudah dikenali dan memiliki nilai representasional tinggi. Foto *close-up* sepatu dengan latar garis *start*, sorotan *smartwatch* yang menampilkan *pace*, atau *jersey* komunitas yang dikenakan dalam pose kelompok membentuk kesan bahwa komunitas sadar citra, sadar tren, dan sadar bagaimana

mereka ingin terlihat oleh publik. Dalam situasi seperti ini, atribut olahraga tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi bagian dari *visual repertoire* komunitas yang membentuk estetika, membangun kesan profesionalitas, dan menegaskan posisi mereka dalam kultur kebugaran digital. Identitas yang terbangun dari atribut tersebut bukan sekadar identitas individual, tetapi identitas kolektif yang menandai komunitas *fun running* sebagai representasi kelas menengah urban yang terus mengonstruksi dirinya melalui tubuh, teknologi, dan tampilan.

Ruang Publik Kota sebagai Identitas Lokal dan Arena Performatif

Lokasi foto yang diambil di sepanjang rute kota dan jalan protokol Tulungagung menjadi salah satu elemen visual yang berfungsi sebagai *visual landmark* komunitas *fun running*. Ruang-ruang publik seperti area Tugu Kartini, Alun-Alun kota, Jalan Ahmad Yani, atau jalur menuju Stasiun Tulungagung sering muncul secara berulang dalam unggahan komunitas, sehingga ruang tersebut perlahan mengalami proses simbolisasi: dari sekadar ruang kota yang fungsional menjadi ruang identitas yang mewakili keberadaan komunitas.

Ruang tidak lagi berfungsi sebagai latar pasif, tetapi bertransformasi menjadi bagian dari narasi visual yang mengikat pengalaman berlari dengan memori kolektif komunitas. Foto yang memperlihatkan pelari berlari di bangunan kota, bundaran, atau marka jalan memperkuat citra bahwa komunitas ini hadir secara nyata dalam struktur perkotaan dan bukan hanya sebagai fenomena digital.

Keberulangan penggunaan titik-titik lokasi tersebut menciptakan apa yang dapat disebut sebagai *spatial branding*, yaitu proses ketika tempat tertentu dikaitkan dengan identitas kelompok. Ketika foto komunitas muncul di media sosial dengan latar yang sama, audiens baik anggota maupun publik secara tidak langsung belajar mengenali pola tersebut sebagai bagian dari identitas visual komunitas *fun running*. Foto yang diambil di ruang publik dalam aktivitas komunitas *fun running* berperan penting dalam membangun narasi kebersamaan serta menciptakan keterhubungan simbolik dengan kota Tulungagung. Visual-visual tersebut tidak hanya mendokumentasikan aktivitas fisik, tetapi juga merepresentasikan bahwa komunitas hadir dan berinteraksi langsung dengan ruang sosial kota.

Ketika anggota komunitas berlari atau berfoto di area seperti alun-alun kota, ruang terbuka hijau, trotoar boulevard, atau jalan protokol, praktik tersebut menandai bahwa ruang publik menjadi arena kolektif tempat identitas komunitas dipertunjukkan dan dinegosiasikan. Dengan kata lain, ruang publik menjelma menjadi medium tempat aktivitas olahraga dan ekspresi sosial bertemu, menghasilkan makna bersama yang lebih luas daripada sekadar praktik kesehatan.

Narasi kebersamaan tersebut diperkuat melalui komposisi foto yang umumnya menampilkan formasi kelompok, gestur saling mendukung, dan ekspresi kebahagiaan. Narasi visual seperti ini membangun kesan bahwa komunitas *fun running* bukan sekadar kumpulan individu yang kebetulan berlari bersama, tetapi sebuah entitas sosial yang menghargai solidaritas dan interaksi antarsesama anggota.

Hal ini sejalan dengan temuan Rahmadhani et al. (2024), yang menyatakan bahwa representasi aktivitas komunitas di ruang publik sering kali memunculkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap kota, karena ruang tersebut dipakai, dirasakan, dan direkam secara kolektif. Melalui unggahan tersebut, solidaritas akhirnya juga direproduksi di ruang digital sebagai ingatan visual bersama. Pada saat yang sama, unggahan foto-foto di ruang publik mengomunikasikan bahwa komunitas *fun running* merupakan bagian dari kehidupan kota, bukan

entitas yang berdiri terpisah. Ini menegaskan bahwa Tulungagung menjadi identitas yang dibawa, dirayakan, dan diperlihatkan melalui media sosial. Representasi seperti ini menciptakan keterhubungan afektif antara pelari, komunitas, dan kota — sebuah keterhubungan yang kemudian memperluas makna berlari menjadi aktivitas yang mengikat individu dengan lanskap sosial tempat mereka hidup. Foto di ruang publik berfungsi sebagai medium simbolik yang mempertemukan tubuh, komunitas, dan ruang kota dalam satu pengalaman sosial yang terus dipertahankan melalui visual digital.

Representasi ruang publik dalam unggahan komunitas *fun running* di Tulungagung juga menciptakan praktik simbolik yang dapat dipahami sebagai bentuk *territorial claiming*, yaitu upaya menandai ruang kota sebagai panggung identitas kelompok. Ketika foto berulang kali memperlihatkan pelari berada di titik-titik strategis kota seperti alun-alun, ikon *landmark*, jalur protokol, atau kawasan ruang publik terbuka, muncul pesan implisit bahwa ruang tersebut bukan sekadar dilewati, tetapi diklaim sebagai bagian dari eksistensi komunitas.

Dalam konteks ini, kota tidak diperlakukan sebagai lanskap pasif, tetapi sebagai ruang yang dipersonalisasi melalui aktivitas kolektif dan didistribusikan kembali ke publik dalam bentuk visual digital. Reproduksi visual yang konsisten ini membuat lokasi-lokasi tertentu menjadi identik dengan komunitas, sehingga ruang kota bertransformasi menjadi representasi identitas dan bukan sekadar lokasi fisik.

Proses *territorial claiming* ini juga menunjukkan bagaimana komunitas menciptakan relasi simbolik dengan kota melalui pengulangan tindakan (*repetitive embodiment*). Dengan munculnya foto-foto komunitas di lokasi yang sama dari waktu ke waktu, kota dipetakan secara sosial dan emosional sebagai ruang yang "dimiliki" oleh aktivitas lari bersama.

Manurung et al. (2025) menemukan bahwa komunitas olahraga yang menggunakan ruang publik secara rutin tidak hanya membangun rutinitas fisik, tetapi juga struktur makna mengenai siapa yang layak hadir dan bagaimana ruang seharusnya digunakan. Dalam kasus *fun running* Tulungagung, praktik ini memperlihatkan dinamika bahwa ruang kota bukan semata tempat transit, tetapi wadah ekspresi identitas, solidaritas, dan performativitas gaya hidup.

Pada lapisan digital, klaim teritorial ini diperkuat melalui *hashtag* lokasi, penandaan (*tagging*), serta penyebaran visual yang membuat kota, khususnya *landmark* tertentu, menjadi bagian dari narasi kolektif yang dapat dilihat, disukai, dan dikomentari oleh audiens lebih luas. Kota kini menjadi simbol yang memperkuat representasi komunitas di media sosial. Praktik ini menciptakan pemetaan identitas yang bersifat dua arah: komunitas memberi makna pada ruang kota, sementara ruang kota memberi legitimasi pada keberadaan komunitas. Melalui cara ini, Tulungagung secara gradual menjadi panggung sosial sekaligus simbol budaya yang melekat pada identitas komunitas *fun running* dalam lanskap digital maupun kehidupan sehari-hari.

Lokasi tempat komunitas *fun running* melakukan dokumentasi visual tidak dapat dipahami sebagai ruang yang netral, sebab ruang publik yang dipilih dan direpresentasikan dalam unggahan mereka menandai keterhubungan aktivitas ini dengan simbol modernitas serta bentuk *civic pride* terhadap kota Tulungagung. Ketika anggota komunitas berfoto di depan bangunan modern, trotoar yang rapi, jalur pedestrian baru, atau titik kota yang memiliki desain kontemporer, visual tersebut menyampaikan pesan bahwa aktivitas lari diposisikan sebagai bagian dari identitas kota yang sedang bergerak menuju modernitas.

Pemilihan lokasi bukan sekadar latar estetik, tetapi strategi simbolik yang menunjukkan bahwa praktik *fun running* melekat pada representasi kota yang maju, tertata, dan adaptif terhadap tren gaya hidup urban. Ruang kota menjadi medium pembuktian bahwa komunitas ini hadir dalam kerangka budaya modern, bukan sekadar komunitas hobi yang bekerja di pinggiran sosial.

Dalam perspektif representasi ruang, lokasi-lokasi tersebut membawa dimensi ideologis: mereka memperkuat citra bahwa Tulungagung memiliki ruang aspiratif yang mencerminkan kebanggaan warga terhadap transformasi perkotaan. Hal ini paralel dengan temuan Manurung et al. (2025) bahwa praktik olahraga di ruang publik sering berfungsi sebagai ekspresi *civic involvement*, tempat warga menunjukkan keterhubungan emosional dengan kotanya. Melalui foto yang menampilkan ikon kota, anggota komunitas secara tidak langsung menegaskan identitas kolektif sebagai *urban citizen* yang merasa menjadi bagian dari proyek sosial, budaya, dan estetika kota tersebut. Representasi ini memperlihatkan bahwa lari bukan sekadar aktivitas personal, tetapi bagian dari narasi yang lebih besar tentang bagaimana warga memaknai ruang kota sebagai tempat beridentitas, berjejaring, dan menunjukkan kebanggaan atas ruang hidupnya.

Representasi Antara Autentisitas dan Performa Publik

Tidak semua anggota komunitas *fun running* merasa nyaman ketika aktivitas lari harus dijadikan konten publik di media sosial. Meskipun sebagian anggota menikmati praktik dokumentasi dan publikasi visual sebagai bagian dari ekspresi diri maupun identitas komunitas, ada juga anggota yang memilih untuk menjadikan aktivitas lari sebagai ruang privat tanpa perlu eksposur digital.

Bagi kelompok ini, pengalaman berlari lebih bermakna sebagai kegiatan personal, rekreasi, atau bentuk *self-care* daripada performa yang harus disaksikan publik. Beberapa anggota menyampaikan bahwa tekanan untuk tampil dalam unggahan komunitas terkadang menciptakan rasa tidak nyaman, terutama ketika standar visual dan estetika tertentu mulai dianggap penting. Fenomena tersebut sejalan dengan temuan Sugati & Afiah (2025), yang mencatat bahwa budaya olahraga digital di Indonesia mulai menghasilkan ambiguitas peran, di mana olahraga menjadi campuran antara aktivitas kesehatan dan mekanisme pencitraan.

Ketidaknyamanan ini juga dapat dipahami sebagai resistensi terhadap logika visibilitas yang semakin melekat pada budaya media sosial. Tidak semua orang ingin tubuh mereka menjadi objek interpretasi publik, baik dalam konteks penampilan, performa fisik, maupun status sosial yang diasosiasikan dengan atribut olahraga. Bagi sebagian anggota, aktivitas lari seharusnya cukup dinikmati sebagai pengalaman *embodied*, bukan dikurasi, difoto, lalu dikalkulasikan berdasarkan *likes* atau *engagement*. Perspektif ini mengingatkan bahwa representasi digital tidak bersifat netral: ia menciptakan norma partisipasi baru yang tidak selalu selaras dengan motivasi personal setiap anggota.

Ada spektrum preferensi dari mereka yang menganggap dokumentasi sebagai bagian dari identitas modern, hingga mereka yang melihatnya sebagai beban performatif. Perbedaan ini membuka pemahaman bahwa dalam komunitas *fun running*, identitas dibangun juga melalui keberadaan mereka yang memilih diam, anonim, atau tidak hadir dalam ruang digital, namun tetap menjadi bagian penting dalam dinamika komunitas.

Fenomena publikasi konten dalam komunitas *fun running* menunjukkan adanya pola *selective authenticity*, di mana hanya sisi-sisi tertentu dari pengalaman berlari yang layak

ditampilkan, yakni yang estetik, penuh energi, dan mencerminkan prestasi. Sisi lain seperti rasa lelah berlebihan, cedera, gagal mencapai target *pace*, atau ketidakmampuan menyelesaikan rute jarang muncul dalam unggahan publik.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa representasi digital tidak bekerja sebagai refleksi lengkap dari pengalaman tubuh, tetapi sebagai hasil kurasi yang memilih momen layak dilihat (*display-worthy moments*) dibandingkan momen yang lebih rentan atau tidak ideal. Dapat dilihat bahwa konten yang tersebar di media sosial membangun narasi bahwa berlari adalah kegiatan yang selalu menyenangkan, progresif, dan penuh pencapaian, padahal pengalaman nyata anggota jauh lebih kompleks dan berlapis.

Bias representasi ini memperlihatkan bagaimana estetika digital turut membentuk standar performatif dalam komunitas. Foto wajah tersenyum setelah berlari, tubuh yang tampak bugar, atau statistik lari yang meningkat dari waktu ke waktu menjadi indikator nilai sosial yang lebih mudah diterima oleh publik daripada dokumentasi rasa sakit lutut, kelelahan ekstrem, atau kegagalan mencapai target.

Media sosial pada akhirnya membentuk versi ideal dari komunitas *fun running* yang belum tentu mencerminkan realitas penuh dari dinamika sosial dan pengalaman personal para anggotanya. Representasi yang muncul di ruang digital cenderung menampilkan narasi positif — foto berlari dengan ekspresi antusias, statistik peningkatan performa, atau dokumentasi kebersamaan yang tampak harmonis — sehingga publik menerima gambaran komunitas sebagai kelompok yang seragam, stabil, dan selalu progresif.

Namun, di balik representasi tersebut terdapat kompleksitas yang tidak selalu hadir dalam konten digital: konflik internal, tantangan motivasi, rasa malas, cedera fisik, hingga anggota yang berhenti berlari karena tekanan pekerjaan atau alasan kesehatan. Ketidakhadiran aspek-aspek ini dalam unggahan menandakan bahwa media sosial bekerja sebagai mekanisme seleksi citra, bukan sebagai cermin transparan dari kehidupan komunitas.

Media sosial kini menjelma menjadi ruang dokumentasi sekaligus arena konstruksi realitas, di mana batas antara yang otentik dan yang dikurasi menjadi kabur. Versi ideal yang dibangun di ruang digital dapat memperkuat kebanggaan komunitas (*community pride*), tetapi juga berpotensi menciptakan tekanan normatif terhadap anggota untuk tampil sesuai citra yang telah dibentuk. Dalam konteks ini, representasi digital tidak hanya menyoal apa yang ditampilkan, tetapi juga apa yang sengaja tidak dimunculkan, dan keduanya sama-sama membentuk identitas kolektif komunitas *fun running* di Tulungagung.

KESIMPULAN

Fenomena *fun running* di Tulungagung memperlihatkan bahwa olahraga lari telah mengalami transformasi dari sekadar aktivitas fisik menjadi praktik sosial yang sarat makna simbolik. Melalui perspektif performativitas Judith Butler, identitas anggota komunitas tidak hadir secara alamiah, melainkan dibentuk melalui repetisi tindakan, simbol, dan representasi yang terus diproduksi dalam ruang sosial maupun digital. Fashion olahraga, penggunaan sepatu bermerek, dokumentasi visual, serta interaksi di media sosial menjadi bagian dari praktik performatif yang memperlihatkan bagaimana identitas komunitas dibangun dan dinegosiasikan.

Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas ruang performativitas komunitas. Pada Friday Running Community, aktivitas yang berlangsung secara langsung setiap

Jumat memperoleh keberlanjutan melalui representasi digital pada akun Instagram @friday_running. Foto kegiatan, *story*, poster *event*, *caption*, *hashtag*, foto bersama, serta berbagai bentuk dokumentasi aktivitas lari menjadi rekaman kegiatan sekaligus menjaga identitas kolektif dan keterhubungan antaranggota. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang yang menghubungkan pengalaman lari secara fisik dengan representasinya di ruang digital.

Praktik *fun running* tidak sepenuhnya berorientasi pada eksistensi dan pencitraan, sebab terdapat ambivalensi motivasi di antara anggota komunitas. Sebagian memaknai aktivitas lari sebagai bagian dari gaya hidup dan representasi diri, sementara sebagian lainnya menempatkan kesehatan, kesenangan, serta relasi sosial sebagai motivasi keterlibatan. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa identitas kolektif komunitas tidak bersifat homogen, tetapi terus dinegosiasikan melalui pengalaman, motivasi, dan cara anggota memaknai keterlibatannya dalam aktivitas lari maupun representasi digital. Maka, *fun running* di Tulungagung dapat dipahami sebagai praktik sosial yang mempertemukan kesehatan, gaya hidup, relasi sosial, dan performativitas digital dalam pembentukan identitas komunitas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena difokuskan pada satu komunitas, yaitu Friday Running Community, dengan periode observasi selama Mei–Juni 2025 dan melibatkan tiga informan. Pengamatan digital juga difokuskan pada aktivitas komunitas melalui Instagram sehingga belum menggambarkan praktik representasi dan interaksi anggota secara lebih luas pada platform digital lainnya. Maka, penulis melihat bahwa penelitian selanjutnya dapat melibatkan komunitas *fun running* lain dengan periode pengamatan yang lebih panjang serta memperluas kajian pada berbagai platform digital. Penelitian lanjutan juga dapat membandingkan praktik performativitas komunitas lari di wilayah yang berbeda untuk melihat bagaimana konteks sosial dan karakter komunitas memengaruhi pembentukan identitas kolektif di ruang fisik maupun digital.

Conflict of Interest

Penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini.

Funding

Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga pemberi hibah mana pun, baik dari sektor publik, komersial, maupun nirlaba. Penelitian ini dibiayai secara mandiri oleh penulis.

AI Usage Statement

Kecerdasan buatan (AI) digunakan hanya untuk membantu proses penyuntingan bahasa (copyediting) pada naskah ini. AI tidak dilibatkan dalam desain penelitian, pengumpulan data, analisis data, maupun interpretasi hasil temuan.

Data Availability

Data yang mendukung temuan penelitian ini tersedia dari penulis korespondensi atas permintaan yang wajar. Untuk menjaga privasi dan kerahasiaan informan, transkrip wawancara mentah dan materi lain yang bersifat identitatif tidak dipublikasikan secara terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, A. L., & Hayati, K. (2023). Eksistensi KASKUS sebagai Komunitas Virtual Terbesar di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(2), 62–78. <https://doi.org/10.31599/cmfn3713>
- Amin, R., Syukur, M., Suhaeb, F. W., & Muin, A. (2025). Selubung Fashion Kapitalisme di Balik Tren Olahraga Lari di CPI Makassar: Studi Kritis Pemikiran Herbert Marcuse. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 5(2), 1314–1327.
- Aprilo, I., Arfanda, P. E., & Mappaompo, M. A. (2024). Fun Run: Gaya Hidup Sehat Dengan Peningkatan Daya Tahan Kardiovaskular (Literature Review). *SEMINAR NASIONAL DIES NATALIS 62*, 85–89.
- Arisman, A., Qomara, D., Pujiati, A., & Anugrarista, E. (2024). Sport Industry Sport Tourism sebagai Motor Penggerak Industri Olahraga di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Olahraga*, 14(6), 526–539. <https://doi.org/10.37630/jpo.v14i6.2291>
- Astuti, S. I., & Binu, J. R. (2022). Memberdayakan Komunitas Lokal dalam Gerakan Literasi Digital. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 2(2), 77–90. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i2.1350>
- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Harvard university press.
- Barney, D. D. (2004). *The network society* (Vol. 2). Polity.
- Butler, J. (2009). Performativity, precarity and sexual politics. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 4(3). <https://doi.org/10.11156/aibr.040303e>
- Ellis, D., Oldridge, R., & Vasconcelos, A. (2004). Community and virtual community. *Annual Review of Information Science and Technology*, 38(1), 145–186. <https://doi.org/10.1002/aris.1440380104>
- Featherstone, M. (1987). Lifestyle and consumer culture. *Theory, Culture & Society*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.1177/026327687004001003>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self In Everyday Life*. Doubleday.
- Hafizh, A., Asriwandari, H., & Hidir, A. (2022). Perilaku Konsumtif Sebagai Sebuah Gaya Hidup: Studi Komunitas Lari LibuRUN di Kota Pekanbaru. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 312–325. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i3.1924>
- Haryanto, A. I., Kadir, S. S., Ramadan, G., Fataha, I., Samin, G., & Gani, A. A. (2021). Membangkitkan Semangat Berolahraga Melalui Kegiatan Fun Run, *Jurnal Sibermas: Sinergi Bersama Masyarakat Vol 10, No 2 (2021)*, <https://doi.org/10.37905/sibermas.v10i2.11356>
- Iskandar, F. A., & Irawati, I. (2023). Penelitian Etnografi Virtual dalam Mengkaji Fenomena Masyarakat Informasi di Media Sosial: Tinjauan Literatur Sistematis. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(4), 679–696. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.4.679-696>
- Manurung, A. Y., Saragih, H. W., Hutajulu, I. R., Siregar, I. M. Y., & Rafi, M. (2025). Pelari kalcer: Antara identitas, eksistensi, dan gaya hidup. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 4(1). <https://doi.org/10.70294/jimu.v4i01.1365>
- Mou, T.-Y., Yin, Z.-X., Kao, C.-P., & Lin, H.-H. (2018). Run for fun: Shape body and knowledge through playing. *2018 International Conference on Orange Technologies (ICOT)*, 1–5.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*. Simbiosis Rekatama Media.

- Picone, I. (2015). Impression management in social media. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 36, 469–476. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs071>
- Pohan, B., & Sugandi, Y. S. (2019). Bike To Campus: Suatu Gerakan Sosial Baru Berbasis Komunitas Sepeda. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 2(2), 134–143. <https://doi.org/10.24198/jmpp.v2i2.22564>
- Pradhana, Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi bagi Komunitas Virtual Main Bola Mulu (MBM). *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 14(3), 105–115.
- Rahmadhani, I., Sari, D. M., Novianti, I., Finalson, G. H., & Khoirunnisa, S. A. (2024). Diferensiasi interaksi sosial antara generasi milenial dan gen z. *Pena Edukasia*, 2(2), 68–71.
- Rees, C. (1980). Analysis of a fun-run. *Health Education Journal*, 39(2), 54–57.
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community, revised edition: Homesteading on the electronic frontier*. MIT press.
- Riu, I. A. (2025). FOMO dalam Komunitas Lari: Studi Fenomenologi tentang Motivasi Peserta Event Lari Virtual di Era Pasca-Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(6), 531–538. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v2i6.454>
- Rosin, B. (1979). “Run for fun”--and health. *British Medical Journal*, 1(6176), 1490.
- Salih, S. (2007). On Judith butler and performativity. *Sexualities and Communication in Everyday Life: A Reader*, Sage Publications, Inc, California, 55–68.
- Schoenstedt, L. J., & Reau, J. (2010). Running a social-media newsroom: A case study of the Cincinnati Flying Pig Marathon. *International Journal of Sport Communication*, 3(3), 377–386. <https://doi.org/10.1123/ijsc.3.3.377>
- Setiawati, F. S., Mahmudiono, T., Ramadhani, N., & Hidayati, K. F. (2019). Intensitas Penggunaan Media Sosial, Kebiasaan Olahraga, dan Obesitas Pada Remaja Di SMA Negeri 6 Surabaya Tahun 2019. *Amerta Nutrition*, 3(3), 142–148. <https://doi.org/10.20473/amnt.v3i3.2019.142-148>
- Sugiati, S., & Afiah, N. (2025). Tren Motivasi Pada Komunitas Pelari: Apakah Kesehatan Mental Lebih Dominan Daripada Kesehatan Fisik? *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 10(2), 45–56. <https://doi.org/10.21067/jki.v10i2.11787>
- Tao, Z., Sun, X., Sun, J., & Zhu, E. (2024). Dose-response relationship between 15 weeks of running and aerobic fitness: a retrospective analysis based on the fun running program. *BMC Public Health*, 24(1), 1019. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-18484-z>
- Urlick, M. J. (2014). The Presentation of Self: Dramaturgical Theory and Generations in Organizations. *Journal of Intergenerational Relationships*, 12(4), 398–412. <https://doi.org/10.1080/15350770.2014.961829>
- Wellman, B., & Gulia, M. (2018). Net-surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In *Networks in the global village* (pp. 331–366). Routledge.
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>