

**FENOMENA INTERAKSI SOSIAL PELARI MARATON**  
**(Studi Deskriptif: Pelari Perempuan Usia 35-50 Tahun Pada**  
**Komunitas Lari *Fashion Runners*)**



**Siti Maria Ulpah**

4915131401

**Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN**  
**SOSIAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**2017**

## Abstrak

**Siti M. Ulpah. Fenomena Interaksi Sosial Pelari Maraton (Studi Deskriptif: Pelari Perempuan Usia 35-50 Tahun Pada Komunitas Lari *Fashion Runners*). Skripsi. Program Studi Pendidikan IPS. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Jakarta. 2017.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang fenomena interaksi sosial pelari maraton, pelari perempuan usia 35-50 tahun pada komunitas lari *Fashion Runners*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Cara utama dalam memperoleh data dengan menggunakan angket (kuesioner) berupa pernyataan tertutup, semi terbuka, dan terbuka. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota perempuan komunitas lari *Fashion Runners*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sample* sebanyak 20 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kaum perempuan memilih lari maraton pada komunitas *Fashion Runners* karena keinginan mereka sendiri dengan melihat komunitas *Fashion Runners* yang unik sehingga mereka tertarik bergabung serta melihat lari maraton sebagai suatu tantangan yang harus diselesaikan. Selain itu, komunitas ini juga memiliki ikatan kekeluargaan yang erat dengan saling mengunjungi ketika ada yang terkena musibah dan juga sering menghabiskan waktu bersama di dalam maupun di luar lapangan. 2) Interaksi sosial yang terjalin antar sesama anggota komunitas *Fashion Runners* sangat baik, hal ini terlihat ketika ada anggota lain yang mulai malas untuk berlatih, maka anggota lainnya mengingatkan untuk berlatih kembali. Selain itu, komunitas ini juga turut bergabung dalam acara yang diselenggarakan oleh komunitas lainnya, mereka saling membagikan informasi atau pengalaman lain di media sosial.

Kata kunci: interaksi sosial pelari perempuan usia 35-50 tahun, komunitas lari *Fashion Runners*

## **Abstract**

**Siti M. Ulpah. Social Interaction Phenomena Marathon Runner (Descriptive Study: Female Runner Age 35-50 Years On Running Community Fashion Runners). Essay. IPS Education Study Program. Faculty of Social Science. State University of Jakarta. 2017.**

This study aims to describe the phenomenon of social interaction marathon runners, female runners aged 35-50 years in the running community Fashion Runners. The research method used in this research is descriptive. The main way of obtaining data by using questionnaires (questionnaires) is a closed statement, semi open, and open. The population in this study is a member of the women's community run Fashion Runners. Sampling using purposive sample technique as many as 20 people.

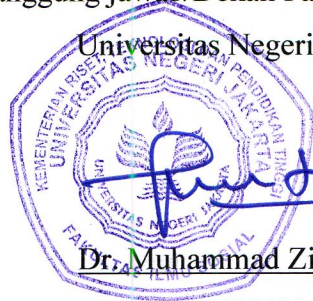
The results show that: 1) Women choose marathon runs in the Fashion Runners community because of their own desire by looking at the unique Fashion Runners community so they are interested in joining and seeing the marathon as a challenge to be solved. In addition, the community also has close family ties to visit each other when there is a disaster and also often spend time together on and off the field. 2) The social interaction that exists between members of the Fashion Runners community is very good, it is seen when there are other members who start lazy to practice, then the other members remind to re-train. In addition, this community also joined in the event organized by other communities, they share information or other experiences on social media.

Keywords: social interaction of female runners aged 35-50 years, community run Fashion Runners

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI






Penanggung jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 196304121994031002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Drs. Muhammad Muchtar, M.Si</u> NIP. 195403151987031002 Ketua	 .....	15-8-2017 .....
2.	<u>Sujarwo, M.Pd</u> NIP. 198608012014041001 Sekretaris	 .....	8-8-2017 .....
3.	<u>Dr. Desy Safitri, M.Si</u> NIP. 196912042008012016 Dosen Pembimbing I	 .....	9-8-2017 .....
4.	<u>Nova Scorviana H., MA</u> NIP. 198411132015042000 Dosen Pembimbing II	 .....	15-8-2017 .....
5.	<u>Dr. Eko Siswono, M.Si</u> NIP. 195903161983031004 Penguji Ahli	 .....	9-8-2017 .....

Tanggal Lulus: 24 Juli 2017

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua  
Sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah  
saya nyatakan dengan benar

Nama : Siti Maria Ulpah  
No. Registrasi : 4915131401  
Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Juli 2017

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Maria Ulpah  
No. Registrasi : 4915131401  
Program Studi : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)  
Fakultas : Ilmu Sosial (FIS)  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas Skripsi saya yang berjudul :

**“FENOMENA INTERAKSI SOSIAL PELARI MARATON (Studi deskriptif: Pelari Perempuan Usia 35-50 Tahun Pada Komunitas Lari *Fashion Runers*)”.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatnya, mengolah dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasi Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2017  
Yang Menyatakan

  
Siti Maria Ulpah

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al- Insyirah : 5-6)

Akhirilah apa yang sudah kamu mulai.

(Siti Maria Ulpah)

Karya ini saya persembahkan untuk mami saya, mami terhebat seluruh dunia. Terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan dan selalu berusaha mencukupi kebutuhan saya. Dan juga kepada kedua keponakan saya Fadia dan Jihan yang selalu menghibur saya dengan tingkah lucu mereka. Semoga kelak saya dapat membalas jasa yang telah mami berikan dan menjadi manusia yang lebih bermanfaat.

## Kata Pengantar

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan skripsi dengan judul **“Fenomena Interaksi Sosial Pelari Maraton (Studi Deskriptif: Pelari Perempuan Usia 35-50 tahun pada Komunitas Lari *Fashion Runners*)”** dimaksudkan untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Zid, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Drs. Muhammad Muchtar, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta
3. Ibu Dr. Desy Safitri, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Nova Scorviana H., MA selaku pembimbing II yang senantiasa pula



memberikan arahan dan masukan untuk kelancaran penulisan skripsi.

5. Seluruh Dosen Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat
6. Untuk keluarga saya yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materiil
7. Untuk teman bermain saya Indah Nurlita Sari yang selalu menemani saya bermain
8. Untuk teman seperjuangan P.IPS angkatan 2013, teman-teman DPR terima kasih atas kebersamaan selama 4 tahun
9. Untuk pelatih, senior, rekan-rekan Atletik UNJ, dan keluarga Mabes Foundation atas pelajaran berharga sebuah kekompakkan
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam penyusunan maupun penulisan, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik membangun dari semua pihak dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membaca.

Tangerang, Juli 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	5
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>7</b>
A. Deskripsi Konseptual .....	7
a. Hakikat Fenomena.....	7
b. Hakikat Lari Maraton .....	9
c. Hakikat Perempuan .....	15
d. Hakikat Komunitas Fashion Runners.....	16
e. Hakikat Interaksi Sosial.....	18
f. Pendekatan Feminisme Eksistensial.....	22
B. Penelitian Yang Relevan.....	25
C. Kerangka Berpikir.....	26
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	 <b>27</b>
A. Tujuan Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Metode Penelitian.....	28
D. Subjek Penelitian.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Instrumen Penelitian.....	33
G. Teknik Analisis Data .....	33
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data.....	35

B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
-------------------------------------	----

**BAB V KESIMPULAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
C. Keterbatasan Penelitian.....	82

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Peta Lokasi SUGBK.....	48
------------	------------------------	----

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Pendapat Responden Mengenai Olahraga Sebagai Gaya Hidup.....	39
Grafik 4.2	Lari Maraton Menjadi <i>Trending Topic</i> .....	40
Grafik 4.3	Lari Maraton Merupakan Hal yang Menantang.....	41
Grafik 4.4	Mengeluarkan Biaya Sendiri Untuk Lomba.....	42
Grafik 4.5	Banyak Komunitas Lari di Jakarta.....	43
Grafik 4.6	Menjadi Anggota <i>Fashion Runners</i> Karena Keinginan Sendiri.....	44
Grafik 4.7	Memilih <i>Fashion Runners</i> Karena Unik dan Sesuai Harapan.....	45
Grafik 4.8	Menjadi Anggota <i>Fashion Runners</i> Karena Menambah Pertemanan	46
Grafik 4.9	Komunitas <i>Fashion Runners</i> Sesuai Komunitas Sosialita.....	47
Grafik 4.10	Komunitas <i>Fashion Runners</i> Sebagai Ajang Eksistensi.....	48
Grafik 4.11	Komunitas <i>Fashion Runners</i> memiliki Ikatan Kekeluargaan yang Tinggi.....	49
Grafik 4.12	Berkomunikasi via <i>WhatsApp</i> Kepada Anggota <i>Fashion Runners</i> ...	50
Grafik 4.13	Menanggapi Percakapan di Group <i>WhatsApp Fashion Runners</i> .....	51
Grafik 4.14	di Group <i>WhatsApp</i> Membahas Informasi Selain Lari.....	52
Grafik 4.15	Komunitas <i>Fashion Runners</i> Selalu Mengadakan <i>Gathering</i> .....	53
Grafik 4.16	Ketika Lelah, Anggota <i>Fashion Runners</i> Pergi <i>Refreshing</i> .....	54
Grafik 4.17	Komunitas <i>Fashion Runners</i> Saling Berkunjung Ketika Terkena Musibah.....	55
Grafik 4.18	Komunitas <i>Fashion Runners</i> Selalu Kompak.....	56

Grafik 4.19	Walau Bertubuh Atletis, Tetap Mengikuti <i>Fashion</i> Terkini.....	57
Grafik 4.20	Anggota <i>Fashion Runners</i> Memiliki Ciri Feminin.....	58
Grafik 4.21	Senang Berada di Komunitas <i>Fashion Runners</i> .....	59
Grafik 4.22	Berpartisipasi Dalam Kegiatan Amal Oleh Komunitas <i>Fashion Runners</i> .....	60
Grafik 4.23	Berpartisipasi Dalam Acara Komunitas Lain.....	61
Grafik 4.24	Anggota <i>Fashion Runners</i> Saling Mengingatnkan Ketika Malas Berolahraga.....	62
Grafik 4.25	Selalu Menjaga Fisik (Kecantikan, Kesehatan).....	63
Grafik 4.26	Media Sosial Membantu Komunitas <i>Fashion Runners</i> Dikenal.....	63
Grafik 4.27	Peran Media Sosial Penting Dalam Dunia Lari.....	64
Grafik 4.28	Berbagi Pengalaman Berlari di Media Sosial.....	65
Grafik 4.29	Selalu Berfoto Sehabis Latihan Untuk Dibagikan di Media Sosial..	67
Grafik 4.30	Selalu Membaca Informasi di Media Sosial Tentang Kegiatan Lari..	68
Grafik 4.31	Membagikan Informasi di Media Sosial Ketika Menemukan Informasi.....	69

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Berpikir.....	26
-----------	------------------------	----



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Peningkatan Jumlah Pelari Pada Event Bali Maraton.....	1
Tabel 1.2	Penelitian yang Relevan.....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Angket Penelitian
- Lampiran 3 Foto Anggota Fashion Runners
- Lampiran 4 Foto Anniversary 3 Tahun Fashion Runners

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Di zaman modern saat ini, lari bukan lagi suatu kebutuhan, lari telah menjadi ajang eksistensi bagi para penikmatnya. Perkembangan pada dunia lari mulai diminati banyak orang sejak empat tahun lalu, sampai saat ini popularitas olahraga tersebut semakin banyak peminatnya, terutama bagi masyarakat di kota-kota besar seperti Jakarta.

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Pelari Pada *Event* BII Maybank Bali Maraton

Tahun	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah peserta	2.000	3.700	4.500	5.000	7.500

*Sumber data: www.balimarathon.com*

Kaum perempuan mulai menyadari bahwa untuk menunjang aktivitasnya selain berparas cantik juga diperlukan tubuh yang sehat dan bugar. Selama lebih dari 20 tahun terakhir, lebih banyak wanita mengikuti olahraga ketahanan yang berat. Sebagai tambahan, tingkat kompetisi dan beratnya porsi latihan mungkin jauh melewati apa yang terlihat di masa lampau. Di Amerika, pertandingan olahraga dilakukan pertama kali oleh guru-guru Jerman yang beremigrasi ke Amerika setelah terjadi Revolusi Jerman tahun 1894. Pertama dipertandingkan; *gymnastics* tahun 1859, diikuti oleh tennis tahun 1875. Ditahun 1894 olahraga basket dibelajarkan di

Smith College dan dipertandingkan kaum wanita sampai 1910. Di Olympics tahun 1912, wanita mengikuti banyak cabang olahraga.<sup>1</sup>

Lari merupakan cabang olahraga atletik yang paling populer. Olahraga ini banyak diminati di seluruh penjuru dunia, karena modal awal dari segala olahraga.<sup>2</sup> Lari merupakan olahraga yang paling sederhana dan murah karena hanya bermodalkan kaki-kaki yang kuat dan energi. Lari adalah frekuensi langkah yang dipercepat sehingga pada waktu berlari ada kecenderungan badan melayang, yang artinya pada waktu berlari kedua kaki tidak menyentuh tanah sekurang-kurangnya satu kaki tetap menyentuh tanah.<sup>3</sup> Menjalankan olahraga lari tentunya bisa dilakukan oleh siapa saja baik wanita, pria, anak-anak, kalangan muda maupun kalangan tua. Olahraga ini juga memiliki banyak manfaat terutama untuk menurunkan kardiovaskular atau jantung, mengurangi resiko diabetes, insomnia, penunjang program diet dan masih banyak lagi.

Olahraga lari sedang mengalami peningkatan saat ini, *trend*-nya dimulai sejak diadakannya *Car Free Day* (CFD) di berbagai kota serta munculnya perumahan-perumahan sekelas “kota mini” yang besarnya hampir bisa memiliki jalan raya sendiri yang digunakan untuk berolahraga akhir pekan. Dapat dikatakan bahwa *trend*-nya meningkat mulai tahun 2012 sampai dengan saat ini. Seiring semakin tingginya minat masyarakat tentang olahraga lari ini, semakin bermunculan komunitas-komunitas lari

---

<sup>1</sup> Harsuki, *Perkembangan Olahraga Terkini Kajian Para Pakar*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm: 254.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm: 225.

<sup>3</sup> Wiarto, Giri, *Atletik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm: 8.

di Indonesia. Berawal dari tiga komunitas lari yang dominan di Jakarta yakni, Jakarta *Free Spirit* (JFS) yang dikepalai oleh Barbara Oravetz, Group Pelari Nyantai (GPN) dengan dikepalai Muara Sianturi dan Senayan Runners (SR) dengan kepalanya yakni Richard Wutuh. Dapat dikatakan bahwa ketiga group tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung melahirkan bibit komunitas lari yang sekarang telah menjamur, termasuk *Fashion Runners*. Melalui JFS, masyarakat diperkenalkan cara berlomba yang baik dan benar (melalui lomba-lomba Jakarta *Road Race Series*nya). Melalui GPN masyarakat dapat bertemu dengan teman-teman sesama pecinta olahraga lari (melalui milis GPN-nya). Melalui Senayan Runners masyarakat belajar untuk tekun berlatih secara rutin demi peningkatan kualitas lari (melalui latihan mingguannya).<sup>4</sup>

Semakin bermunculan komunitas-komunitas baru artinya semakin meningkatkan minat masyarakat terhadap kegiatan lari tersebut. Hal ini berarti ada kecenderungan untuk berinteraksi terhadap sesama anggota yang semakin sering. Anggota-anggotanya juga berasal dari latar belakang profesi yang berbeda, seperti kalangan karyawan, pegawai, eksekutif muda, mahasiswa, bahkan ibu rumah tangga. Seperti salah satunya komunitas lari *Fashion Runners* yang terdiri dari latar belakang profesi yang berbeda. Komunitas *Fashion Runners* terdiri dari kaum laki-laki dan perempuan dewasa bahkan usia lanjut. Mereka berlatih pada hari yang telah ditentukan atau dijadwalkan dengan program latihan yang berbeda setiap harinya. Salah satu yang

---

<sup>4</sup> Dalam status Founder Indo Runners yakni Reza Puspo dalam [m.facebook.com/groups/indorunners.com](https://m.facebook.com/groups/indorunners.com) Diakses pada Selasa 13 Desember 2016 pukul 20:00 WIB.

menjadi daya tarik bagi pecinta olahraga lari yakni *event* terbesar seperti lari maraton.

Berdasarkan pengamatan, khususnya pada komunitas *Fashion Runners* menemukan bahwa saat ini masyarakat sedang “kecanduan virus lari”. Mereka mengikuti *event* lari dari skala komunitas, nasional sampai bertaraf Internasional. Semua itu mereka keluarkan dengan biaya pribadi mereka sendiri demi mengikuti ajang lari maraton. Bahkan sebelum lari maraton dilaksanakan beberapa orang rela memanggil *Personal Trainer* (PT) untuk membantu mereka dalam persiapan menjelang lomba lari maraton. Biaya yang dikeluarkan tentunya tidak sedikit, mulai dari membayar untuk *Personal Trainer* (PT), membeli perlengkapan pakaian untuk lari, sepatu yang nyaman digunakan, membeli tiket pesawat jika *event* yang mereka ikuti berada di luar tempat tinggal mereka, membayar penginapan selama mereka melangsungkan lomba lari maraton, hingga asupan makanan serta obat-obatan untuk menunjang kegiatan mereka. Selain itu, semakin seringnya seseorang mengikuti perlombaan, semakin luas jaringan pertemanan dan interaksi sosial terhadap komunitas lain semakin baik.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, untuk memahami lebih lanjut maka perlu diadakan penelitian dengan judul **“Fenomena Interaksi Sosial Pelari Maraton (Studi Deskriptif: Pelari Perempuan Usia 35-50 Tahun Pada Komunitas Lari *Fashion Runners*)”**.

## **B. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka batasan dalam penelitian ini adalah “Fenomena Interaksi Sosial Pelari Maraton (Studi deskriptif: Pelari Perempuan usia 35-50 tahun pada komunitas lari *Fashion Runners*)”

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan di atas, maka rumusan yang akan diteliti lebih menitikberatkan pada :

1. Mengapa kaum perempuan usia 35-50 tahun memilih lari maraton sebagai olahraga pilihan mereka?
2. Bagaimana interaksi sosial dari komunitas lari *Fashion Runners*?

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan bagi mahasiswa dan pemerhati masalah sosial khususnya tentang fenomena sosial *trend* olahraga di kalangan masyarakat

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran bahwa kaum perempuan membutuhkan suatu tempat untuk berbagi pengalaman serta untuk memperluas pertemanan. Kaum perempuan dapat mengekspresikan dirinya dalam suatu komunitas serta berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan.

### b. Bagi Orang Tua

Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran kepada para orang tua tentang pentingnya pengawasan orang tua terhadap masyarakat yang mengikuti fenomena yang sedang diperbincangkan, sehingga orang tua dapat memilih apakah fenomena ini bermanfaat atau tidak untuk anak mereka.

### c. Bagi Guru

Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran kepada para guru bahwa pentingnya pendidikan karakter sejak usia sekolah dasar agar anak dapat selektif dalam memilih hal-hal yang sedang terjadi di kalangan masyarakat

### d. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai fenomena sosial yang sedang terjadi di masyarakat.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR**

#### **A. Deskripsi Konseptual**

##### **a. Hakikat Fenomena**

Dalam sehari-hari kita seringkali mendengar atau menemukan istilah *fenomena* yang biasanya digunakan untuk menggambarkan suatu fakta atau peristiwa yang sedang terjadi di lingkungan sekitar kita.

Fenomena berasal dari kata Yunani “*phainomena*” (yang berakar kata *phainein* dan berarti “menampak”) sering digunakan untuk merujuk ke semua objek yang masih dianggap eksternal dan secara paradigmatis harus disebut objektif (dalam arti “belum menjadi bagian dari subjektivitas konseptual manusia”). Fenomena adalah gejala dalam situasi alamiahnya yang kompleks, yang hanya mungkin menjadi bagian dari alam kesadaran manusia, sekomprensif apapun, ketika telah direduksi ke dalam suatu parameter yang terdefiniskan sebagai fakta, dan yang demikian terwujud sebagai suatu realitas.<sup>5</sup> Fenomena terjadi di semua tempat yang bisa diamati oleh manusia. Suatu kejadian adalah suatu fenomena. Suatu benda merupakan suatu fenomena, karena merupakan sesuatu yang dapat dilihat. Adanya suatu benda juga menciptakan keadaan ataupun perasaan, yang tercipta karena keberadaannya. Fenomena adalah serangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan

---

<sup>5</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm: 19-20.

dinilai lewat kacamata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu. Kata fenomena juga diartikan sebagai keadaan yang sebenarnya dari suatu urusan atau perkara, keadaan atau kondisi khusus yang berhubungan dengan seseorang atau suatu hal, soal atau perkara.<sup>6</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, fenomena dapat diartikan sebagai hal-hal yang dinikmati oleh panca indra dan dapat ditinjau secara ilmiah, yaitu :

1. Hal-hal yang dapat disaksikan dengan panca indra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (seperti : fenomena alam)
2. Sesuatu yang luar biasa; keajaiban: sementara masyarakat tidak percaya akan adanya pemimpin yang berwibawa, tokoh itu merupakan tersendiri.
3. Fakta; kenyataan: peristiwa itu merupakan sejarah yang tidak dapat diabaikan.<sup>7</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa fenomena adalah suatu peristiwa atau kejadian dalam kehidupan sehari-hari yang di dalamnya terdapat fakta yang dapat diamati oleh manusia melalui panca indra. Berbagai peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat seringkali disebut fenomena sosial. Fenomena sosial terjadi sepanjang hidup manusia selama berinteraksi dengan lingkungan dan masyarakat, baik pada kalangan anak-anak maupun orang dewasa. Adanya fenomena sosial juga dapat menciptakan perubahan-perubahan pada tatanan masyarakat baik

---

<sup>6</sup> Dalam website <http://www.artikata.com/arti-333239-kasus.html> diakses pada 23 Desember 2016, pukul 22:00 WIB.

<sup>7</sup> Dalam website Kamus Besar Bahasa Indonesia online <http://kbbi.web.id> pada tanggal 20 Desember 2016 pukul 12:41 WIB.

perubahan yang kearah positif maupun negatif.

Jika melihat pada situasi saat ini, fenomena sosial dapat timbul akibat adanya perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Salah satunya contohnya yakni fenomena maraknya komunitas lari di masyarakat. Hal ini muncul karena semakin canggih dan semakin memudahkan manusia dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Maraknya komunitas lari saat ini menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk ikut bergabung ke dalamnya. Bukan hanya kalangan anak muda saja, namun para orang tua yang telah lanjut usia pun turut bergabung. Mereka mulai menyadari pentingnya arti kesehatan serta sebagai ajang menambah relasi atau teman baru dan juga bertukar informasi satu sama lain. Maraknya komunitas lari tidak hanya diminati oleh kalangan masyarakat biasa tetapi juga oleh kalangan artis. Banyak artis baik perempuan maupun laki-laki kini mulai terjun untuk mengikuti berbagai *event* lari yang diselenggarakan. Fenomena seperti ini menjadi daya tarik bagi mereka untuk mengetahui dan merasakan apa yang sedang terjadi di masyarakat.

#### **b. Hakikat Lari Maraton**

Lari jarak jauh (Maraton) adalah cabang atletik yaitu lari jarak jauh sepanjang 42,195 meter (26 mil dan 385 yard). Lari jarak jauh (Maraton) merupakan cabang atletik tertua dalam sejarah Olimpiade kuno. Acara lari jarak jauh (Maraton) dimulai pada tahun 490 SM, ketika seorang prajurit Yunani berlari membawa berita kemenangan dari peperangan Maraton ke Athena, yang mana jaraknya sejauh 26 mil, yaitu bersamaan 41.8 kilometer. Nama Maraton berasal dari legenda Pheidippides,

seorang utusan Yunani.<sup>8</sup>

Secara ringkas nomor atletik yang diperlombakan dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu :

1. Nomor jalan: jarak 5km, 10km, 20km, dan 50km
2. Nomor lari yang terdiri dari :
  - a. Jarak pendek/*sprint*: 100, 200, 400 meter
  - b. Lari jarak menengah/*middle distance*: 800, 1.500 meter
  - c. Lari jarak jauh/*long distance*: 3.000, 5.000, 10.000 meter
  - d. Lari maraton: 42, 195 km
  - e. Lari khusus: lari gawang 100m, 110m, dan 1.000m, lari halang rintang 3.000 meter
  - f. Lari estafet: 4x100m, 4x400m
3. Nomor lompat: lompat jauh, jangkit tinggi, dan lompat tinggi galah
4. Nomor lempar: lempar lembing, lempar cakram, martil, tolak peluru.<sup>9</sup>

Lari maraton harus dilakukan dengan gerakan sehemat mungkin dengan rileks. Untuk mencapai keberhasilan dalam lari maraton ada beberapa komponen yang harus diperhatikan, yaitu: kecepatan, daya tahan, kekuatan mental, kekuatan kondisi fisik, dan taktik.

1. Kecepatan: yakni kemampuan seseorang untuk mengerjakan gerakan berkesinambungan dalam bentuk yang sama. Tidak ada pelari jauh yang

---

<sup>8</sup> Wiarso, Giri., *op.cit*, hlm: 12.

<sup>9</sup> Agusta Husni, et all, *Buku Pintar Olahraga*, (Jakarta: CV Mawar Gempita), hlm: 12-14.

dapat dipuaskan dengan kemampuan daya tahan saja, namun pelari jarak jauh harus mampu memperhatikan kecepatan selama mungkin dan mampu berlari cepat, apalagi jika akan mencapai garis finish mendahului kawannya.

2. Daya tahan (*endurance*): yakni ketahanan daya tahan fisik tubuh dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam mempergunakan sistem jantung, paru-paru dan peredaran darah secara efektif dan efisien untuk menjalankan kerja secara terus menerus yang melibatkan kontraksi sejumlah otot-otot dengan intensitas tinggi dalam waktu yang lama.
3. Kekuatan otot: yakni pada pelari jarak jauh kekuatan otot tidak diarahkan kepada pertumbuhan otot yang terlalu besar karena hanya akan menjadi beban pelarinya, karena itu hanya dilakukan dengan sedikit beban dan banyak ulangan seperti untuk memperkuat otot-otot kaki.
4. Taktik: disamping kondisi fisik, taktik juga sangat menentukan dalam pencapaian prestasi yang optimal seorang atlet jarak jauh. Taktik ialah bagaimana rencana perlombaan dilakukan, dalam lari jarak jauh ini dapat menentukan kekalahan atau kemenangan bagi si atlet, ada dua taktik yaitu : lari demi kemenangan dan lari dengan waktu.

5. Pengkondisian fisik: agar mampu berprestasi optimal dalam lari jarak jauh meliputi :
  - a. Peningkatan potensi paru-paru
  - b. Peningkatan potensi jantung.<sup>10</sup>

Pelari jarak jauh harus mengembangkan daya tahan umum, juga daya tahan khusus terhadap tuntutan energi dari *event* masing-masing. Daya tahan umum adalah daya tahan *aerobic*, yang berarti sistem jantung pernafasan (*cardio respan*) dapat memenuhi semua kebutuhan oksigen untuk keperluan latihan. Daya tahan khusus *event* adalah kombinasi dari daya tahan *aerobic* dan daya tahan *an-aerobic*, dimana sistem pernafasan tidak mampu memenuhi kebutuhan oksigen latihan. Semakin jarak jauh lomba semakin penting daya tahan *aerobic* bagi daya tahan khusus *event* dan semakin pendek jarak lomba semakin besar daya tahan *an-aerobicnya*.<sup>11</sup>

Hill Noakes tentang prestasi latihan yang maksimal menyatakan bahwa jantung adalah organ tubuh yang berpeluang paling besar menanggung resiko kekurangan oksigen selama kondisi pada stress, terutama latihan berat pada daerah yang lebih tinggi dari permukaan laut.<sup>12</sup>

Pada saat ini lari maraton merupakan suatu fenomena yang terjadi di Indonesia. Banyak acara yang menyelenggarakan lari maraton setiap tahunnya, salah satunya yang sampai saat ini diselenggarakan ialah ‘Mandiri Jakarta Maraton’. Mandiri Jakarta Maraton merupakan lomba lari yang dilaksanakan di Jakarta yang

---

<sup>10</sup> Martha Dinata, *Lari Jarak Jauh*, (Jakarta: PT Cerdas Jaya, 2005), hlm: 17.

<sup>11</sup> Harald Muller dan Wolfgang Ritzdolf, *Pedoman Mengajar Atletik*, (Jakarta: 2000), hlm: 9.

<sup>12</sup> Tim Noakes edisi ke-3 “*Lore of Running*”, (London: Oxford University Press, 2003), hlm: 17.

disponsori oleh Bank Mandiri. *Event* yang dilombakan tidak hanya lari maraton, tetapi juga terdiri dari half maraton (21, 0975km), 10km, 5km dan maratoonz (*children's sprint* 1 km). *Event* ini hampir terselenggara setiap tahun mengingat bahwa keinginan masyarakat akan lomba lari maraton begitu besar. Selain Mandiri Jakarta Maraton juga terdapat *event* lari di luar Jakarta yang rutin mengadakan acara setiap tahunnya yakni, 'BII Maybank Bali Maraton'. Lomba lari yang disponsori oleh BII Maybank ini sudah dimulai sejak tahun 2012 tidak hanya diikuti oleh warga lokal saja, tetapi warga asing pun turut memeriahkan lomba lari ini. Acara yang terselenggara setiap tahunnya ini didukung oleh pemerintah Bali guna memperkenalkan keindahan Pulau Bali sebagai salah satu Pulau terindah yang terdapat di Indonesia. *Event* lari maraton ini diikuti oleh banyak peserta baik lokal maupun asing untuk memperebutkan hadiah sampai ratusan juta rupiah. Para pelari berlari dengan semangat dalam mengikuti *event* ini jika ingin memenangkan perlombaan tersebut.

Tidak hanya kaum laki-laki saja yang mengikuti lomba lari tersebut, kaum perempuan dari segala usia pun tidak mau kalah. Mereka datang dari berbagai daerah untuk mengikuti perlombaan lari tersebut. Baik dari kalangan *elite* nasional, artis, maupun pelari-pelari dari kalangan biasa. Mereka turut memeriahkan *event* lari maraton ini.

Dalam lari maraton terdapat batasan waktu yang ditetapkan oleh panitia (*cut off time*), untuk lari maraton batasan waktunya 7 jam. Apabila pelari melebihi batas waktu yang telah ditetapkan, maka pelari termasuk dalam DNF (*Did Not Finish*) yang

menandakan mereka didiskualifikasi dalam perlombaan dan tidak mendapat medali penghargaan. Aturan seperti ini membuat setiap pelari berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik bagi dirinya sendiri, terlebih pelari perempuan.

Pelari perempuan tidak hanya membutuhkan fisik yang prima, tetapi mental yang kuat karena harus tetap sabar dan konsisten dalam menempuh garis akhir. Mereka harus menunjukkan bahwa mereka mampu melakukan apa yang mereka telah mulai dengan baik. Dalam bidang olahraga, kualifikasi waktu antara kaum laki-laki dan perempuan memang berbeda dilihat dari kekuatan fisiknya. Namun dalam jumlah latihan, kaum perempuan dan laki-laki memiliki porsi yang seimbang, karena mereka sama-sama memiliki satu tujuan yaitu menjadi pemenang.

### **c. Hakikat Perempuan**

Perbedaan laki-laki dan perempuan masih menyimpan beberapa masalah, baik dari substansi kejadian maupun peran yang diemban dalam masyarakat. Perbedaan anatomi biologis antara keduanya cukup jelas. Akan tetapi efek yang timbul akibat perbedaan itu menimbulkan perdebatan, karena ternyata perbedaan jenis kelamin secara biologis (seks) melahirkan seperangkat konsep budaya. Interpretasi budaya terhadap perbedaan jenis kelamin inilah yang disebut jender.<sup>13</sup>

Secara fisik perempuan memang berbeda dengan laki-laki. Perempuan memiliki buah dada, pinggul yang lebih besar sementara laki-laki tidak. Organ reproduksi perempuan juga berbeda dengan laki-laki. Perempuan harus melewati masa menstruasi, melahirkan, pasca-melahirkan serta menimbulkan bagian-bagian

---

<sup>13</sup> Komarudin Sahid, *Memahami Sosiologi Politik*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), hlm:187.



tubuh tertentu yang tidak sama seperti sediakala lagi. Sifat perempuan juga berbeda dengan laki-laki, perempuan cenderung penyabar, lemah lembut, teliti dan ingin disayang. Sementara laki-laki cenderung tegas, berpikir dengan logika, dan praktis.

Perempuan adalah makhluk ciptaan Tuhan yang secara biologis berbeda dengan laki-laki, terlahir sebagai perempuan merupakan sebuah kodrat yang telah diatur oleh Tuhan. Kodrat perempuan seperti mengandung, menyusui dan melahirkan. Perempuan, ia adalah sebuah rahim, sebuah indang telur; betina kata ini sudah cukup untuk menggambarkannya.<sup>14</sup>

Menjadi “perempuan” berarti menjadi cantik, dan sebaliknya tidak cantik sangatlah tidak “perempuan”. Dan cantik adalah sebagian besar kata yang mengacu pada sifat fisik. Maka kecantikan hanyalah ornament, bukan keanggunan yang sesungguhnya.<sup>15</sup>

Dari pengertian perempuan di atas dapat kita simpulkan bahwa perempuan adalah makhluk ciptaan Tuhan yang berbeda dengan laki-laki. Perempuan mengalami masa menstruasi, mengandung, melahirkan serta menyusui. Semua perempuan ingin terlihat cantik baik sebelum menjadi seorang ibu ataupun setelah menjadi seorang ibu. Namun kecantikan saja tidak cukup untuk seorang perempuan, diperlukan keanggunan serta kecerdasan yang dapat membuat seorang perempuan dipandang cerdas oleh lingkungannya.

---

<sup>14</sup> Simone de Beauvoir, *Second Sex: Fakta dan Mitos*, (Jakarta: PT. Buku Seru, 2016), hlm: 3.

<sup>15</sup> Annastasia Melliana S., *Menjelajah Tubuh Perempuan dalam Mitos Kecantikan*, (Yogyakarta: PT. LKis Pelangi Aksara Yogyakarta, 2006), hlm: 11.

#### **d. Hakikat Komunitas Fashion Runners**

Beragamnya kegiatan yang banyak dijumpai saat ini memiliki daya tarik terhadap sekelompok individu untuk membentuk suatu komunitas dalam bidang yang sama-sama mereka minati. Komunitas dapat berperan dalam mempertahankan eksistensi dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kumpulan individu karena di dalam komunitas, individu-individu yang tergabung memiliki kesatuan yang sama berdasarkan perasaan, tujuan dan juga cita-cita sehingga dapat menciptakan kerjasama untuk menghasilkan sesuatu dengan bertindak secara bersama-sama.

Komunitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di daerah tertentu; masyarakat; paguyuban. Ram A Cnaan juga berpendapat dalam bukunya mengenai komunitas, *“A community is a group of people connected by the physical or virtual location in which they dwell or congregate, organizations they form, and cultural values and symbols they share.”* (Komunitas adalah sekelompok orang yang terhubung dengan lokasi fisik atau virtual dimana mereka tinggal atau berkumpul, organisasi mereka membentuk, dan nilai-nilai budaya dan simbol mereka berbagi). Setiap komunitas juga berbeda dari orang lain berdasarkan geografi lokasi, lingkungan binaan, pemerintah lokal dan Negara, sejarah lokal, dan jenis hubungan antara tempat tinggal, kepemimpinan lokal, organisasi pelayanan, dan bisnis.<sup>16</sup>

Soekanto, dalam sosiologi secara harfiah memaknai komunitas sebagai

---

<sup>16</sup> Ram A. Cnaan & Carl Milofsky, *Handbook of Community Movements and Local Organizations*, (US: Springer, 2008), hlm: 2.

masyarakat setempat. Artinya komunitas juga sebagai sekumpulan anggota masyarakat yang hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka dapat merasakan dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama. Komunitas dapat pula dimaknai sebagai sebuah kelompok dari suatu masyarakat (*forming a distinct segment of society*), atau sebagai sekelompok orang yang hidup di suatu area khusus (*a group of people living in a particular local area*) yang memiliki karakteristik etnik dan kultural yang sama.<sup>17</sup>

Bercermin pada pernyataan di atas, komunitas *Fashion Runners* merupakan sebuah komunitas lari yang terbentuk tiga tahun yang lalu, tepatnya 20 Februari 2014 yang terdiri dari para anggota yang memiliki latar belakang profesi yang berbeda-beda. Mereka menamakan *Fashion Runners* karena gaya berbusana yang mereka gunakan saat berlatih maupun perlombaan terbilang cukup unik dari komunitas yang lain. Mereka memadukan beberapa warna agar terlihat mencolok dan menarik serta nyaman digunakan saat latihan maupun perlombaan.

Komunitas ini memiliki salah satu anggota yang sudah menjadi atlet *elite* yang dapat memotivasi mereka untuk berlatih, selain itu komunitas ini terbuka untuk siapa saja yang ingin bergabung baik untuk sekedar mendapatkan tubuh yang prima maupun untuk mengikuti perlombaan.

---

<sup>17</sup> Komunitas, Jurnal Sosiologi Volume 3 No.2 Desember 2008, hlm: 100.

### e. Hakikat Interaksi Sosial

Secara etimologis interaksi sosial berasal dari istilah dalam bahasa Inggris yaitu *inter* (antar atau berbalas-balasan) dan *action* (tindakan). Sedangkan kata *social* berarti lebih dari satu orang (ditujukan untuk orang lain). Secara epistemologis interaksi sosial adalah kegiatan yang melibatkan pengiriman pesan, penerimaan pesan, dan konteks. Sehingga interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang dinamis antarindividu, individu dengan kelompok, dan antarkelompok.<sup>18</sup>

Pemikiran tentang kajian interaksi sosial bermula dari pandangan Max Weber yang dikenal dengan kajian tindakan sosial. Tindakan sosial sesuai dengan pemahaman yang disampaikan oleh Max Weber bahwa tindakan sosial itu adalah tindakan individu sepanjang tindakannya itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain.<sup>19</sup>

Johnson mengatakan di dalam masyarakat, interaksi sosial adalah suatu hubungan timbal balik antara individu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok dan sebaliknya. Interaksi sosial memungkinkan masyarakat berproses sedemikian rupa sehingga membangun suatu pola hubungan.<sup>20</sup>

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa interaksi sosial adalah kunci semua kehidupan sosial, tidak ada interaksi, tidak mungkin ada kehidupan bersama. Bertemunya orang perorangan secara badaniah belaka tidak akan menghasilkan

---

<sup>18</sup> Syahril Syarbaini Rusdianta, *Dasar-dasar Sosiologi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm: 97.

<sup>19</sup> George Ritzer, *Modern Sociological Theory (Diterjemahkan oleh: Alimandan)*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm: 38.

<sup>20</sup> Doyle Paul Johnson, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern (Diindonesiakan oleh : Robert M.Z. Lawang)*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1988).

pergaulan hidup dalam suatu kelompok sosial. Pergaulan hidup semacam itu baru akan terjadi apabila orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia bekerja sama, saling berbicara, dan seterusnya untuk mencapai tujuan bersama, mengadakan persaingan, pertikaian, dan lain sebagainya.<sup>21</sup>

Melalui proses ini, dimana individu saling melakukan aksi atau tindakan yang berbalas-balasan, orang saling menanggapi tindakan mereka. Masyarakat merupakan jaringan relasi-relasi hidup yang timbal balik, yang satu berbicara, yang lain mendengarkan, yang satu bertanya, yang lain menjawab, yang satu memberi perintah, yang satu mentaati. Selalu tampak bahwa orang saling pengaruh-mempengaruhi.

Syarat utama terjadinya interaksi sosial ada dua, yaitu :

a. Kontak Sosial

Kontak sosial adalah percakapan dengan mengerti maksud dan tujuan masing-masing. Kontak sosial tidak hanya bergantung pada tindakan, tetapi juga tanggapan terhadap tindakan itu. Kontak sosial dapat terjadi secara langsung (melalui tatap muka) tanpa adanya perantara. Kontak sosial yang demikian bersifat sekunder. Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk yaitu individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.

b. Komunikasi

Komunikasi adalah persamaan pandangan diantara orang-orang yang berinteraks. Menurut Gerald R. Miller komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk

---

<sup>21</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Sebagai Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)

mempengaruhi perilaku penerima.<sup>22</sup> Komunikasi sebagai suatu proses sebab-akibat atau reaksi-reaksi yang arahnya bergantian.

Komunikasi tidak hanya dilakukan dengan berbicara saja, tetapi juga melalui gerakan tubuh. Beberapa gerakan tubuh seperti anggukan kepala, bungkukan badan, dan tatapan mata dapat menunjukkan adanya hubungan timbal balik. Perilaku tersebut merupakan pesan dan pesan digunakan mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang.

Komunikasi mempunyai fungsi diantaranya :

1) Menyampaikan informasi (*to inform*)

Fungsi ini memberikan peranan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian informasi.

2) Mendidik (*to educate*)

Secara tidak langsung dengan adanya komunikasi dapat meningkatkan pengetahuan seseorang.

3) Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi dapat memberikan hiburan atau sarana melepas kejenuhan seseorang.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi dapat mempengaruhi orang lain, baik yang dilakukan secara persuasif maupun koersif sehingga menyebabkan perubahan diri pada

---

<sup>22</sup> Maulina Larasati, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press, 2010), hlm: 6.

penerima pesan.

Dalam peristiwa komunikasi yang berlangsung selalu melibatkan penggunaan lambang-lambang verbal atau nonverbal secara bersama-sama. Keduanya, bahasa verbal dan nonverbal memiliki sifat holistik bahwa masing-masing tidak dapat saling dipisahkan. Bahasa nonverbal menjadi komplemen atau pelengkap bahasa verbal. Namun lambang-lambang nonverbal juga dapat berfungsi kontradiktif, pengulangan bahkan pengganti ungkapan-ungkapan verbal. Ketika kita menyatakan terima kasih (bahasa verbal), kita melengkapinya dengan tersenyum (bahasa nonverbal); kita setuju terhadap pesan yang disampaikan orang lain dengan anggukan kepala (bahasa nonverbal). Dua peristiwa komunikasi tersebut merupakan contoh bahwa bahasa verbal dan nonverbal bekerja secara bersama-sama dalam menciptakan makna suatu perilaku komunikasi.<sup>23</sup>

Makna muncul dan diciptakan dari interaksi atau produk dari interaksi. Pada dasarnya makna merupakan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh melalui interaksi, oleh karena itu makna dapat berubah dari waktu ke waktu.

Komunikasi verbal yang termasuk dalam komunikasi vokal adalah bahasa lisan sedangkan yang termasuk dalam komunikasi nonvokal adalah bahasa tertulis. Sementara, komunikasi nonverbal yang termasuk dalam komunikasi vokal adalah nada suara, desah, jeritan dan kualitas vokal, sedangkan yang termasuk dalam komunikasi nonvokal adalah isyarat, gerakan

---

<sup>23</sup> Ibid, hlm: 120.

(tubuh), penampilan (fisik), ekspresi wajah dan sebagainya. Secara sederhana, komunikasi verbal didefinisikan sebagai komunikasi menggunakan kata-kata sedangkan komunikasi nonverbal didefinisikan sebagai komunikasi tanpa kata-kata.<sup>24</sup>

#### **f. Pendekatan Feminisme Eksistensial**

Simone de Beauvoir merupakan salah satu tokoh Feminisme Eksistensialisme. Beliau berpendapat bahwa perempuan adalah sebuah objek. Beauvoir mengemukakan bahwa laki-laki dinamai “laki-laki” sang Diri, sedangkan “perempuan” sang Liyan “*the other*” atau yang lain, berupa objek.<sup>25</sup>

Perempuan dipandang sebagai sebuah objek keindahan badaniah yang hanya dapat dilihat dan dinikmati saja. Dalam buku Simone De Beauvior, banyak disebutkan bahwa menjadi perempuan berarti menjadi objek dan perempuan digambarkan sebagai daya pikat dan memiliki konotasi yang negatif.

Perempuan lebih banyak dinilai dan dipuji dari penampilan fisiknya daripada kualitas pribadi lainnya.<sup>26</sup> Perempuan jarang sekali dilihat sebagai sosok yang memiliki kemampuan untuk berpikir, berkarya, berbuat dan mengambil keputusan, dan perempuan dapat pula memimpin. Kadang sudah mulai muncul media yang mengangkat keberhasilan seorang perempuan, dan tetap saja diakhiri dengan embel-

---

<sup>24</sup> Ibid, hlm: 120.

<sup>25</sup> Rosemarie Putnam Tong, *Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis*, (Yogyakarta: Jalasutra Anggota IKAPI, 2010), hlm: 262.

<sup>26</sup> Anastasia Melliana S., *Op. Cit*, hlm: 18.



embel perempuan mandiri dan sukses dapat menjadi sosok yang ideal jika juga berhasil dalam mengurus rumah tangga.

Menurut Marwah Daud Ibrahim, potret diri perempuan di media massa, dalam *literature*, surat kabar atau majalah film, televisi, iklan dan buku-buku masih memperlihatkan stereotip yang merugikan perempuan pasif, tergantung pada pria, didominasi, menerima keputusan yang dibuat oleh pria, dan terutama melihat dirinya sebagai simbol seks.<sup>27</sup>

Selain itu sebagai seorang perempuan, mereka diuntut untuk selalu berpenampilan menarik dan terlihat sempurna. Keharusan untuk menarik perhatian orang lain dan lawan jenisnya (laki-laki) membuat mereka harus terlihat cantik dan menawan. Hal itu sangat didukung oleh pendapat dari Simone De Beauvoir, yang mengatakan bahwa perempuan dituntut untuk cantik.<sup>28</sup>

Meskipun kecantikan perempuan yang ideal bervariasi, tetapi tuntutan-tuntutan tetap sama, misalnya karena perempuan ditakdirkan untuk dimiliki, tubuhnya harus menghadirkan kualitas-kualitas objek yang lemah dan pasif. Kecantikan diukur dari aspek kesehatan tubuhnya, gaya berpakaian sering juga dibuat untuk menyamarkan tubuh perempuan dari bentuk sesungguhnya. *Make up* dan perhiasan juga semakin menekankan tuntutan akan wajah dan tubuh perempuan.<sup>29</sup> Peran feminisme dalam perempuan yang lebih memiliki problematika

---

<sup>27</sup> Iqbal Hibatullah. Eksistensi Perempuan Dalam Komunitas Motor pada Klub Motor SEPATU Bekasi, 2016, Skripsi Universitas Negeri Jakarta

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm: 225.

<sup>29</sup> Simone de Beauvoir., *Op.Cit.*, hlm: 225-227.

adalah narsis. Beauvoir mengklaim bahwa narsisme pada perempuan adalah hasil dari ke-Liyanannya. Perempuan merasa putus asa sebagai subjek karena ia tidak diperkenankan untuk terlibat dalam kegiatan mendefinisikan diri dan karena kegiatan femininnya tidaklah memberikan kepuasan. Pada awalnya, narsisme menguntungkan bagi perempuan. Bagi seseorang yang tengah mengalami pubertas, ia dapat membangun diri dari penyembahan atas egonya, memiliki keberanian menghadapi masa depan yang sangat tidak menyenangkan. Namun, pada akhirnya narsisme menghambat kemajuan diri perempuan. Ia menjadi terikat oleh kebutuhan untuk memenuhi hasrat laki-laki dan untuk menyesuaikan diri dengan selera masyarakat. Penghargaan diri narsis bergantung kepada persetujuan laki-laki dan masyarakat terhadap dirinya. Ia hanya cantik jika masyarakat menyatakan bahwa ia cantik.<sup>30</sup>

Hal tersebut sesuai dengan maksud peneliti dalam mengangkat tema mengenai fenomena yang terjadi saat ini yakni mengenai lari maraton pada kalangan perempuan. Seperti pendapat Simone de Beauvoir yang mengatakan bahwa perempuan dituntut untuk cantik. Aktivitas apapun yang diikuti perempuan termasuk aktivitas fisik menuntut perempuan untuk selalu terlihat cantik sesuai dengan naluri alamiahnya. Aktivitas fisik yang mereka lakukan menuntut adanya pengakuan dari lingkungan sekitar mereka. Mereka juga membutuhkan tempat untuk berinteraksi dengan masyarakat lain dan saling berbagi dalam suatu komunitas.

---

<sup>30</sup>Rosemarie Putnam Tong, *Op.Cit.*, hlm 272-273

## B. Penelitian yang Relevan

Untuk mengkaji masalah dalam penelitian diperlukan deskripsi konseptual yang memuat teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti.

Penelitian yang relevan dengan topik yang akan dilakukan peneliti adalah :

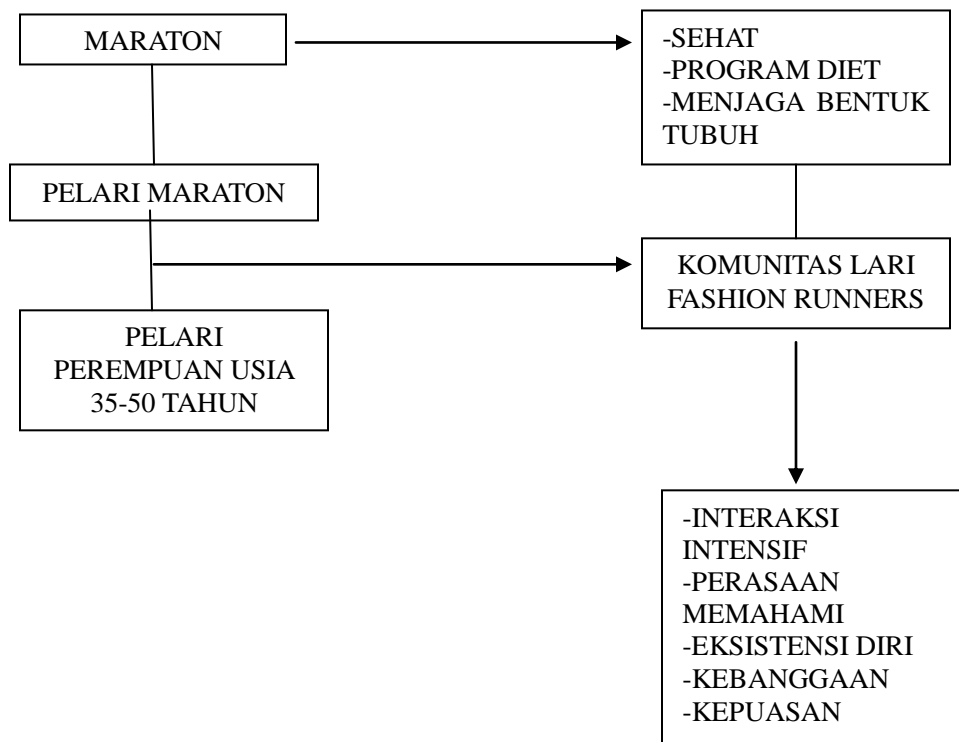
**Tabel 2.1**

**Tabel Penelitian Sejenis**

No	Nama Peneliti	Tinjauan Pustaka	Persamaan	Perbedaan
1.	Tety Marlina	Perempuan Dalam Ruang Publik Perkotaan (Studi tentang Kiprah Pramudi Perempuan di Bus Transjakarta)	Sama-sama mengkaji peran perempuan dalam ranah publik	Cara pengembangan perempuan di ranah publik
2.	Rusdianto Gobel	Perkembangan Prestasi Atletik Nomor Lari Maraton Putra dan Putri Nasional Tahun 1987-2010	Sama-sama mengkaji konsep lari maraton	Impliasinya terfokus pada perempuan pelari maraton yang non-atlet

### C. Kerangka Berpikir

Saat ini fenomena lari maraton bukan hal yang asing lagi dikenal masyarakat, baik melalui media elektronik seperti siaran televisi, radio; media sosial seperti artikel *online*, *facebook* serta acara *Car Free Day* (CFD). Mulanya aktivitas fisik ini banyak diikuti oleh kaum laki-laki, seiring berkembangnya zaman aktivitas ini juga diikuti oleh kaum perempuan. Selain membuat badan sehat dan bugar, fenomena lari maraton ini bisa menambah pertemanan dengan orang lain serta sebagai ajang eksistensi diri.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang, pembatasan masalah dan perumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi kaum perempuan usia 35-50 tahun memilih lari maraton sebagai olahraga pilihan
2. Mengetahui interaksi sosial yang terjalin terhadap anggota komunitas lari *Fashion Runners*

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada komunitas lari *Fashion Runners* Jakarta. Komunitas tersebut melakukan latihan lari setiap Rabu dan Jumat pagi hari yang berlokasi di kompleks Gelora Bung Karno (GBK) Jakarta. Tempat penelitian ini dipilih karena peneliti merupakan salah satu atlet lari dan sering mengikuti perlombaan lari, sehingga diharapkan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian karena mengikuti kegiatan yang sama dengan anggota-anggota lainnya.

Secara akademis, pemilihan komunitas tersebut dikarenakan letak geografisnya yang berpengaruh terhadap tingkat sosial masyarakatnya. Dilihat secara geografis kawasan Gelora Bung Karno terletak di kawasan *Central*

*Business District* (CBD) yang cenderung memiliki tingkat sosial sekaligus individual yang tinggi dimasyarakat. Di wilayah tersebut juga merupakan area yang sering digunakan untuk *Car Free Day* (CFD) pemerintah provinsi DKI Jakarta pada Minggu pagi. Hampir rata-rata masyarakat di kawasan tersebut masyarakat sosial menengah ke atas serta adanya daya saing untuk menunjukkan eksistensi diri masing-masing.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada

No	Waktu	Kegiatan
1.	Mei 2016	Pengajuan Judul
2.	Januari 2017	Seminar Persiapan Skripsi (SPS)
3.	Januari-Maret 2017	Penelitian
4.	Juli 2017	Sidang Skripsi

## C. Metode Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengatasi permasalahan.<sup>31</sup>

Dilihat dari tujuan penelitian, yaitu untuk memperoleh gambaran tentang fenomena sosial alasan perempuan bergabung dalam komunitas serta interaksi

<sup>31</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm: 2.

pelari perempuan di dalam komunitas, maka penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif .

Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini akan dijelaskan secara jelas, teliti serta sistematis mengenai variabel yang diteliti.

Secara harfiah, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Tujuan dari penelitian deksriptif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik dalam bentuk verbal maupun numerikal, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian, menjelaskan seperangkat tahapan atau proses, serta untuk menyimpan informasi bersifat kontradiktif mengenai subjek penelitian.<sup>33</sup>

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif guna menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena sosial alasan perempuan bergabung dalam komunitas serta interaksi yang terjalin antar pelari perempuan dalam komunitas.

---

<sup>32</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm: 234.

<sup>33</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm: 76.

## D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terdiri dari subjek primer dan subjek sekunder, subjek primer adalah kaum perempuan usia 35-50 tahun pada komunitas *Fashion Runners*. Subjek sekunder berasal dari pelatih *Fashion Runners*, perpustakaan dan berbagai artikel dari internet.

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas *Fashion Runners*. Berdasarkan data yang diperoleh, populasi anggota *Fashion Runners* berjumlah 40 orang.

### 2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Sampling Purposive* yaitu meneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada anggota *Fashion Runners* yang berusia 35-50 tahun. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>34</sup>

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), *interview* (wawancara), observasi, dan dokumentasi.<sup>35</sup> Teknik tersebut digunakan peneliti, karena suatu fenomena itu akan dimengerti maknanya

---

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: ALFABETA, 2012), hlm: 124.

<sup>35</sup> *Ibid*, hlm: 137.



secara baik apabila peneliti melakukan interaksi dengan subjek penelitian dimana fenomena tersebut berlangsung.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya adalah sebagai berikut :

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>36</sup> Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya telah tersusun rapi.

b. Observasi

Kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman mulut dan kulit. Oleh karena itu, observasi merupakan metode yang menggunakan pengamatan atau pancaindra langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.<sup>37</sup> Penelitian dalam bentuk observasi ini biasanya dilakukan untuk mendapatkan data yang valid. Dengan melakukan pengamatan secara mendalam terhadap subjek yang akan menjadi target penelitian. Mengawasi atau bisa dikatakan terjun

---

<sup>36</sup> Ibid., hlm: 142.

<sup>37</sup> Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm: 52.

langsung ke lapangan dengan ikut melihat gejala-gejala sosial yang terjadi. Istilahnya kita ikut terlibat di tengah-tengah subjek.

c. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>38</sup>

Esterberg dalam Sugiyono mendefinisikan wawancara adalah penemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Ketika melakukan wawancara, peneliti dibantu dengan menggunakan alat-alat berikut:

- a. Alat rekam pada *handphone*, untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan dengan partisipan.
- b. Buku catatan, untuk mencatat semua percakapan dengan partisipan.
- c. Kamera, untuk memotret sebagai bukti visual bahwa peneliti sedang melakukan percakapan dengan partisipan.

*Interview* (wawancara) merupakan metode yang sangat tepat serta efektif. Karena di dalam wawancara peneliti dapat melihat langsung subjek yang akan diteliti, serta dapat mengamati tingkah laku subjek. Dengan demikian data yang diperoleh akan mendapatkan sumber data

---

<sup>38</sup> Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rodsakarya, 2013), hlm: 186.

yang murni sesuai hasil yang diinginkan.

d. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Studi dokumentasi juga diperlukan dalam penelitian ini, data-data dari literature buku, jurnal ataupun data-data dalam bentuk dokumen yang berasal dari internet. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa lampau. Peneliti perlu kepekaan teoritik untuk dapat memaknai semua dokumen tersebut.

**F. Instrumen Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi secara rinci, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner tertutup a, b, c, d dimana pertanyaan ini dibuat dalam bentuk item pertanyaan dengan jawaban yang sudah tersusun rapi.

**G. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang hanya mendeskripsikan mengenai situasi atau kejadian-kejadian secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari suatu gejala tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diperlukan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber pertama dimana sebuah data

dihasilkan dan diolah.<sup>39</sup> Pengambilan data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket di lapangan. Data primer kemudian ditabelkan dan dianalisis dengan persentase pada setiap alternatif jawaban dan ditabulasikan dalam tabel sederhana yaitu tabel presentase. Teknik ini digunakan untuk mendapat gambaran tentang fenomena sosial olahraga lari maraton pada perempuan usia 35-50 tahun pada komunitas *Fashion Runners*.

## 2. Data Sekunder

Sumber data kedua setelah data primer yakni data sekunder. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder.<sup>40</sup> Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita hanya mencari data-data yang terkait dengan penelitian kita yang dapat diperoleh dari artikel-artikel, buku-buku di perpustakaan, serta anggota komunitas *Fashion Runners* yang terkait dengan data jumlah perempuan dan usia.

Adapun dalam penghitungan hasil jawaban kuesioner yang telah diberikan kepada responden yaitu dengan cara :

Presentase dengan rumus :  $P = F/N \times 100\%$

P : persen yang dicari

F : frekuensi jawaban responden

N : jumlah sampel

100% : bilangan konstan

---

<sup>39</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Pres, 2001), hlm: 129.

<sup>40</sup> Ibid., hlm: 129.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian Stadion Utama Gelora Bung Karno**

Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK) adalah sebuah stadion serbaguna di Jakarta, Indonesia yang merupakan bagian dari kompleks olahraga Gelanggang Olahraga Bung Karno. Stadion Utama Gelora Bung Karno ini beralamat di Jalan Pintu Satu Senayan, Gelora, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10270, Indonesia. Gedung olahraga ini dibangun mulai sejak pada tanggal 24 Agustus 1962 sebagai kelengkapan sarana dan prasarana dalam rangka Asian Games 1962. Panjang lapangan 110m, lebar lapangan 70m, lintasan atletik 400m yang terdiri dari 8 jalur. Saat ini Stadion Utama Gelora Bung Karno sedang dalam tahap renovasi menjelang Asian Games 2018.

Selain Stadion Utama Gelora Bung Karno, di dalam kompleks Gelanggang Olahraga Bung Karno juga terdapat beberapa arena olahraga seperti lapangan Persatuan Atletik Seluruh Indonesia (PASI) yang saat ini digunakan oleh komunitas lari *Fashion Runners*. Komunitas *Fashion Runners* yang awalnya berlatih di dalam Stadion Utama Gelora Bung Karno, harus merelakan pindah ke lapangan lain karena tempat mereka berlatih sedang direnovasi.

Lapangan PASI Senayan yang beralamat di Jl. Stadion Senayan Rt.1 Rw.3, Gelora, Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10270, Indonesia

merupakan salah satu arena olahraga yang terdapat di dalam kompleks Gelanggang Olahraga Bung Karno. Lapangan PASI ini satu-satunya arena yang masih terdapat tanah disekelilingnya. Di tengah-tengah lapangan ini terbuat dari rumput alami yang dipergunakan untuk latihan atau pertandingan sepak bola karena memiliki lahan yang cukup luas. Sementara di area sekitar yang dikelilingi tanah digunakan sebagai latihan untuk komunitas lari *Fashion Runners*.

Komunitas *Fashion Runners* sebelumnya menempati Stadion Utama Gelora Bung Karno, karena disana juga masih terdapat tanah yang halus, sehingga aman untuk berlari. Namun karena sedang diadakan renovasi menjelang Asian Games 2018 yang diadakan di Jakarta, mereka harus rela mencari tempat latihan yang masih terdapat tanah juga di sekelilingnya. Dan satu-satunya tempat yang tersisa hanya lapangan PASI.

Komunitas *Fashion Runners* memilih latihan di tanah karena mereka yang terdiri dari pelari jarak jauh tidak boleh berlari diatas aspal dalam latihan. Hal ini bisa mengakibatkan cedera terutama pada lutut, lantaran aspal yang keras sangat tidak baik bagi kesehatan kaki apabila digunakan dalam lari untuk jarak yang lama dan rutin.

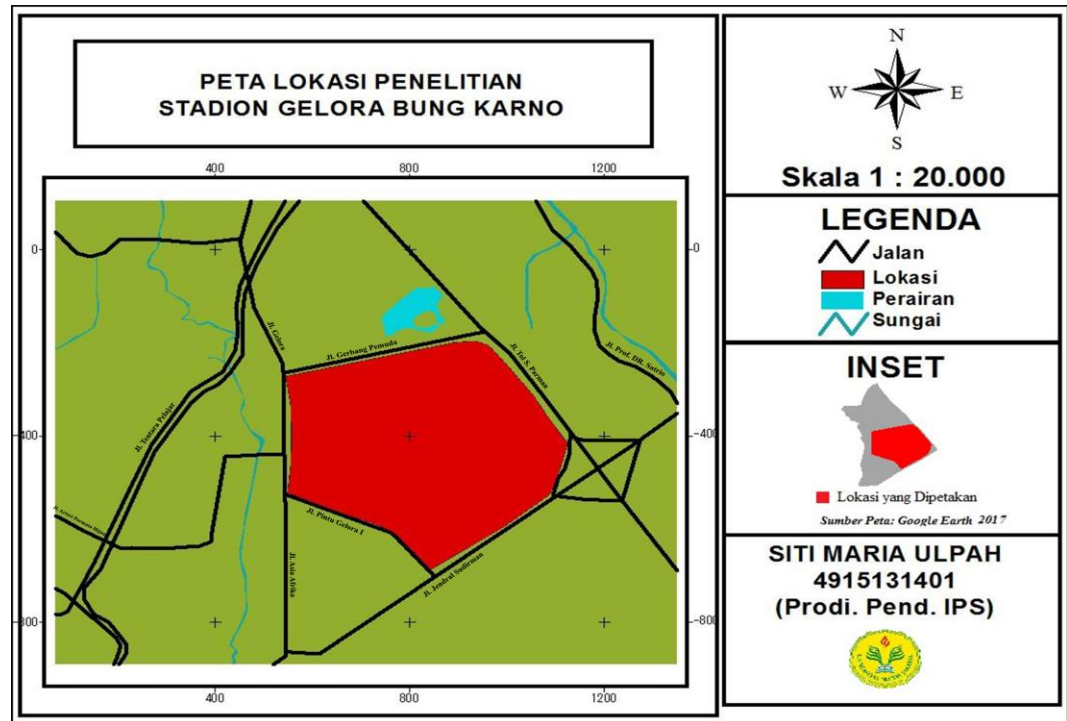
Ada beberapa kekurangan ketika mereka berlatih di lapangan PASI Senayan ini, yaitu ketika musim hujan tanah biasanya menjadi lembab dan ada sedikit bagian yang tergenang air karena disini masih tanah asli. Saat hujan pada malam hari dan mereka datang untuk latihan pada pagi hari, mereka harus menerima sepatu mereka kotor dengan tanah dan lari yang semakin berat karena tanah

menempel disepatu. Komunitas *Fashion Runners* berlatih pada hari Rabu dan Jumat pagi mulai pukul 06:00-07:30. Ada juga tambahan program biasanya di Minggu pagi pada *Car Free Day* (CFD), mereka harus menempuh jarak tertentu sesuai arahan dari pelatih.

Sehabis latihan, mereka melanjutkan kegiatan masing-masing. Ada yang membawa mobil pribadi, ada pula dengan supir pribadi. Di dalam mobil mereka biasanya sudah menyiapkan pakaian ganti untuk melanjutkan aktivitas mereka di ibukota.

Komunitas *Fashion Runners* terdiri dari 40 anggota dan lebih didominasi oleh kaum perempuan. Jenjang usia anggota *Fashion Runners* dari 24 tahun sampai 70 tahun. Hampir semua anggota *Fashion Runners* sudah memiliki pekerjaan dan berumah tangga.

Jika kita melihat secara keseluruhan keadaan lingkungan serta anggota *Fashion Runners*, dapat ditarik kesimpulan bahwa letak Stadion Utama Gelora Bung Karno sangat strategis yakni di pusat kota, serta pusatnya bagi berbagai komunitas untuk menunjukkan eksistensi.



**Gambar 4.1 Peta Lokasi SUGBK**

## 2. Deskripsi Data Anggota

Dalam penelitian ini jumlah yang dijadikan sampel adalah pelari perempuan usia 35-50 tahun yang berjumlah 20 orang dari seluruh anggota *Fashion Runners* sebanyak 40 orang.

Indikator untuk mengetahui bagaimana suatu fenomena sosial saat ini, dijabarkan dalam beberapa indikator, salah satunya indikator mengenai fenomena lari maraton.

Dari indikator fenomena sosial terdapat beberapa pernyataan yang dibuat, yaitu olahraga saat ini merupakan suatu gaya hidup. Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan sangat setuju bahwa olahraga saat ini merupakan suatu gaya hidup. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.1





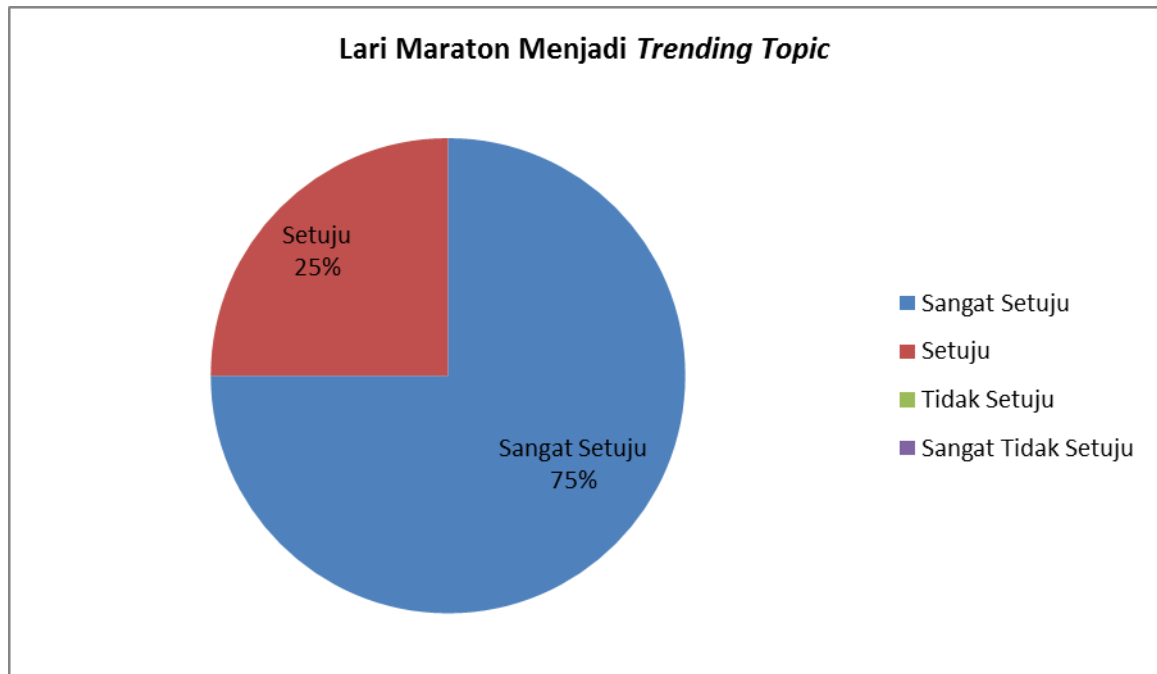
*Sumber: Olahan data primer 2017*

#### **Grafik 4.1 Pendapat Responden Mengenai Olahraga Sebagai Gaya Hidup**

Berdasarkan grafik 4.1 di atas, menunjukkan bahwa di zaman modern saat ini, segala sesuatu berkembang pesat. Pemilihan olahraga yang dahulu dianggap sebagai suatu kebutuhan, namun kini merupakan suatu gaya hidup. Agar tidak dikatakan ketinggalan zaman, kita harus mampu menyesuaikan. Terutama di kota-kota besar seperti Jakarta contohnya, suatu gaya hidup yang dinilai keren dan unik pasti akan diikuti oleh banyak orang. Hal itu berlaku pada berbagai jenis olahraga yang ditawarkan. Mulai dari Fitness, Basket, Badminton, hingga lari Maraton. Semakin banyak orang-orang yang mengikuti perkembangan gaya terbaru, semakin mudah mencari rezeki bagi mereka yang melihat kesempatan di dalamnya.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai fenomena lari maraton sedang

menjadi *trending topic*. Dari 20 responden atau sebesar 75% menyatakan sangat setuju, 25% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.2



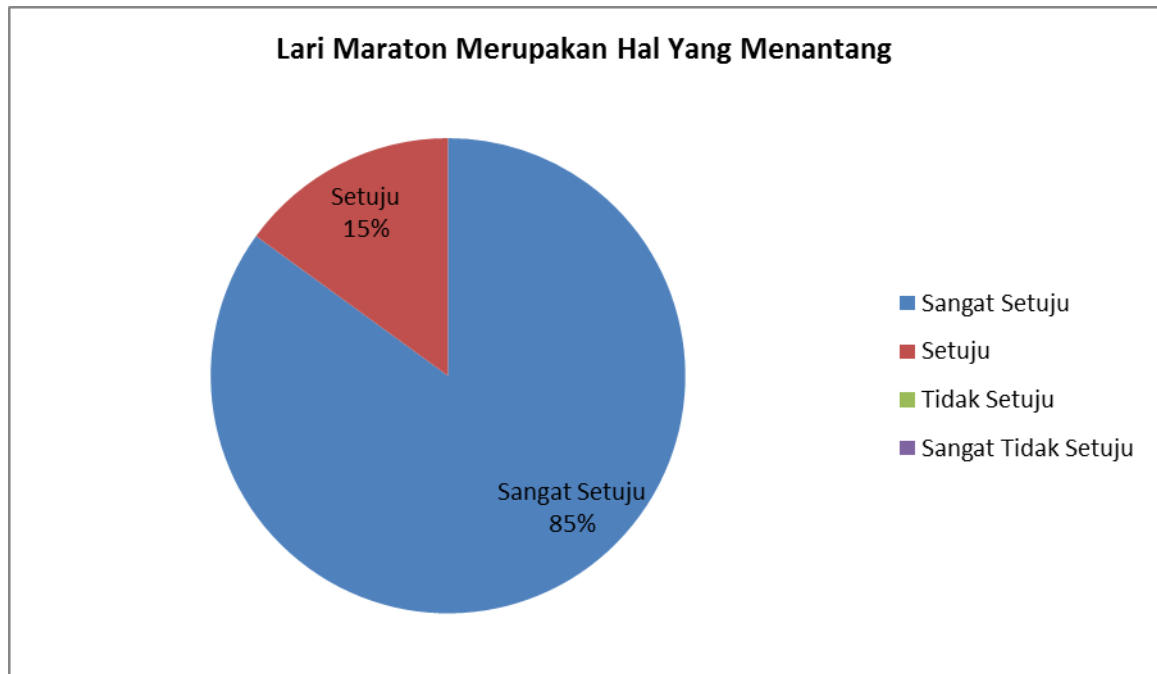
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.2 Lari Maraton Menjadi *Trending Topic***

Sejalan dengan fenomena sosial saat ini yakni menjamurnya berbagai jenis olahraga. Mulai dari olahraga ringan hingga berat, mengeluarkan biaya sedikit hingga mengeluarkan biaya yang sangat banyak hanya demi suatu gaya hidup. Saat ini fenomena lari maraton sedang menjadi *trending topic* khususnya bagi masyarakat metropolitan. Seakan tidak mau ketinggalan zaman, mereka bukan hanya mengetahui, melainkan mengikuti perkembangan zaman tersebut.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai fenomena sosial perlombaan lari maraton merupakan hal yang menantang. Dari 20 responden atau sebesar 85%

menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.3



*Sumber: Olahan data primer 2017*

### **Grafik 4.3 Lari Maraton Merupakan Hal yang Menantang**

Fenomena sosial saat ini sangat menarik bagi masyarakat. Lari maraton yang tergolong olahraga berat ternyata memiliki daya tarik tersendiri bagi yang mengikutinya. Lari maraton ini dianggap sebagai tantangan yang harus diselesaikan oleh peserta yang mengikutinya.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai pengeluaran biaya pribadi untuk mengikuti perlombaan. Dari 20 responden atau sebesar 90% menyatakan sangat setuju, 10% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.4



*Sumber: Olahan data primer 2017*

#### **Grafik 4.4 Responden Mengeluarkan Biaya Sendiri Untuk Lomba**

Ketika seseorang menyukai sesuatu, maka mereka akan mengeluarkan biaya untuk dapat memenuhi keinginannya tersebut. Dalam perlombaan maraton seperti yang diketahui bahwa olahraga ini merupakan olahraga yang mahal. Ketika seseorang mengikuti perlombaan maraton mereka harus siap menerima segala aturan yang ditentukan termasuk untuk harga yang mahal. Mereka harus mengeluarkan biaya pribadi untuk mengikutinya, termasuk ketika perlombaan yang diadakan jauh dari tempat tinggal mereka. Mereka harus menyiapkan dana yang tidak sedikit dan itu semua adalah murni dana pribadi mereka masing-masing.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai fenomena sosial saat ini komunitas lari sangat banyak terutama di Jakarta. Dari 20 responden atau sebesar 95%

menyatakan sangat setuju, 5% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.5



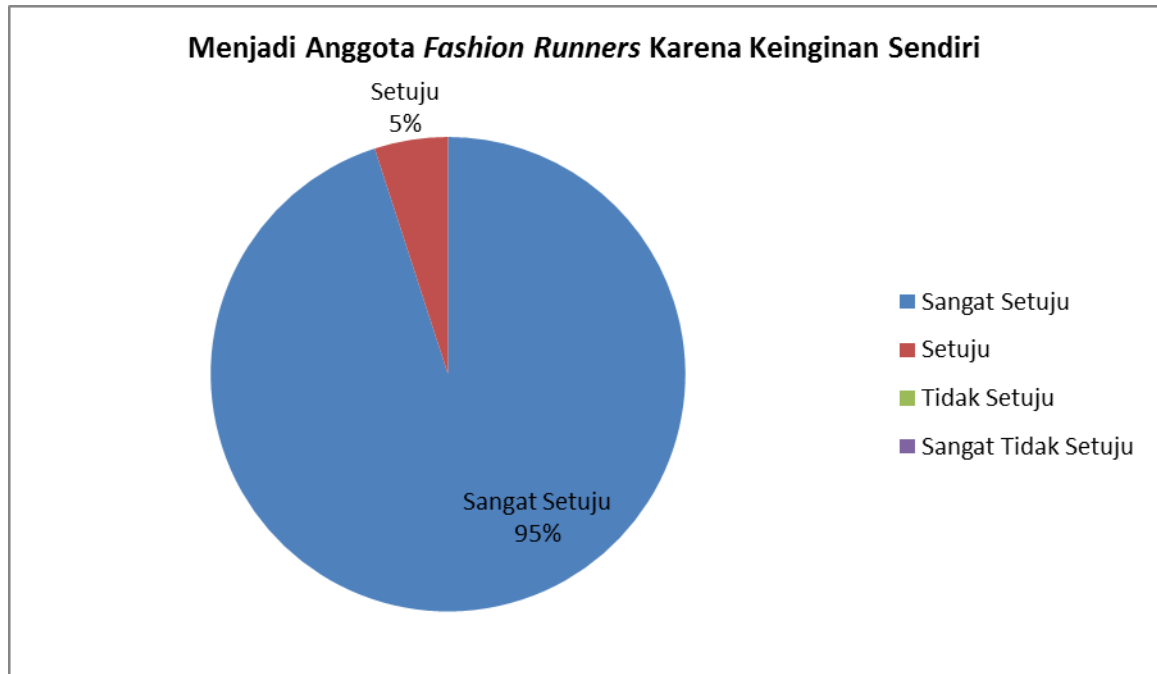
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.5 Banyak Komunitas Lari di Jakarta**

Fenomena sosial saat ini memang sangat beragam terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Munculnya beragam suatu fenomena memunculkan pula beragam komunitas untuk menunjukkan keberadaan kelompoknya. Masyarakat dapat menentukan ingin bergabung dalam komunitas mana yang sesuai dengan keinginannya.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai pilihan menjadi anggota komunitas *Fashion Runners* karena keinginan sendiri. Dari 20 responden atau sebesar 95% menyatakan sangat setuju, 5% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat

dalam grafik 4.6

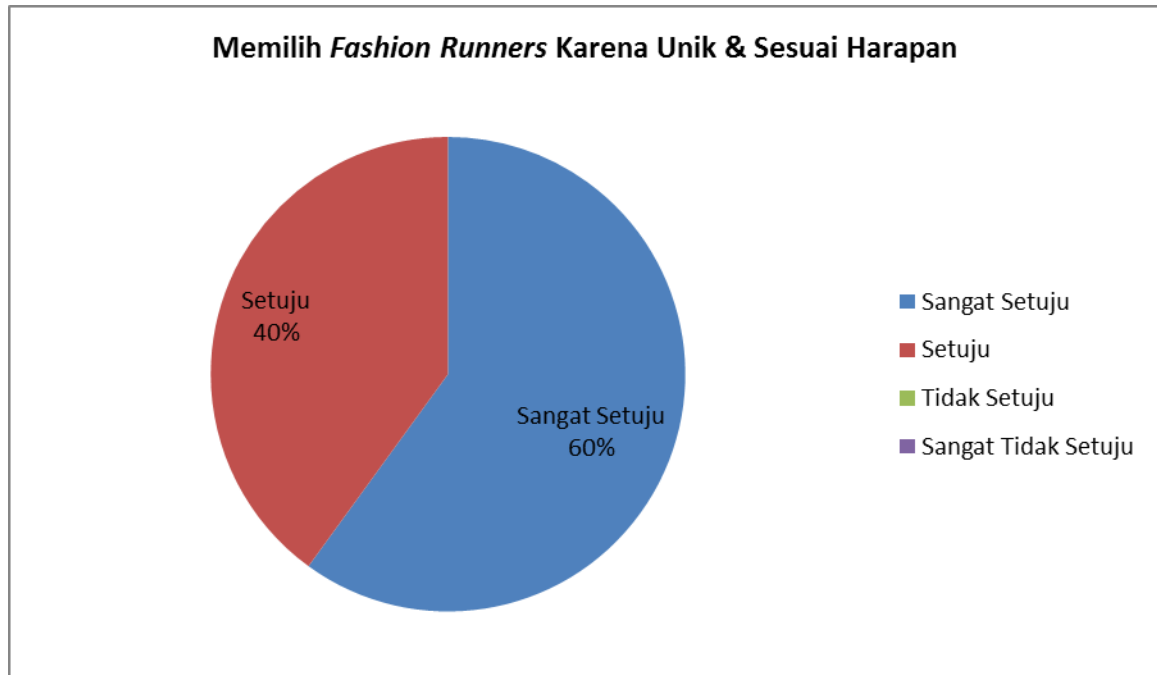


Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.6 Menjadi Anggota *Fashion Runners* Karena Keinginan Sendiri**

Fenomena sosial yang terjadi merupakan atas keinginan individu sendiri. Setiap komunitas pasti memiliki perbedaan dengan komunitas lainnya, seperti komunitas *Fashion Runners*. Sehingga menjadi daya tarik orang lain untuk ikut bergabung dengan sendirinya tanpa paksaan dari orang lain.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai pilihan menjadi anggota komunitas *Fashion Runners* karena unik dan sesuai dengan harapan terhadap suatu komunitas. Dari 20 responden atau sebesar 60% menyatakan sangat setuju, 40% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.7

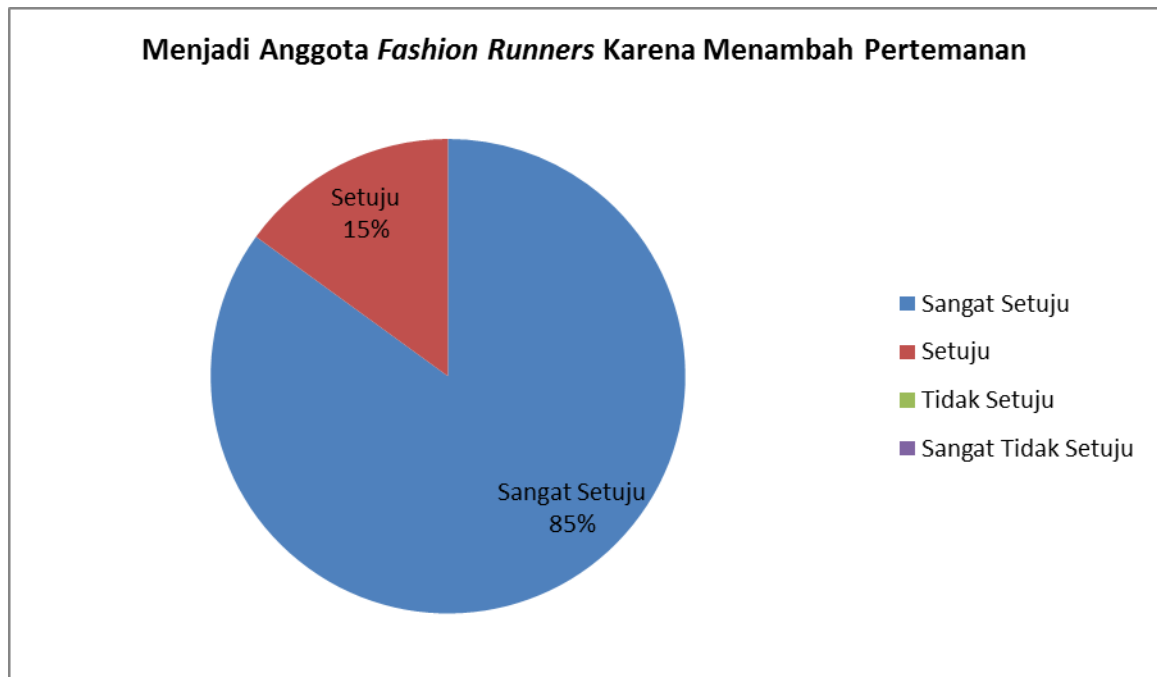


Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.7 Memilih *Fashion Runners* Karena Unik & Sesuai Harapan**

Komunitas *Fashion Runners* merupakan komunitas yang unik sehingga siapapun dapat tertarik untuk bergabung dan sesuai dengan harapan terhadap suatu komunitas. Harapan tersebut merupakan suatu tujuan dari individu bergabung dalam suatu komunitas. Sehingga ketika bersama dengan anggota yang lain individu tidak canggung dan merasa seperti apa yang diinginkannya selama ini.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai pilihan menjadi anggota komunitas *Fashion Runners* karena dapat menambah pertemanan. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15 persen menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.8



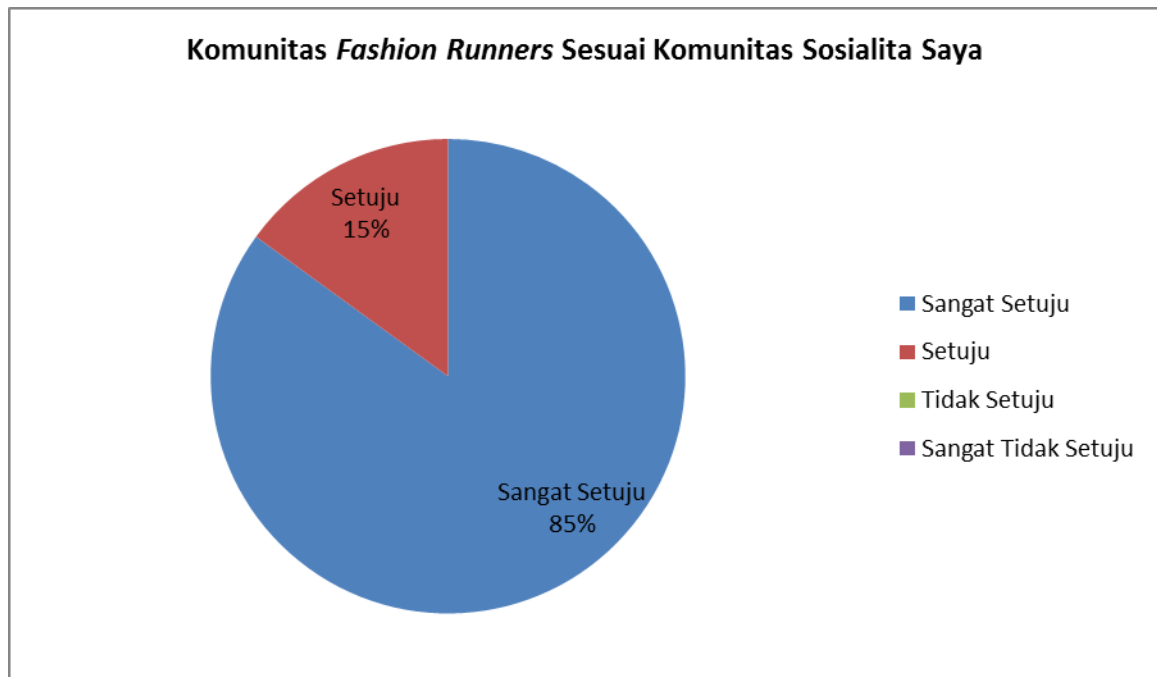
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.8 Menjadi Anggota *Fashion Runners* Karena Menambah  
Pertemanan**

Tabel di atas menunjukkan bahwa salah satu tujuan seseorang bergabung dalam suatu komunitas ialah untuk mencari teman baru. Tidak dapat disangkal bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang selalu ingin berinteraksi. Tergabung dalam komunitas *Fashion Runners* dapat menambah pertemanan karena dapat menjalin komunikasi dengan siapa saja yang memiliki tujuan yang sama.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai komunitas *Fashion Runners* sesuai dengan komunitas sosialita anggotanya. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.9





Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.9 Komunitas *Fashion Runners* Sesuai Komunitas Sosialita**

Seseorang akan merasa nyaman bila berada dengan lingkungan yang sama dengannya. Komunitas *Fashion Runners* yang didominasi oleh orang berusia 35 tahun keatas memiliki kesamaan dalam gaya hidup. Seseorang dapat mengekspresikan dirinya pada suatu kelompok apabila mereka merasa nyaman, sehingga tidak ada yang canggung. Dalam suatu kelompok dimana anggotanya memiliki kesamaan satu dengan lainnya pasti akan berlangsung lama.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai komunitas *Fashion Runners* sebagai ajang eksistensi. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.10



Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.10 Komunitas *Fashion Runners* Sebagai Ajang Eksistensi**

Perkembangan zaman yang semakin modern ini membuat individu atau kelompok berusaha untuk diakui keberadaannya dimasyarakat. Suatu komunitas tidak hanya sekedar untuk menambah pertemanan, melainkan sebagai ajang eksistensi. Mereka ingin diakui keberadaannya dengan apa yang mereka kerjakan. Tentunya dalam hal ini mereka sangat berperan dalam penyebaran gaya hidup sehat dengan olahraga. Semakin berkembangnya suatu komunitas, akan semakin banyak individu yang tertarik dan ingin bergabung dalam *Fashion Runners*.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai komunitas *Fashion Runners* memiliki ikatan kekeluargaan yang tinggi. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam

grafik 4.11



*Sumber: Olahan data primer 2017*

#### **Grafik 4.11 Komunitas *Fashion Runners* Memiliki Ikatan Kekeluargaan Tinggi**

Komunitas *Fashion Runners* tidak hanya sekumpulan orang yang menghabiskan uang demi diakui keberadaannya, tetapi juga memiliki ikatan kekeluargaan yang tinggi. Pada umumnya ikatan kekeluargaan yang tinggi akan terjalin apabila semua anggota bersikap baik dan saling menghargai, dengan begitu suatu kelompok akan bertahan lama.

Dalam grafik dapat diketahui mengenai komunitas *Fashion Runners* berkomunikasi via *whatsapp* kepada teman-teman *Fashion Runners*. Dari 20 responden atau sebesar 90% menyatakan sangat setuju, 10% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.12

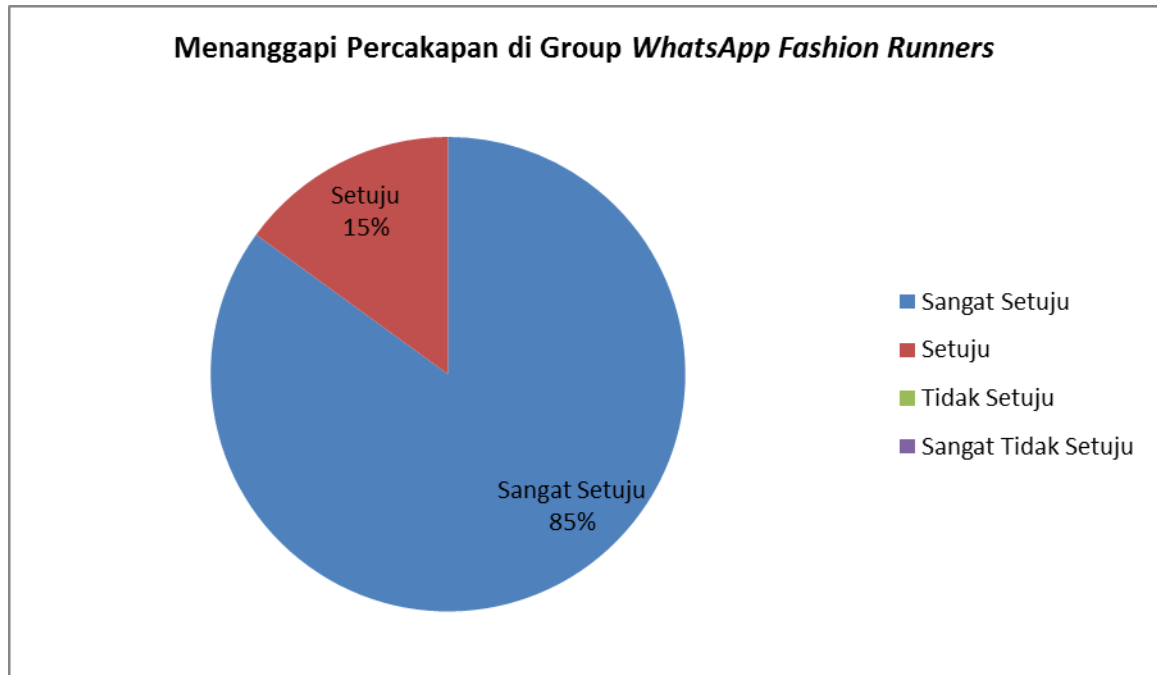


Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.12 Berkomunikasi via *WhatsApp* Kepada Anggota *Fashion Runners***

Media sosial saat ini memang sangat berpengaruh terhadap komunikasi manusia. Tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk berkirim pesan, hanya melalui gadget dan aplikasi komunikasi seperti *whatsapp* semua orang dapat berinteraksi, tidak hanya dengan 1 pihak, tetapi dengan banyak pihak sekaligus.

Dalam grafik dapat diketahui anggota *Fashion Runners* memberi tanggapan percakapan di group *whatsapp Fashion Runners*. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.13



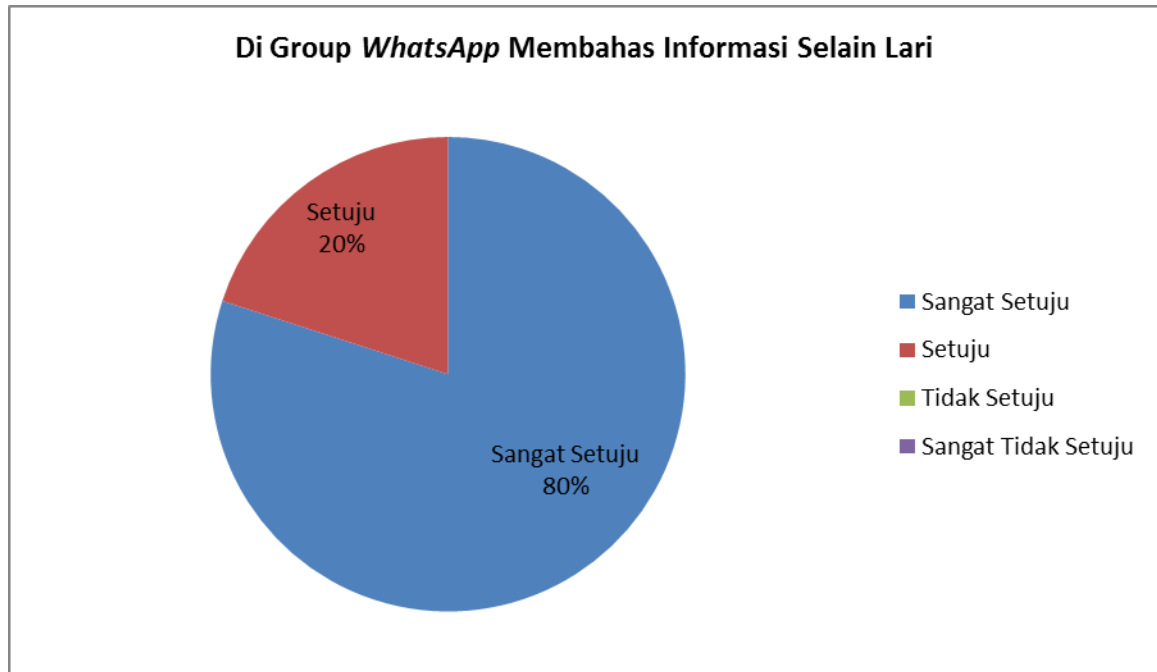
*Sumber: Olahan data primer 2017*

**Grafik 4.13 Menanggapi Percakapan di Group *WhatsApp Fashion Runners***

Jarak bukanlah suatu penghalang untuk dapat berinteraksi. Group *whatsapp* dibuat untuk memberikan informasi kepada anggota *Fashion Runners* mengenai yang berhubungan dengan kegiatan komunitas maupun lainnya. Semakin sering terjalin interaksi kepada anggota lain, semakin erat ikatan yang dimiliki. Hal itu menunjukkan bahwa individu dihargai dalam kelompok untuk menyampaikan informasi dan ditanggapi oleh orang lain.

Dalam grafik dapat diketahui anggota *Fashion Runners* selain mengenai lari, di group *whatsapp Fashion Runners* juga membahas informasi lainnya. Dari 20 responden atau sebesar 80% menyatakan sangat setuju, 20% menyatakan setuju.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.14



Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.14 Group *WhatsApp* Membahas Informasi Selain Lari**

Dalam group *whatsapp Fashion Runners* tidak hanya membahas seputar dunia lari, tetapi membahas informasi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya bahan untuk diperbincangkan akan semakin menambah suatu informasi. Komunitas *Fashion Runners* tidak hanya paham mengenai dunia lari saja, tetapi mencakup banyak hal yang diperbincangkan dalam group *whatsapp* tersebut.

Dalam grafik dapat diketahui minimal 1x dalam setahun, komunitas *Fashion Runners* selalu mengadakan *gathering*. Dari 20 responden atau sebesar 90% menyatakan sangat setuju, 10% menyatakan setuju. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam grafik 4.15

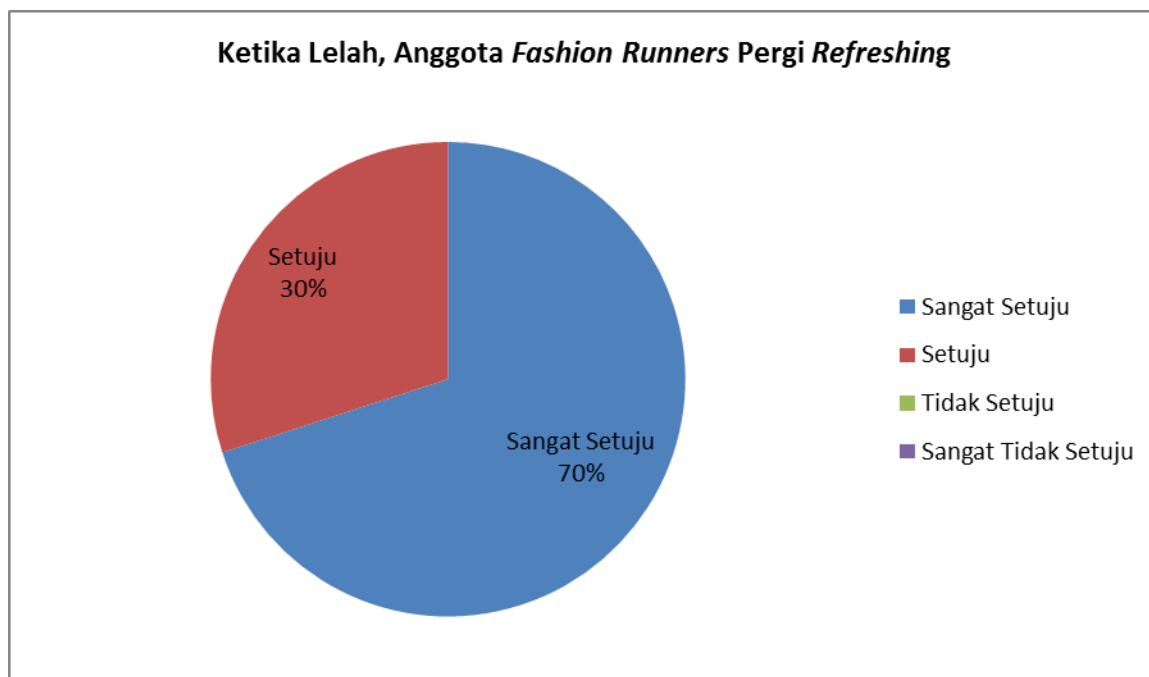


Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.15 Komunitas *Fashion Runners* Selalu Mengadakan *Gathering***

Komunitas *Fashion Runners* tidak hanya melakukan kegiatan lari, tetapi juga mengadakan acara *gathering*. *Gathering* ini sendiri bertujuan untuk lebih mengenal anggota yang lainnya, biasanya *gathering* diadakan pada hari ulang tahun *Fashion Runners* yakni 20 Februari. Pada hari tersebut mereka menyewa sebuah tempat serta merayakannya di sana.

Dalam grafik dapat diketahui ketika lelah berlatih, teman-teman *Fashion Runners* pergi *refreshing* ke suatu tempat. Dari 20 responden atau sebesar 70% menyatakan sangat setuju, 30% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik 4.16



Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.16 Ketika Lelah, Anggota *Fashion Runners* Pergi *Refreshing***

Selama menjalani program latihan tentulah individu pernah merasakan kelelahan. Cara untuk mengatasi rasa lelah tersebut adalah dengan pergi *refreshing* ke suatu tempat bersama teman-teman *Fashion Runners*. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menghilangkan rasa lelah berlatih, misalnya dengan makan bersama, bernyanyi atau sekedar jalan bersama teman-teman ke suatu tempat tertentu.

Dalam grafik dapat diketahui komunitas *Fashion Runners* saling berkunjung jika ada yang terkena musibah. Dari 20 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju, 35% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.17





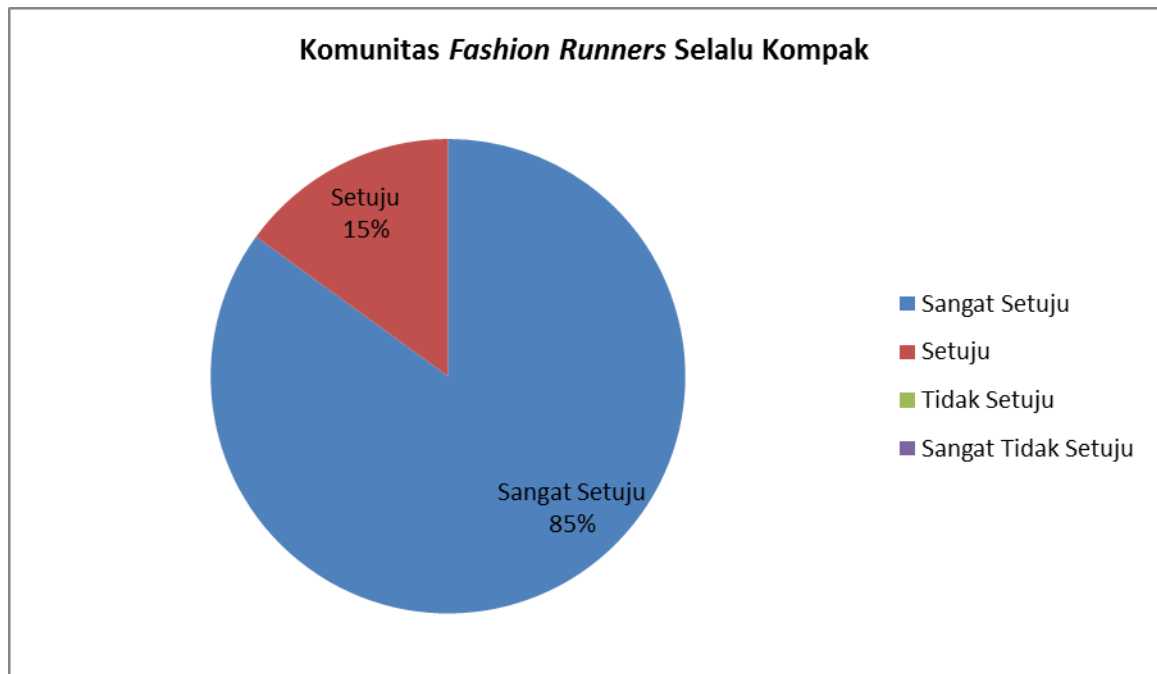
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.17 Komunitas *Fashion Runners* Saling Berkunjung Ketika Terkena Musibah**

Komunitas *Fashion Runners* memiliki sikap peduli terhadap anggotanya. Dari 20 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju untuk saling berkunjung, lainnya bisa mengucapkan ucapan prihatin untuk yang ditimpa musibah. Hal ini menunjukkan semakin kompaknya suatu komunitas, maka memiliki ikatan yang kuat. Apabila ada saudaranya yang terkena musibah, saudara lainnya dapat membantu atau saling mengunjungi.

Dalam grafik dapat diketahui komunitas *Fashion Runners* kompak dalam segala hal, baik di lapangan maupun di luar lapangan. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan sangat setuju, 15% menyatakan setuju. Untuk lebih jelasnya dapat

dilihat dalam grafik 4.18



Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.18 Komunitas *Fashion Runners* Selalu Kompak**

Komunitas *Fashion Runners* memiliki kekompakan dalam segala hal, tidak hanya yang terjadi di lapangan, melainkan yang terjadi di luar lapangan. Salah satu contoh kekompakan di luar lapangan yaitu ketika para perempuan berkumpul untuk melakukan sesi fotografi untuk menunjukkan sisi feminin mereka. Mereka saling membantu berdandan, memilih pakaian dan lainnya agar serasi dan tampil menarik. Demikian pula apabila ada suatu perlombaan, mereka saling memberi informasi mengenai perlombaan dan melakukan evaluasi terhadap teman satu dengan yang lainnya.

Dalam grafik dapat diketahui walau memiliki tubuh atletis, anggota *Fashion*

*Runners* tetap mengikuti *fashion* terkini. Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan ya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.19



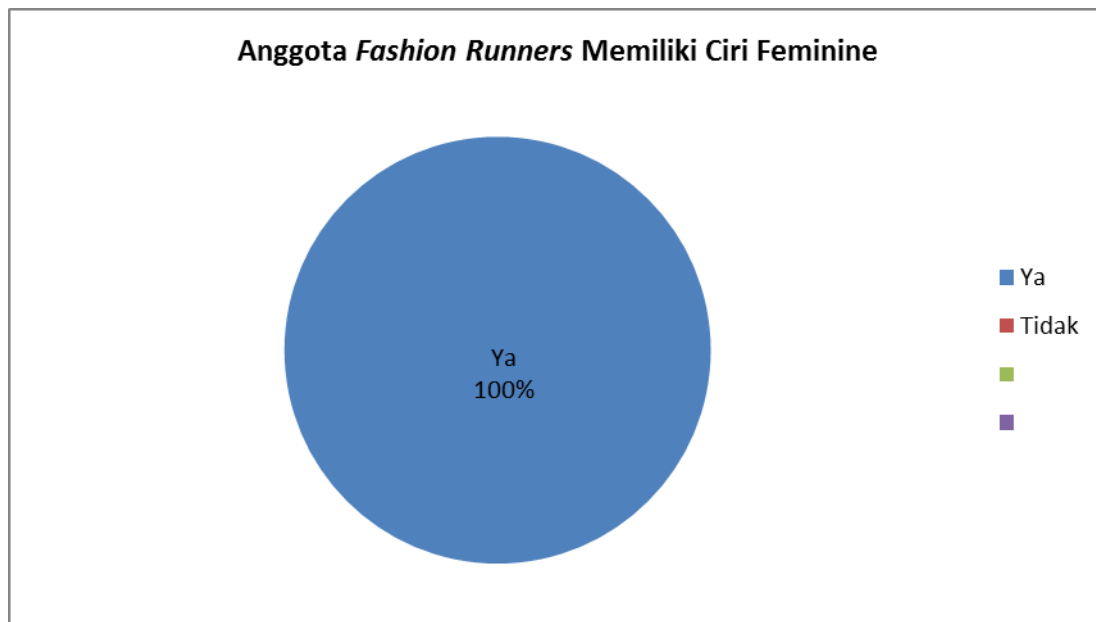
Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.19 Walau Bertubuh Atletis, Tetap Mengikuti *Fashion* Terkini**

Kodrat seorang wanita memang ingin tetap terlihat menarik apapun bidang yang digelutinya. Lari maraton merupakan olahraga yang keras karena harus berlari selama berjam-jam serta di bawah sinar matahari langsung. Namun hal tersebut bukan menjadi suatu penghalang bagi kaum perempuan untuk tetap tampil menarik, yakni dengan mengikuti *fashion* terkini. Seperti nama komunitas *Fashion Runners* yakni kumpulan para pelari yang tetap tampil *fashion* mengikuti perkembangan zaman.

Dalam grafik dapat diketahui walau mengikuti aktivitas fisik yang berat,

anggota komunitas *Fashion Runners* memiliki ciri feminin/tidak tomboy. Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan ya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.20



Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.20 Anggota *Fashion Runners* Memiliki Ciri Feminine**

Aktivitas fisik yang berat yang diikuti kaum perempuan, tidak selamanya identik dengan tomboy. Selama ini masyarakat menilai bahwa sesuatu yang berat identik dengan kaum laki-laki, sementara yang lemah identik dengan kaum perempuan. Hal tersebut tidak selamanya benar, ini dibuktikan dengan komunitas *Fashion Runners* dimana para anggota yang mayoritas kaum perempuan tetap memiliki sisi feminin sekalipun mengikuti aktivitas yang berat.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa anggota *Fashion Runners* senang berada dikomunitas *Fashion Runners* dibanding komunitas lain. Dari 20 responden atau

sebesar 90% menyatakan ya, sebesar 10% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.21



Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.21 Senang Berada di Komunitas *Fashion Runners***

Anggota *Fashion Runners* senang berada dalam komunitas *Fashion Runners* dibanding komunitas lain. Hal tersebut dapat terjadi jika para anggotanya bersikap terbuka dan memiliki pengaruh yang positif. Tidak jarang terbentuknya suatu kelompok hanya demi sebuah eksistensi, sehingga membawa hal-hal yang buruk bagi orang lain. Bagi komunitas *Fashion Runners*, komunitas ini tidak hanya sekedar tempat untuk berlatih lari jarak jauh. Komunitas *Fashion Runners* harus seperti keluarga sehingga para anggotanya senang berada dalam komunitas tersebut.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa secara sukarela berpartisipasi dalam

kegiatan amal yang diadakan oleh komunitas *Fashion Runners*. Dari 20 responden atau sebesar 85% menyatakan ya, sebesar 15% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.22



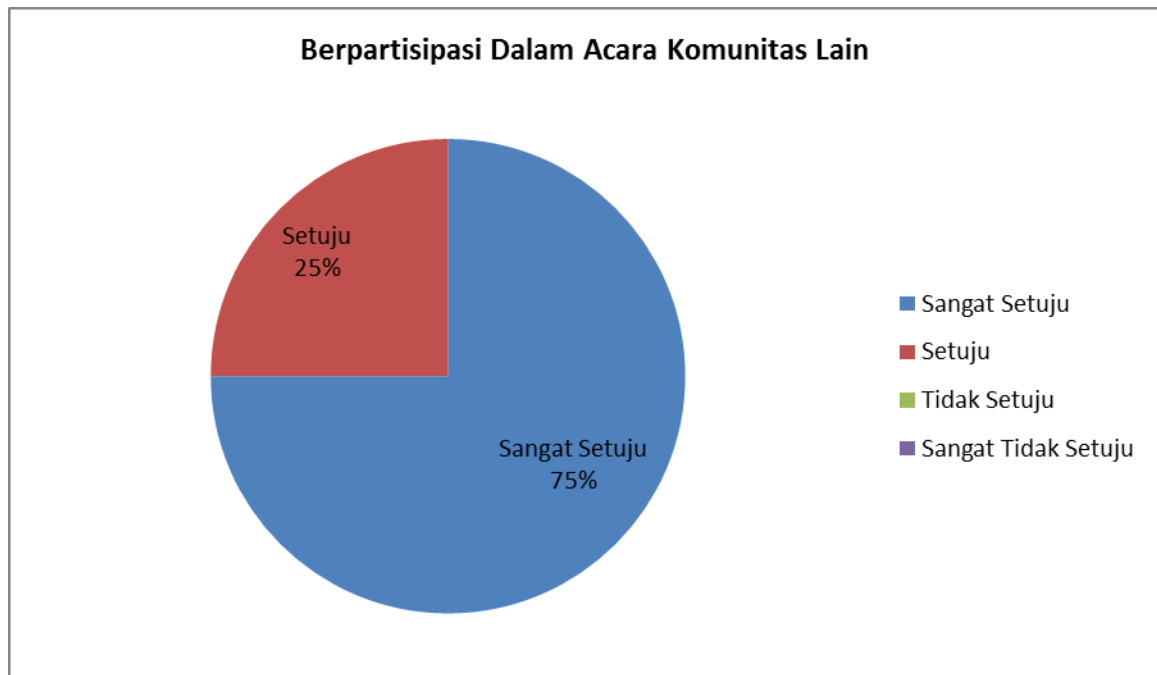
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.22 Berpartisipasi Dalam Kegiatan Amal Oleh Komunitas  
*Fashion Runners***

Anggota *Fashion Runners* secara sukarela berpartisipasi dalam kegiatan amal yang diadakan oleh komunitasnya. Meskipun para anggota telah memiliki pekerjaan di bidang masing-masing, namun mereka masih dapat meluangkan waktu bahkan tenaga untuk kegiatan amal. Kegiatan amal biasanya merupakan lari dengan jarak yang telah ditentukan, setiap orang yang telah menempuh jarak tersebut berarti turut berpartisipasi dalam pengumpulan amal kepada yang membutuhkan.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa anggota *Fashion Runners* turut

berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan komunitas lari lain. Dari 20 responden atau sebesar 75% menyatakan ya, 25% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.23



Sumber: Olahan data primer 2017

#### **Grafik 4.23 Berpartisipasi Dalam Acara Komunitas Lain**

Komunitas *Fashion Runners* ikut serta dalam acara yang diselenggarakan oleh komunitas lari lain. Semakin berkembangnya suatu komunitas terutama di kota-kota besar seperti Jakarta membuat daya saing antarkelompok semakin terlihat. Sadar akan hal tersebut, komunitas yang baik akan mendukung komunitas yang lain dalam suatu acara yang bermanfaat. Acara yang diselenggarakan suatu komunitas tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan pihak lain. Hal tersebut yang membuat komunitas *Fashion Runners* turut berpartisipasi.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa anggota memiliki teman-teman yang selalu mengingatkan untuk berolahraga ketika malas. Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan ya. untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.24



Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.24 Anggota *Fashion Runners* Saling Mengingatn Ketika Malas Berolahraga**

Memiliki teman yang baik sangat penting sebagai pengingat. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Sesempurna manusia pasti memiliki kekurangan pada dirinya. Salah satu manfaat memiliki teman yang baik adalah untuk saling mengingatkan. Ketika anggota *Fashion Runners* malas berolahraga, teman yang lain mengingatkan kembali untuk melawan rasa malas tersebut dan mengajak untuk tetap berolahraga.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa anggota *Fashion Runners* selalu menjaga



fisik (kecantikan, daya tahan tubuh, kesehatan). Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan ya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.25



Sumber: Olahan data primer 2017

#### Grafik 4.25 Selalu Menjaga Fisik (Kecantikan, Kesehatan)

Adanya keseimbangan antara olahraga yang berat dengan penampilan sebagai seorang perempuan. Semua perempuan ingin tampil cantik apapun kegiatan yang diikutinya. Bagi pelari perempuan, salah satu resiko mengikuti lari marathon ialah harus merelakan kulitnya terbakar sinar matahari langsung. Umumnya tidak ada perempuan yang menginginkan kulitnya terbakar atau menjadi kusam, karena itu pelari perempuan pada *Fashion Runners* tetap menjaga kecantikan dirinya dengan menyeimbangkan antara olahraga dengan perawatan tubuh.

Dalam grafik dapat diketahui media sosial membantu komunitas *Fashion*

*Runners* untuk lebih dikenal masyarakat lain. Dari 20 responden sebanyak 90% menyatakan ya, sebanyak 10% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.26



Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.26 Media Sosial Membantu Komunitas *Fashion Runners* Lebih Dikenal**

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dihindari terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Jakarta sebagai ibukota memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakatnya. Segala kebutuhan telah tersedia baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, maupun rekreasi. Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, hal tersebut semakin memudahkan masyarakat untuk lebih dikenal oleh orang lain. Salah satunya yakni pada komunitas *Fashion Runners* yang dikenal masyarakat lewat media sosial.

Dalam grafik dapat dikatakan bahwa saat ini peran media sosial sangat

penting dalam perkembangan dunia lari. Dari 20 responden atau sebesar 100% menyatakan ya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.27



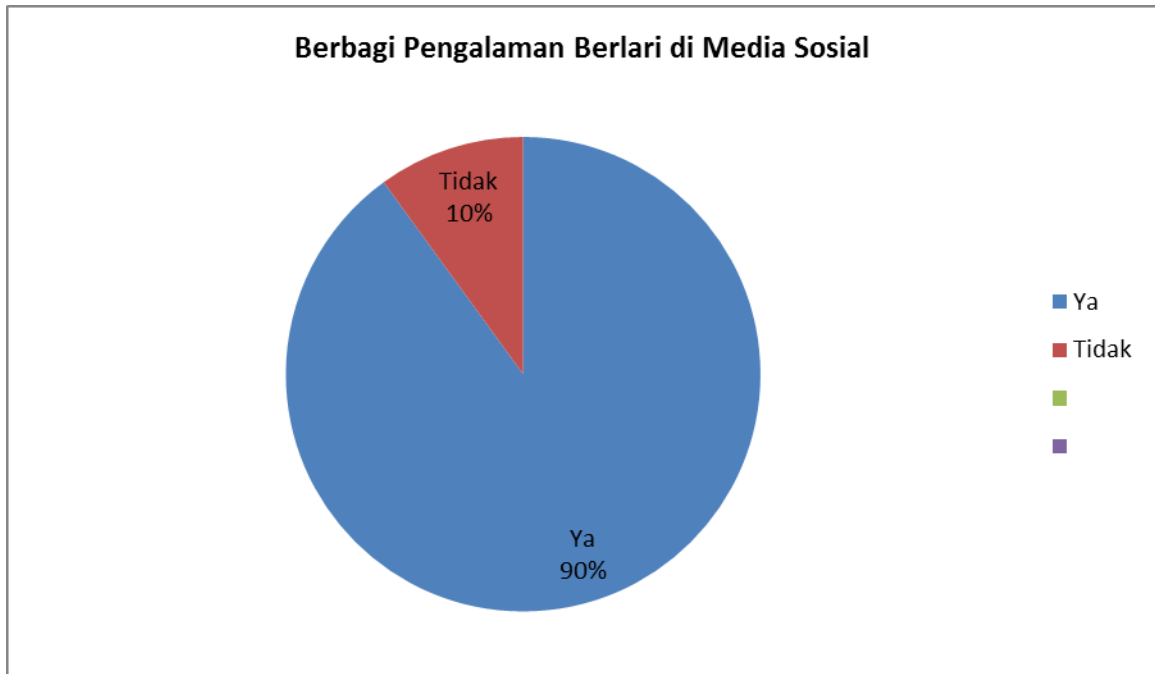
Sumber: Olahan data primer 2017

#### Grafik 4.27 Peran Media Sosial Penting Dalam Dunia Lari

Perkembangan dunia lari saat ini sangat terbantu dengan adanya media sosial. Informasi mengenai perlombaan, kesehatan, produk-produk olahraga, komunitas, semua dapat sangat mudah diketahui masyarakat lewat media sosial. Hal ini sangat membantu bagi mereka yang membutuhkan informasi mengenai dunia olahraga atau membutuhkan pelatih pribadi kini dapat mencarinya di media sosial.

Dalam grafik dapat diketahui anggota *Fashion Runners* membagikan pengalaman berlari di media sosial. Dari 20 responden atau sebesar 90% menyatakan ya, sebanyak 10% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik

4.28



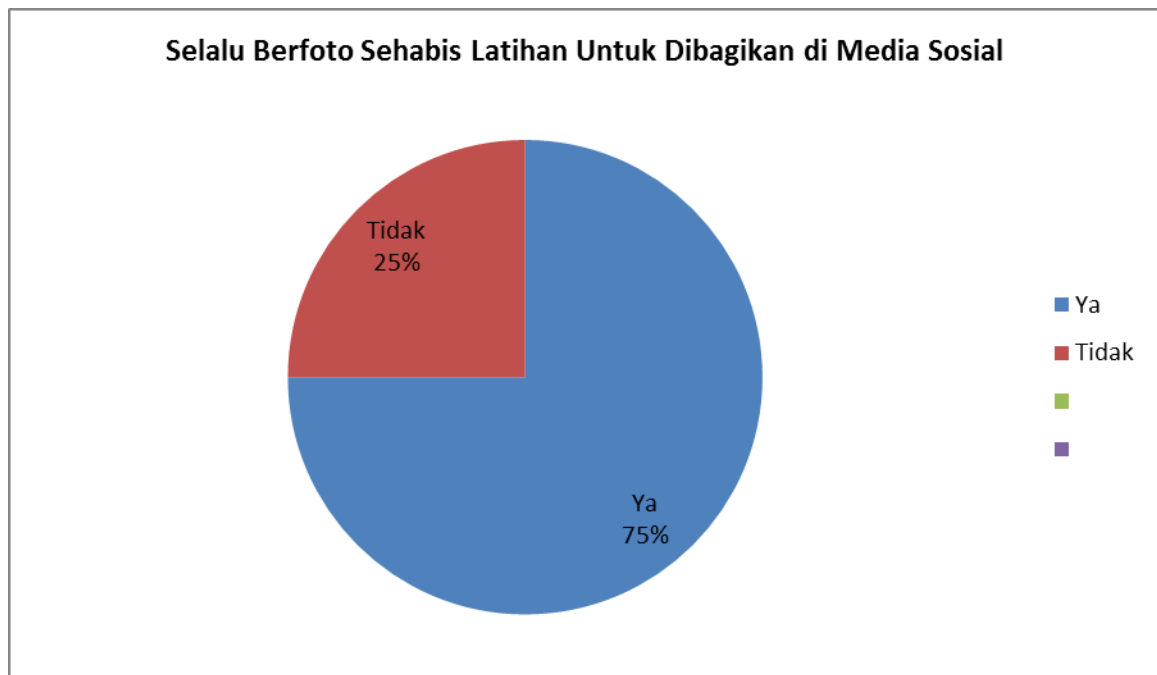
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.28 Berbagi Pengalaman Berlari di Media Sosial**

Seseorang dapat berbagi pengalaman berlari kepada orang lain lewat media sosial. Pengalaman tersebut dapat menjadi informasi bagi orang lain sebagai suatu pengetahuan atau sebagai motivasi. Seperti saat mengikuti suatu perlombaan lari marathon setiap tahun yakni “Maybank Bali Marathon” yang diadakan di Bali. Para pelari dapat menceritakan pengalamannya di media sosial selama mengikuti kegiatan tersebut sebagai informasi bagi orang lain. Selain itu, saat ini aplikasi berlari seperti *Nike Training Club* (NTC) merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh para pelari. Aplikasi tersebut berguna untuk melihat sejauh mana jarak tempuh saat berlari, waktu yang dihabiskan, serta kalori yang terbuang. Dengan membagikannya di media

sosial, orang lain dapat termotivasi untuk bisa mengikuti atau bahkan bisa lebih baik lagi.

Dalam grafik dapat diketahui anggota *Fashion Runners* selalu berfoto bersama teman-teman sehabis latihan untuk update *instagram* atau *facebook*. Dari 20 responden atau sebesar 75% menyatakan ya, sebanyak 25% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.29.



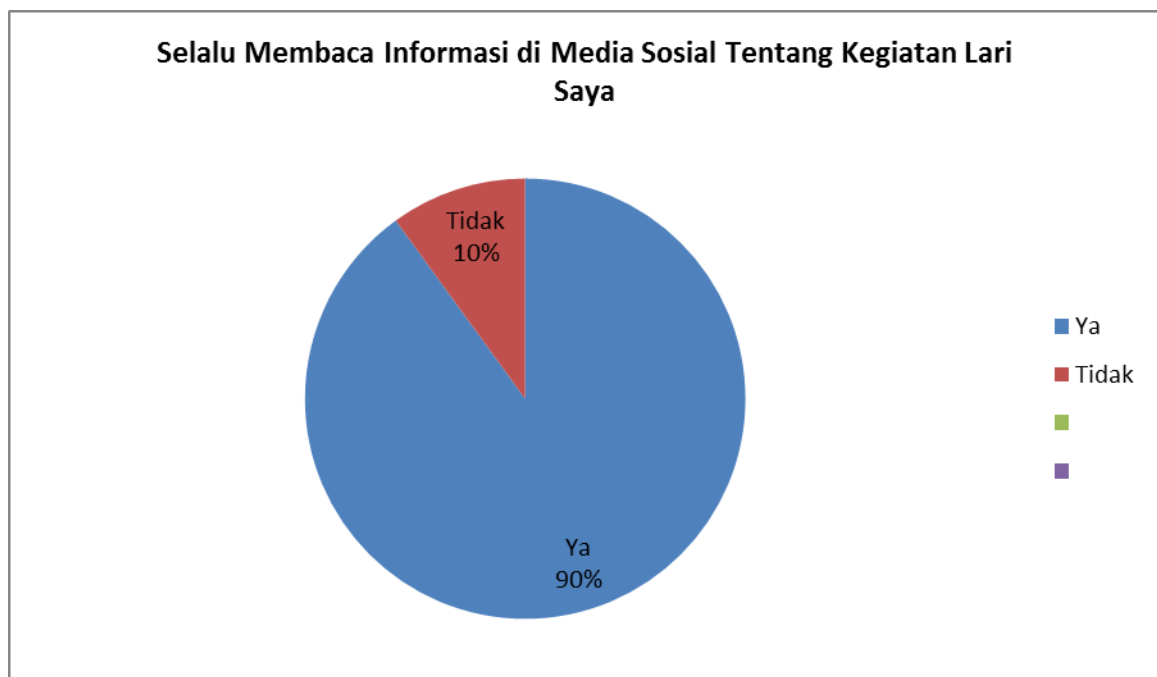
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.29 Selalu Berfoto Sehabis Latihan Untuk Dibagikan di Media Sosial**

Saat ini manusia ingin diakui keberadaannya. Hal tersebut dapat terlihat pada akun media sosial yang mereka miliki. Tidak jarang mereka memposting sesuatu hanya demi mendapatkan sebuah 'like' atau pujian dari orang lain. Hal tersebut wajar

karena salah satu sifat yang dimiliki manusia yakni ingin mendapat pujian dari orang lain atau diakui keberadaannya.

Dalam grafik dapat dikatakan bahwa anggota *Fashion Runners* selalu membaca informasi di media sosial mengenai kegiatan lari yang akan diikuti. Dari 20 responden atau sebesar 90% menyatakan ya, sebesar 10% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.30.



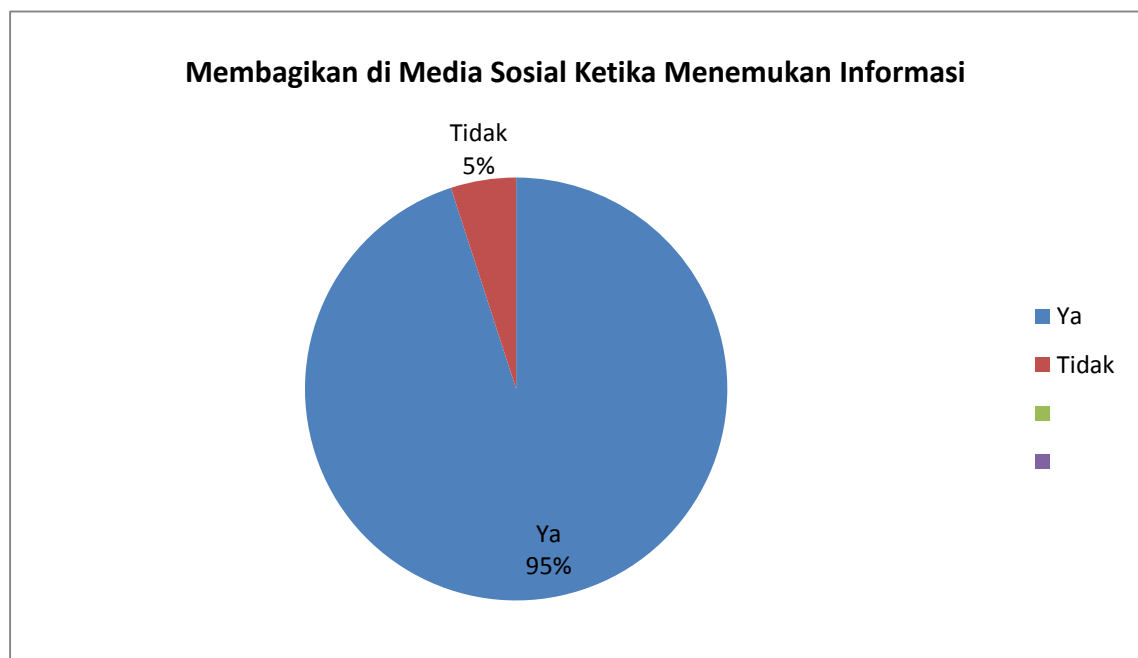
Sumber: Olahan data primer 2017

**Grafik 4.30 Selalu Membaca Informasi di Media Sosial Tentang Kegiatan Lari**

Pentingnya suatu informasi bagi seseorang yang tertarik pada bidangnya. Seseorang yang tertarik terhadap sesuatu akan mencari tahu segala informasi sesuai dengan ketertarikannya tersebut. Informasi yang didapat nantinya dapat berupa

pengetahuan maupun pertanyaan. Seseorang yang tertarik terhadap sesuatu akan mencarinya dan membandingkan dengan yang lainnya untuk kemudian mendapatkan jawaban kepuasan untuk dirinya. Pada kegiatan lari yang diikuti, mereka dapat mencari penyelenggara kegiatan tersebut, hadiah yang didapat, biaya yang harus dibayarkan, serta hal-hal lainnya sesuai dengan kegiatan lari yang mereka ikuti.

Dalam grafik dapat diketahui bahwa anggota *Fashion Runners* membagikan informasi kepada yang lain di media sosial saat menemukan artikel mengenai kegiatan lari. Dari 20 responden atau sebesar 95% menyatakan ya, sebesar 5% menyatakan tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam grafik 4.31



Sumber: Olahan data primer 2017

#### Grafik 4.31 Membagikan di Media Sosial Ketika Menemukan Informasi

Pentingnya membagikan suatu informasi yang ditemukan di media sosial

kepada yang lain. Tujuannya yakni untuk memberikan informasi tambahan kepada teman-teman yang sudah mengetahui tetapi masih membutuhkan sumber lain atau kepada yang belum mengetahui informasi tersebut. Perkembangan teknologi saat ini memudahkan manusia dalam membagikan informasi hanya dengan 1 sentuhan “share/bagikan” kepada yang lain.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Lari maraton merupakan lari sejauh 42,195 km di lintasan atau arena jalan raya yang sudah steril. Lari maraton dapat diikuti oleh semua orang, namun tidak semuanya dapat mencapai garis *finish* dengan baik. Seperti yang telah diketahui bahwa lari maraton bukanlah suatu hal yang mudah, pelari harus terus berlari dari garis *start* hingga garis *finish* dengan kondisi cuaca yang sangat tergantung kepada alam. Menurut Martha Dinata dalam buku lari jarak jauh, untuk mencapai keberhasilan dalam lari maraton ada beberapa komponen yang harus diperhatikan seperti kecepatan, daya tahan, kekuatan mental, kekuatan kondisi fisik dan taktik. Dari beberapa komponen tersebut, pelari harus terus berlari dari garis *start* hingga garis *finish* dengan kondisi cuaca yang sangat tergantung kepada alam. Apabila kondisi sedang hujan, pelari harus terus dapat melanjutkannya, demikian jika kondisi cuaca sedang panas maka mereka harus tahan dengan kondisi saat itu. Tidak hanya tergantung kepada cuaca, pelari maraton juga harus memiliki kemauan keras, disiplin, semangat pantang menyerah, serta bertanggung jawab dengan apa yang



dikerjakannya. Lari maraton bukanlah suatu hal sederhana yang dapat dipersiapkan dalam kurun waktu yang singkat, dibutuhkan jangka waktu yang lama untuk dapat melakukan lari maraton, hal ini juga termasuk memperhatikan istirahat yang cukup, makanan yang bergizi, disiplin dalam berlatih, mental yang kuat serta biaya yang tidak sedikit. Lari maraton merupakan nomor atletik tertua. Dahulu lari maraton hanya diadakan pada *event-event* besar seperti olimpiade, namun pada saat ini olahraga lari maraton merupakan suatu gaya hidup bagi masyarakat yang tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta. Semakin berkembangnya zaman, olahraga yang dahulu merupakan suatu kebutuhan, kini sudah menjadi gaya hidup masyarakat, bahkan banyak dari mereka yang rela mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk mengikuti jenis olahraga tertentu. Aktivitas fisik yang dahulu identik dengan dunianya kaum laki-laki kini mulai diminati kaum perempuan. Lari maraton yang dinilai sebagai olahraga berat dianggap sebagai sesuatu yang menantang bagi mereka.

Saat ini banyak bermunculan komunitas-komunitas lari di Jakarta, seperti pada salah satu komunitas lari di Jakarta yaitu *Fashion Runners*. *Fashion Runners* merupakan sebuah komunitas lari di Jakarta yang beranggotakan mayoritas kaum perempuan. Mereka memiliki beragam profesi seperti pengusaha, *director*, *financial*, karyawan, wiraswasta dan lain sebagainya. Usia yang tidak muda membuat mereka senang berada di komunitas *Fashion Runners* karena memiliki tujuan yang sama. Interaksi yang terjalin juga sangat intens lantaran selalu bertemu dan menghabiskan waktu bersama. Tidak hanya berbicara seputar dunia lari, tetapi mereka membahas *fashion* saat ini, *hangout*, menonton acara musik dan lainnya. Sebagai kaum

perempuan yang hidup di kota modern seperti Jakarta, gaya hidup merupakan suatu kebutuhan yang penting. Semakin luas pergaulan seseorang, maka semakin besar keberadaannya ingin diakui.

Batasan yang dibahas berdasarkan gejala yaitu:

- 1.) Kaum perempuan lebih memilih lari maraton karena olahraga ini merupakan suatu tantangan bagi mereka untuk dapat menyelesaikannya. Mereka harus berlari sejauh 42, 195 km tanpa berhenti dengan waktu yang sudah ditentukan. Selain itu, lari maraton saat ini sedang menjadi *trending topic* terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Masyarakat sangat antusias untuk mengikuti lari ini yang diselenggarakan tidak hanya di Jakarta, melainkan di daerah lain bahkan sampai ke luar negeri. Aktivitas fisik yang berat yang identik dengan kaum laki-laki, kini diminati kaum perempuan, tidak jarang kaum perempuan berlomba untuk menjadi pemenang serta menunjukkan eksistensi dirinya. Pada komunitas yang diikuti yaitu *Fashion Runners* memiliki keunikan dan sesuai dengan harapan akan suatu komunitas anggotanya. Keberadaan kaum perempuan dalam suatu komunitas menambah nilai tersendiri bagi dirinya untuk menunjukkan kemampuannya. Aktivitas fisik seperti lari maraton, mendorong kaum perempuan berusaha untuk menyelesaikannya dan menunjukkan kemampuan dirinya. Hal tersebut wajar seperti salah satu sifat manusia adalah ingin dipuji oleh orang lain dan diakui keberadaannya, mereka juga membagikan aktivitas kepada orang lain

lewat media sosial yang mereka miliki. Dengan membagikan pengalaman atau informasi kepada orang lain, mereka akan dikenal luas dan menjalin kekerabatan yang baik. Semakin mudah seseorang menjalin pertemanan, maka akan semakin diakui keberadaannya. Hal tersebut juga membawa dampak bagi komunitas yang diikutinya, salah satunya komunitas tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat. Selain itu dari segi penampilan, komunitas ini terbilang berbeda dari komunitas lainnya, pakaian yang digunakan oleh anggotanya yaitu lengan terbuka untuk wanita dan bermotif bunga-bunga. Hal tersebut sesuai dengan salah satu tujuan dibentuknya komunitas *Fashion Runners* yaitu tetap feminin walaupun bertubuh atletis. Mereka tetap menonjolkan sisi perempuannya dan selalu mengikuti *fashion* terkini. Hal ini terlihat dari waktu yang mereka habiskan ditengah jadwal latihan dan pekerjaan, mereka menyempatkan untuk sekedar jalan-jalan di mall atau makan-makan, serta melakukan sesi pemotretan untuk mereka dengan tema-tema tertentu. Menurut pendapat Simone de Beauvoir, sebagai seorang perempuan mereka dituntut untuk selalu berpenampilan menarik dan terlihat sempurna. Keharusan untuk menarik perhatian orang lain dan lawan jenisnya (laki-laki) membuat mereka harus terlihat cantik dan menawan. Komunitas merupakan wadah yang tepat untuk menyalurkan hal tersebut, hal ini dapat mereka salurkan ketika berada di komunitas *Fashion Runners*. Hal lain yang membuat mereka senang berada dalam komunitas ini ialah komunitas ini sangat

terbuka untuk siapa saja, tidak mengenal istilah *junior-senior*, mereka sama-sama saling menghormati dan menghargai terutama kepada pelatih mereka yang telah membuat program latihan untuk mereka menjelang perlombaan yang akan mereka ikuti. Untuk waktu dekat ini mereka sedang mempersiapkan diri mengikuti BII Maybank Bali Maraton 2017 (BMBM) yang diselenggarakan di Bali, Indonesia dan juga Berlin Maraton 2017 yang di selenggarakan di Berlin, Jerman. Mereka saling berbagi informasi untuk mengikuti perlombaan tersebut mulai dari tiket pesawat, penginapan, serta akomodasi lainnya yang mereka tanggung sendiri. Walaupun dalam perlombaan mereka nantinya menjadi lawan satu sama lain, tetapi mereka tetap bertukar informasi serta saling menyemangati, hal ini yang membuat mereka merasa senang dan nyaman berada di komunitas *Fashion Runners*. Selain itu komunitas ini juga memiliki ikatan kekeluargaan yang tinggi, terlihat dari sikap anggotanya ketika ada yang mendapat musibah, anggota lain turut datang menjenguk, selain itu juga setiap hari Jumat pagi salah seorang anggota *Fashion Runners* yang bernama Mba Bertha selalu membawa makanan atau minuman buatannya seperti bubur kacang ijo, salad, *brownies*, untuk dibagikan kepada anggota yang lain. Mba Bertha membuka usaha *cathering*, makanan yang dibuat olehnya tanpa MSG sehingga sangat sehat untuk dikonsumsi. Alasan lain untuk bergabung dalam komunitas *Fashion Runners* yaitu sebagai tempat eksistensi diri. Semakin menjamurnya komunitas lari di Jakarta,

komunitas *Fashion Runners* tentu ingin pula keberadaannya diakui. Eksistensi disini bukan untuk menyombongkan kelompok *Fashion Runners*, tetapi lebih menunjukkan keberadaan mereka yang merupakan suatu komunitas lari yang hampir diisi dengan anggota yang sudah lanjut usia, tetapi masih semangat mengikuti olahraga lari. Selain itu juga komunitas ini minimal sekali dalam setahun mengadakan acara *gathering*, merayakan hari jadi komunitas mereka di suatu tempat dan lain sebagainya. Berikut pendapat salah satu anggota *Fashion Runners* yang saya wawancarai :

“Iya dong kita kompak banget, ini biasanya kalau Mba Bertha udah datang kita langsung seneng, karena biasanya selalu membawa *extra pudding* atau makanan kayak bubur kacang ijo yang enak, bika ambon, dan makanan-makanan buatan *cathering* Bertha. Hehehe makanya setiap hari Jumat kadang yang ditunggu-tunggu makanannya Mba Bertha ini”.

Pada 20 Februari 2017 kemarin, mereka mengadakan *anniversary* komunitas mereka yang ketiga tahun di suatu *café* di daerah Jakarta dengan *dresscode* warna hitam. Mereka terlihat sangat elegan dan juga cantik dengan *makeup* yang pas, sangat berbeda ketika mereka berlatih di lapangan tanpa riasan wajah. Hal ini membuktikan bahwa komunitas *Fashion Runners* sangat kompak baik di dalam lapangan maupun di luar lapangan.

- 2.) Terdapat interaksi sosial yang baik di dalam komunitas *Fashion Runners*, hal ini dapat terlihat dari sikap para anggotanya yang senang berada dalam

komunitas tersebut serta group *whatsapp Fashion Runners* yang selalu ramai oleh anggotanya mengenai informasi yang dibagikan dan saling menanggapi. Menurut Johnson, bahwa di dalam masyarakat, interaksi sosial memungkinkan masyarakat berproses sedemikian rupa sehingga membangun suatu pola hubungan. Dalam komunitas Fashion Runners pertemuan-pertemuan dalam setiap latihan membangun suatu pola yang baik yaitu saling mengenal dan memahami sifat masing-masing anggotanya. Soerjono Soekanto mengatakan bahwa interaksi sosial adalah kunci semua kehidupan sosial, tidak ada interaksi, tidak mungkin ada kehidupan bersama. Tidak ada interaksi, tidak mungkin ada sikap saling memahami. Komunitas *Fashion Runners* tidak hanya berbicara seputar dunia lari, mereka juga membahas *fashion*, tempat makan baru, menonton acara musik dan sebagainya. Salah satu contoh anggotanya baru saja menyaksikan konser band Coldplay di Bangkok, Thailand beberapa bulan lalu. Berikut adalah wawancara saya dengan salah satu anggota *Fashion Runners* :

“Iya ini Mba Santy lagi nonton konser Coldplay di Bangkok, baru aja berangkat kemarin, kita juga engga selalu lari-lari aja, kan butuh *refreshing* juga, butuh lompat-lompat seneng, setelah itu baru mulai fokus program latihan lagi, yang terdekat ini sih paling Jakarta Maraton dan target kita itu di Berlin Maraton”

Mereka menjelaskan bahwa selain latihan untuk persiapan lomba maraton, mereka juga membutuhkan kesenangan lainnya. Ketika anggota lain malas untuk berlatih, mereka saling mengingatkan untuk kembali berlatih.

Komunitas *Fashion Runners* berusaha menjalin hubungan yang baik dengan komunitas lain, terlihat dari secara sukarela berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan oleh komunitas lain. Hal tersebut sesuai dengan fungsi komunikasi diantaranya yaitu untuk menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), serta untuk mempengaruhi (*to influence*). Komunitas *Fashion Runners* tidak akan bertahan sampai sekarang dan dikenal luas masyarakat jika hubungan mereka buruk dengan masyarakat atau komunitas lainnya. Peran media sosial juga tidak kalah penting untuk masyarakat mengenal komunitas *Fashion Runners* secara mendalam, hal ini terlihat dari postingan gambar kegiatan *Fashion Runners* yang ditanggapi oleh masyarakat. Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk membagikan pengalaman berlari kepada yang lain sehingga para pemula yang ingin mencoba merasakan lari maraton dapat mengetahui pengalaman-pengalaman yang akan mereka temui nantinya. Informasi yang dibagikan dapat menjadikan referensi serta saling menanggapi suatu perlombaan lainnya. Selain mengenai kegiatan berlari, dukungan dari komunitas lain sangat membantu terselenggaranya suatu acara, seperti salah satu contoh kegiatan amal yang diadakan oleh komunitas lari terbesar di Indonesia yaitu IndoRunners yang mengadakan kegiatan LUAS yang merupakan singkatan dari Lari Untuk Amal Sosial. Setiap satu kilometer yang diperoleh dari lari anggota IndoRunners yang mengikuti program LUAS

mendapatkan komitemn Rp. 10.000 dari perusahaan BW Plantation dan Golden Truly untuk pelaksanaan program sosial. Jadi dengan target 200.000 kilometer dalam 6 bulan, kedua perusahaan tersebut akan memberikan dana sebesar Rp. 2 milyar untuk pelaksanaan program amal sosial.<sup>41</sup> Untuk ikut berpartisipasi, para pelari harus bergabung dalam program LUAS pada Endomondo, yaitu aplikasi GPS tracker yang berfungsi sebagai perekam data aktivitas olahraga yang juga merupakan situs jejaring sosial bagi sesama penggemar olahraga, khususnya lari dan sepeda. Kegiatan ini merupakan suatu dukungan para pelari serta masyarakat untuk beramal sosial dengan cara sehat dan menyenangkan. Dana yang terkumpul akan disumbangkan untuk pembangunan Rumah Sakit Betang Pabelum, Palangkaraya, Kalimantan Tengah. Selain itu, dana yang terkumpul juga akan dialokasikan untuk membangun beberapa rumah singgah di daerah-daerah kumuh, serta untuk memberikan pelatihan dan perawatan kepada warga sekitar. Dari contoh tersebut terlihat interaksi yang terjalin antarsesama pelari, serta keikutsertaan dalam suatu acara sangat berpengaruh. Berlari tidak hanya untuk kesehatan diri sendiri, tetapi juga dapat menolong orang lain dengan cara yang sehat dan bermanfaat untuk mereka.

---

<sup>41</sup> <http://www.dunialari.com> Diakses pada tanggal 16 Juli 2017 pukul 22.00 WIB



## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan pada komunitas lari *Fashion Runners*, dapat dijadikan sumber data mengenai interaksi sosial pelari perempuan dalam suatu komunitas. Berdasarkan hasil penelitian serta memperhatikan rumusan masalah ada beberapa hal yang dapat disimpulkan :

- 1.) Kaum perempuan memilih lari maraton karena olahraga ini merupakan suatu tantangan bagi mereka untuk dapat menyelesaikannya. Pilihan menjadi anggota komunitas *Fashion Runners* merupakan karena keinginan mereka sendiri dengan melihat komunitas *Fashion Runners* yang unik sehingga mereka tertarik untuk bergabung. Selain itu komunitas ini juga dapat menambah pertemanan di lingkungan mereka, memiliki ikatan kekeluargaan yang erat dengan saling mengunjungi ketika ada yang terkena musibah dan saling berbagi kesenangan di tempat latihan, serta kompak selalu baik di lapangan maupun di luar lapangan, mereka menghabiskan waktu bersama seperti makan, jalan-jalan ke mall, atau sekedar berfoto bersama dengan tema tertentu. Hal ini yang membuat anggota komunitas *Fashion Runners* sangat senang berada dalam komunitas ini.
- 2.) Interaksi sosial yang terjalin antar sesama anggota komunitas *Fashion*

*Runners* maupun yang berada di luar anggota komunitas *Fashion Runners*. Kepada sesama anggota mereka saling mengingatkan ketika ada yang mulai malas untuk berlatih, menanggapi percakapan di group *WhatsApp Fashion Runners* baik informasi seputar dunia lari atau informasi lain. Interaksi yang terjalin di dunia maya juga sangat baik, mereka berfoto bersama setelah latihan lalu mengunggahnya ke sosial media masing-masing, hal ini membuat mereka semakin dikenal oleh masyarakat. Selain foto, mereka juga membagikan informasi mengenai dunia lari atau pengalaman lari yang mereka ikuti kepada orang lain, sehingga orang lain menjadi mengetahui suatu informasi. Komunitas *Fashion Runners* juga turut bergabung dalam acara yang diselenggarakan oleh komunitas lain, semakin kuat interaksi yang mereka bangun, semakin tinggi rasa saling memahami anggotanya.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian yang disimpulkan di atas, ada beberapa saran yang mungkin berguna bagi tindak lanjut mengenai masalah yang ditemukan maupun bagi penelitian lanjut

1. Perlu adanya sikap saling menghormati terhadap setiap lapisan masyarakat, sehingga fenomena apapun yang muncul dapat dilihat dari berbagai sisi

2. Perkembangan teknologi harus dilihat dari berbagai sisi terutama sisi yang positif untuk dapat terus hidup bermasyarakat serta memiliki jaringan pertemanan yang luas

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga hasil penelitian yang disajikan masih kurang dari kata sempurna, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan salah satunya anggota komunitas *Fashion Runners* yang sebagian besar terdiri dari perempuan usia lanjut dan sangat terbuka untuk para pendatang baru membuat peneliti kesulitan dalam memastikan jumlah anggota yang tetap, sebab itu karena keterbatasan tersedianya waktu, dana dan tenaga sampel dalam penelitian hanya mengambil anggota aktif yang sering mengikuti latihan sehingga kurang mengungkapkan jumlah perempuan usia 35-50 tahun secara keseluruhan

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Beauvoir, Simone de. 2016. *Second Sex: Fakta dan Mitos*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Bungin, Burhan, 2001. *Metode Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Pres.
- Cnaan Ram A. & Carl Milofsky, *Handbook of Community Movements and Local Organizations*, (US: Springer, 2008)
- Dinata, Martha. 2005. *Lari Jarak Jauh*. Jakarta: PT Cerdas Jaya.
- Faisal, Sanapiah. 2008. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Harsuki. 2003. *Perkembangan Olahraga Terkini Kajian Para Pakar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Husni, Agusta et all. *Buku Pintar Olahraga*. Jakarta: CV Mawar Gempita
- Iqbal Hibatullah. Eksistensi Perempuan Dalam Komunitas Motor pada Klub Motor SEPATU Bekasi, 2016, Skripsi Universitas Negeri Jakarta
- Melliana, Annastasia S. 2006. *Menjelajah Tubuh Perempuan dalam Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: PT. LKis Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Johnson, Doyle Paul. 1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern (Diindonesiakan oleh : Robert M.Z. Lawang)*. Jakarta: PT. Gramedia
- Komunitas. Jurnal Sosiologi Volume 3 No.2 Desember 2008.
- Larasati, Maulina. 2010 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press
- Moloeng, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rodsakarya.
- Muller, Harald dan Wolfgang Ritzdolf. 2000. *Pedoman Mengajar Atletik*. Jakarta
- Ritzer, George. 2007. *Modern Sociological Theory (Diterjemahkan oleh: Alimandan)*. Jakarta: Kencana
- Rusdianta, Syahrial Syarbaini. 2009. *Dasar-dasar Sosiologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sahid, Komarudin. *Memahami Sosiologi Politik*. 2011. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Tim Noakes edisi ke-3. 2003. "*Lore of Running*". London: Oxford University Press.

Tong, Rosemarie Putnam . 2010. *Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis*. Yogyakarta: Jalasutra Anggota IKAPI.

Wiarso, Giri. 2013. *Atletik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Internet :

Dalam status Founder Indo Runners yakni Reza Puspo dalam [m.facebook.com/groups/indorunners.com](https://www.facebook.com/groups/indorunners.com) Diakses pada Selasa 13 Desember 2016 pukul 20:00 WIB.

<http://www.artikata.com/arti-333239-kasus.html> diakses pada 23 Desember 2016, pukul 22:00 WIB.

<http://www.dunialari.com> Diakses pada tanggal 16 Juli 2017 pukul 22.00 WIB

Dalam website Kamus Besar Bahasa Indonesia online <http://kbbi.web.id> pada tanggal 20 Desember 2016 pukul 12:41 WIB.

### Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Aspek	Indikator	Nomor Soal
1.	Alasan Bergabung Dalam <i>Fashion Runners</i>	Fenomena sosial lari maraton	1, 2, 3, 4, 5, 31
		Banyaknya Komunitas Lari di Jakarta	6, 42, 44, 49
		Alasan menjadi anggota <i>Fashion Runners</i>	7, 8, 9, 10, 41, 48, 50
		Budget yang dikeluarkan untuk mengikuti <i>event</i> lari maraton	11, 12, 13,
		Komunitas Sesuai Tingkatan Sosialita	14, 15
		Senang Berada di Komunitas <i>Fashion Runners</i>	16, 17, 23, 27, 28, 30, 32, 39
2.	Komunitas lari di Indonesia	Menghabiskan waktu dengan berlatih bersama rekan komunitas	24, 25, 26, 29, 40, 43, 51
		Menjalankan kewajiban sebagai perempuan	34, 35, 36, 37, 47,
		Chating di Group <i>WhatsApp</i>	18, 19, 20, 21, 22, 46, 52
		Komunitas memperluas jaringan pertemanan	38, 45
		Gadget dan media sosial sebagai pendukung	33, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

## ANGKET PENELITIAN

### FENOMENA PELARI MARATON 42,195 KM

(Studi Kasus: Pelari Perempuan Usia 35-50 tahun pada komunitas lari *Fashion Runners*)

#### PETUNJUK PENGISIAN

- Berikan jawaban Anda atas pertanyaan yang ada dengan jujur dan benar, sesuai dengan pendapat dan kondisi yang ada sebenarnya
- Berilah tanda ceklis (v) pada jawaban yang dinilai sesuai dengan pendapat dan kondisi Anda

#### IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Usia :
- Pekerjaan :

No	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Olahraga saat ini merupakan suatu gaya hidup				
2.	Saat ini fenomena lari maraton sedang menjadi <i>trending topic</i>				
3.	Saya lebih menyukai olahraga outdoor dibanding indoor				
4.	Perlombaan lari maraton merupakan hal yang menantang untuk saya				
5.	Saya selalu mencapai garis finish				
6.	Saat ini komunitas lari sangat banyak terutama di Jakarta				
7.	Saya memilih menjadi anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> karena keinginan sendiri				

8.	Saya memilih menjadi anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> karena ajakan teman				
9.	Saya memilih menjadi anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> karena unik dan sesuai dengan harapan saya terhadap suatu komunitas				
10.	Saya memilih menjadi anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> karena dapat menambah pertemanan				
11.	Saya mengeluarkan biaya sendiri untuk mengikuti perlombaan				
12.	Saya menyewa <i>Personal Trainer</i> (PT) untuk perlombaan yang saya ikuti				
13.	Saya rutin membayar iuran tiap bulan				
14.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> sesuai dengan komunitas sosialita saya				
15.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> sebagai ajang eksistensi				
16.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> memiliki ikatan kekeluargaan yang tinggi				
17.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> terbuka bagi remaja sampai lansia				
18.	Saya berkomunikasi via <i>whatsapp</i> kepada teman-teman <i>Fashion Runners</i>				
19.	Saya menyimak informasi apapun di group <i>whatsapp Fashion Runners</i>				
20.	Saya memberi tanggapan percakapan di group <i>whatsapp Fashion Runners</i>				
21.	Selain mengenai lari, di group <i>whatsapp Fashion Runners</i> juga membahas informasi lainnya				
22.	Group <i>whatsapp Fashion Runners</i> selalu ramai, terutama jika ada event yang berkaitan dengan acara yang akan diadakan				



23.	Teman-teman <i>Fashion Runners</i> mensupport saya ketika ada perlombaan				
24.	Minimal 1x dalam setahun, komunitas <i>Fashion Runners</i> selalu mengadakan <i>gathering</i>				
25.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> mengadakan acara buka puasa bersama pada bulan Ramadhan				
26.	Ketika lelah berlatih, saya dan teman-teman <i>Fashion Runners</i> pergi <i>refreshing</i> ke suatu tempat				
27.	Saya dan teman-teman <i>Fashion Runners</i> diajarkan untuk berbagi kepada yang berhak oleh pelatih				
28.	Dukungan dari keluarga membuat saya bersemangat untuk latihan dan menyelesaikan perlombaan				
29.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> saling berkunjung jika ada yang terkena musibah				
30.	Komunitas <i>Fashion Runners</i> kompak dalam segala hal, baik di lapangan maupun di luar lapangan.				

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Sebagai orang yang aktif dibidang olahraga, saya menjaga pola hidup sehat		
2.	Saya menikmati setiap latihan bersama komunitas <i>Fashion Runners</i>		
3.	Saya selalu membawa gadget dalam aktivitas lari saya		
4.	Saya setuju bahwa memiliki tubuh sehat itu harus, mendapatkan tubuh ideal itu bonus		
5.	Dengan berolahraga tidak hanya fisik yang sehat, pikiran pun menjadi sehat		
6.	Walau memiliki tubuh atletis, saya tetap mengikuti <i>fashion</i> terkini		
7.	Walau mengikuti aktivitas fisik yang berat, anggota		

	komunitas <i>Fashion Runners</i> memiliki ciri feminin/tidak tomboy		
8.	Sejak bergabung dalam komunitas <i>Fashion Runners</i> saya memiliki banyak teman		
9.	Saya senang berada di komunitas <i>Fashion Runners</i> dibanding komunitas yang lain		
10.	Selain berlari, saya juga sering menghabiskan waktu bersama anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> yang lain		
11.	Jauh lebih menyenangkan ketika menjalankan program latihan bersama teman-teman <i>Fashion Runners</i> dibanding seorang diri		
12.	Saya turut meramaikan kegiatan lari yang diadakan oleh komunitas lain		
13.	Saya secara sukarela berpartisipasi dalam kegiatan amal yang diadakan oleh komunitas <i>Fashion Runners</i>		
14.	Saya dan teman-teman turut berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan komunitas lari lain		
15.	Saya memiliki teman-teman yang selalu mengingatkan saya untuk berolahraga ketika sedang malas		
16.	Saya selalu berbagi cerita ke sesama anggota komunitas <i>Fashion Runners</i> melalui <i>whatsapp</i>		
17.	Saya selalu menjaga fisik saya (kecantikan, daya tahan tubuh, kesehatan)		
18.	Dalam komunitas <i>Fashion Runners</i> tidak ada istilah junior-senior, semua saling menghormati		
19.	Suami saya mengizinkan saya untuk bergabung dalam komunitas <i>Fashion Runners</i>		
20.	Saya sangat menghormati pelatih saya		
21.	Ketika memenangkan perlombaan, anggota komunitas		

	<i>Fashion Runners</i> berbagi kepada yang lain		
22.	Saya berkomunikasi dengan teman-teman <i>Fashion Runners</i> jika ingin lari di <i>Car Free Day (CFD)</i>		
23.	Media sosial membantu komunitas <i>Fashion Runners</i> untuk lebih dikenal masyarakat lain		
24.	Media sosial membantu saya dalam menawarkan produk olahraga kepada anggota komunitas lain		
25.	Saat ini peran media sosial sangat penting dalam perkembangan dunia lari		
26.	Saya membagikan pengalaman berlari saya di media sosial		
27.	Saya membagikan aktivitas lari saya melalui aplikasi di semua media sosial		
28.	Saya selalu berfoto bersama teman-teman sehabis latihan untuk <i>update instagram</i> atau <i>facebook</i>		
29.	Saya selalu membaca informasi di media sosial mengenai kegiatan lari yang saya ikuti		
30.	Saya membagikan informasi kepada yang lain di media sosial saat menemukan artikel mengenai kegiatan lari		

Anggota *Fashion Runners* sedang Berfoto



Sedang Mengisi Angket



## Saling Membantu dalam Pendinginan



## *Anniversary 3 Tahun Fashion Runners*



Santap Bersama Setelah Latihan



Sebagian dari *Fashion Runners*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Siti Maria Ulpah lahir di Tangerang 18 Oktober 1995. Merupakan anak bungsu yang saat ini tinggal di Jalan KH Hasyim Ashari Gang Kancil Rt.1 Rw.6 No.35 Neroktog, Pinang, Tangerang. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN Gondrong 7 2001-2007, SMPN 10 Tangerang 2007-2010, SMAN 3 Tangerang 2010-2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Negeri Jakarta, Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Sosial melalui jalur SNMPTN.