

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Modern kini, masalah kesehatan dan gaya hidup menjadi suatu kebutuhan yang dianggap masuk ke dalam golongan penting. Terlebih lagi di tengah tantangan kehidupan yang serba cepat harus dibersamai dengan penyesuaian diri yang juga harus tepat. Efisiensi waktu dalam memerhatikan rasa tekanan pada situasi menjadi salah satu cara masyarakat masa kini. Namun, penting bagi pengguna media sosial untuk memiliki ketahanan dalam penerimaan informasi daring atau kemampuan untuk menghadapi risiko di dunia daring yang tidak sepenuhnya positif¹. Menurut sumber jurnal ilmu olahraga, aktivitas fisik yang dilakukan secara teratur mampu meningkatkan kualitas hidup karena bantu memperbaiki kondisi psikologis dari dalam manusia². Beragam bentuk kegiatan olahraga, lari menjadi salah satu pilihan yang banyak masyarakat pilih karenanya yang dapat dilakukan di waktu fleksibel, bentuk kegiatannya sederhana, dan bahkan terbilang murah.

Dikutip dari laman Tempo.co dalam artikelnya yang berjudul “Popularitas Olahraga Lari di Indonesia Meningkat Berdasarkan Data Garmin” data yang terekam mengenai pernyataan kenaikan jumlah ketertarikan masyarakat terhadap olahraga lari ditunjukkan dari adanya keaktifan pengguna terhadap aplikasi Garmin

¹ Rila Setyaningsih et al., “Digital Literacy of Social Media Users in Preventing Online Gender-Based Violence in Indonesia,” *Journal of Ecohumanism* 3, no. 8 (n.d.): 5886–94, <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.5198>.

² Rahmayani, R., & Cahyono, S. D. (2023). Hubungan antara motivasi berolahraga dengan gaya hidup sehat pada komunitas pelari di Kota Jambi. *Jurnal Sprinter*, 4(2).

Connect. Aplikasi ini merupakan aplikasi gratis yang menyambungkan perangkat seluler dengan jam pintar (sportwatch) Garmin yang dapat menganalisis mengenai data kesehatan serta kebugaran penggunanya. Pada Mei 2024, tercatat 80.000 pengguna di Indonesia aktif berlari, di mana data ini merupakan naik 128.57% dari Mei di tahun sebelumnya yakni tahun 2023, dengan penggunanya yang masih di angka 35.000 pelari³. Tidak hanya di Indonesia saja, Tempo menyatakan dalam rilis yang diterimanya, bahwa olahraga ini menjadi sebuah tren olahraga baru yang juga terjadi peningkatan di seluruh dunia⁴. Garmin juga menyatakan bahwa sangat mungkin adanya peningkatan data yang lebih besar karena data ini baru hanya direkam oleh 1 perusahaan sportwatch saja. Kenaikan jumlah pelari bahkan masih terus meningkat hingga tahun selanjutnya.



Gambar 1.1 Data kenaikan jumlah pelari di Indonesia Tahun 2023-2024
Sumber: Tempo.co dalam rilis wawancara Garmin

³ “GARMIN MEMPERINGATI GLOBAL RUNNING DAY 2025: KEBANGKITAN OLAHRAGA LARI, KEBANGKITAN KESEHATAN INDONESIA,” Garmin, 2025, <https://www.garmin.co.id/news/press-release/news-2025-jun-global-running-day/>., diakses pada 22 September.

⁴ “Popularitas Olahraga Lari Di Indonesia Meningkat Berdasarkan Data Garmin,” Tempo, 2024, <https://www.tempo.co/data/data/popularitas-olahraga-lari-di-indonesia-meningkat-berdasarkan-data-garmin-991192>., diakses pada 22 September 2025.

Kemudian Garmin memperbaharui mengenai datanya yang sebelumnya didapat dari Tempo merupakan data pada tahun 2023 dan 2024, di mana pada Mei tahun 2025 ini tercatat di angka 242.627 pengguna Garmin Connect. Hal ini menunjukkan peningkatan masyarakat dalam ketertarikannya untuk berolahraga lari ini menembus 202.5% dari tahun sebelumnya.



Gambar 1.2 Data kenaikan jumlah pelari di Indonesia tahun 2024-2025
Sumber: Garmin.co.id

Pasalnya, perkembangan olahraga lari bersinggungan secara langsung atas kehadiran dan peranan media baru di era yang serba digital kini. Informasi yang terdistribusi secara lebih cepat dan luas menciptakan olahraga ini terlahir menjadi suatu tren atau kegiatan yang ramai orang tertarik ikuti. Bentuk instan dari hasil media sosial menjadikan penyebaran ide dan kehidupan budaya yang menginspirasi dari apa yang audiens lihat. Mendorong masyarakat untuk turut mengikuti gaya hidup yang tengah ramai dan dilakukan secara terus menerus, memungkinkan fenomena tersebut menjadi sebuah tren. Platform digital seperti Instagram menjadi ruang komunikasi para pelari untuk berbagi pengalamannya. Tujuan pesan yang

berbeda, dapat berupa bentuk motivasi atau sekadar membangun citra diri, media sosial menjadi media utama yang menampilkan lari bukan lagi hanya sebagai olahraga, melainkan juga simbol gaya hidup sehat yang disesuaikan dengan modernitas masa kini. Media baru memberikan peranannya melalui paparan konten (eksposur) mengenai lari.



Gambar 1.3 Tren lari di media sosial
Sumber: Gizmologi.id

Salah satu tokoh populer yang besar kaitannya dalam menjadi komunikator hidup sehat melalui olahraga lari di Indonesia adalah Tirta Mandira Hudhi atau biasa dikenal sebagai dokter Tirta. Beliau merupakan influencer kesehatan dan juga pengusaha lini usaha shoes and care-nya, melalui gelar pendidikan dokter di UGM

serta gelar MBA di ITB⁵. Dokter Tirta turut berperan dalam kampanye kesehatan dengan aktif membagikan konten edukatif melalui media sosial Instagramnya. Jutaan pengikut dalam akunnya membuat dokter Tirta sebagai figur yang kini menjadi acuan publik dalam gaya hidup sehat, termasuk olahraga lari. Dikutip dari laman detikhealth, mengenai apa-apa saja yang membuat pelari pemula berakhir cedera, dan bagaimana cara penanganannya, dokter Tirta mengupas tuntas dari segi kesehatan. Hal ini memperkuat dirinya menjadi media studi pembelajaran sosial audiens mengenai perkembangan lari yang menjadi tren.



Gambar 1.4 Profil Tirta Mandira Hudhi atau dokter Tirta
Sumber: www.feb.ugm.ac.id

Tips lari, cerita pengalaman pribadi pelari, event lari, dan achievement atau pencapaian terhadap aktivitas lari yang dilakukannya tersebut, mendorong masyarakat yang bermula hanya memerhatikan, yang kemudian disimpan informasinya, dilanjut dengan mengimitasi informasi, hingga bahkan termotivasi

⁵ “Profil Dr. Tirta, Dokter Muda Yang Terkenal Di Kalangan Milenial,” Kumparan, 2023, <https://kumparan.com/profil-tokoh/profil-dr-tirta-dokter-muda-yang-terkenal-di-kalangan-milenial-22yNSw1MuAR.>, diakses pada 11 Oktober 2025.

untuk turut ikut berlari, yang menjadi proses tahapan ini sejalan dengan proses Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan Bandura. Social Learning Theory atau Teori Pembelajaran Sosial ini menekankan di mana individu belajar melalui empat tahapan utama; *attention*, *retention*, *reproduction*, dan *motivation* dengan perilaku tersebut dapat tercipta atas dasar observasi yang memengaruhi individu⁶. Masyarakat dalam pemahamannya terhadap lari dan mengadopsi kegiatan olahraga ini menjadi tren yang mereka ikuti perkembangannya. Pengaplikasian tren lari ini bahkan kini juga sudah menjadi gaya hidup (Adrian, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan fokus mengenai olahraga lari yang menjadi tren di media sosial Instagram melalui akun @dr.tirta sebagai batasan dan mengaitkan pada Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan Bandura. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan guna memahami lebih lanjut pengaruh terpaan informasi dalam bentuk konten tren lari di media sosial Instagram @dr.tirta terhadap perilaku gaya hidup sehat followers, ditinjau dengan teori pembelajaran sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

Apakah Terdapat Pengaruh Terpaan Tren Lari di Media Sosial Instagram @dr.tirta terhadap Perilaku Gaya Hidup Sehat Followers?

⁶ Albert Bandura, *Social Learning Theory* (Prentice Hall, 1977). Hal vii

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara terpaaan informasi dari hadirnya tren olahraga lari di media sosial Instagram @dr.tirta dengan perilaku gaya hidup sehat followers, melalui empat tahapan pembelajaran sosial yakni; attention, retention, reproduction, dan motivation.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan kajian informasi terbaru terutama dalam bidang ilmu komunikasi dalam perkembangan dan pemanfaatan media baru yang membentuk perilaku gaya hidup sehat dari tren lari di masyarakat. Mengaplikasikan Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan oleh Bandura, guna memperkaya perspektif akademik mengenai proses belajar sosial di era yang serba digital seperti saat ini. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan atau referensi empiris bagi penelitian selanjutnya yang juga ingin meneliti mengenai hubungan antara media baru dengan perilaku masyarakat yang bekerja melalui praktik komunikasi massa.

b. Manfaat Praktis

Menjadi informasi dan sumber bacaan baru bagi masyarakat tentang memahami pengaruh media baru yang dapat membentuk kebiasaan gaya

hidup sehat dari adanya tren lari ini. Para komunitas lari atau personalan yang tengah tertarik memperdalam informasi mengenai bagaimana media baru seperti Instagram dapat menciptakan konsep motivasi dan menggerakkan partisipasi masyarakat. Bagi para komunikator publik, influencer kesehatan, serta pembuat konten di media sosial yang tengah berkecimpung pada keaktifan olahraga larinya, diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan mereka dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan menciptakan proses pembelajaran sosial yang mendorong perubahan perilaku positif di masyarakat. Temuan dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami terpaan konten di media sosial yang juga memengaruhi pola pikir kebiasaan gaya hidup sehat mereka sebagai penerima informasi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Suatu persoalan atau masalah dalam penelitian dinilai dengan ‘cara pandang’ yang berbeda-beda dari setiap individu, cara pandang tersebut dalam penelitian biasa disebut sebagai paradigma⁷. Terdapat empat paradigma penelitian yaitu; (1) Paradigma Positivisme, (2) Paradigma Post-Positivisme, (3) Paradigma Konstruktivisme, dan (4) Paradigma Kritis.

⁷ Putra Heddy Shri Ahimsa, “Paradigma Dan Revolusi Ilmu Dalam Antropologi Budaya,” *Fakultas Ilmu Budaya UGM*, 2008.



Gambar 1.5 Paradigma Sederhana
Sumber: Pribadi

Memahami bagaimana media baru Instagram @dr.tirta dapat memiliki pengaruh dalam pembentukan atensi, retensi, reproduksi, hingga motivasi dalam perkembangan tren olahraga lari sebagai gaya hidup masyarakat terlebih khusus dalam penelitian ini adalah followers Instagram @dr.tirta, sesuai dengan paradigma sederhana dengan pandangan positivistik yang menekankan bahwa penelitian memiliki sifat yang objektif serta bebas nilai dengan menggunakan perhitungan kuantitatif yang nantinya hasil dapat digeneralisir⁸.

Objektivitas yang terkandung dalam paradigma positivisme ini menjadi nilai utama, di mana penulis tidak ada ikut campur tangan dalam proses pengolahan data hasil nantinya. Kata “Terpaan Tren Lari di Media Sosial Instagram” menjadi variabel independen (X) yang dihubungkan dengan kata “Perilaku Gaya Hidup Sehat Followers” yang berperan sebagai variabel dependennya (Y).

⁸ Muslich Anshori and Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR, 2009).

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan cara menjabarkan gambaran variabel secara objektif dari fenomena yang sedang diteliti berdasarkan data dalam bentuk angka yang telah diolah dan dianalisis⁹. Metode kuantitatif deskriptif menjadi metode pilihan dengan penyajian data yang ada nantinya akan lebih komprehensif dan juga relevan terhadap populasi dalam memenuhi jawaban dari pertanyaan, guna membantu pengolahan data, karena deskriptif yang disajikan dapat memberikan gambaran hubungan antar variabel yang ada. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner berisi beberapa pertanyaan yang nantinya diisi oleh responden yang sesuai dengan penelitian. Penggunaan kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi selengkap-lengkapny mengenai pengaruh terpaan tren lari di media sosial Instagram @dr.tirta terhadap perilaku gaya hidup sehat followers.

1.6 Populasi dan Sampel

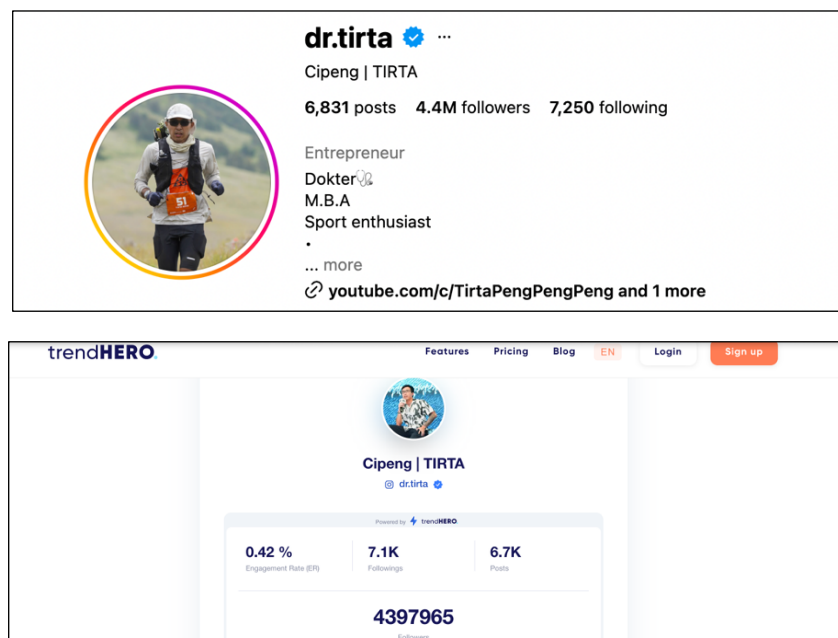
1.6.1 Populasi

Populasi merupakan kelompok individu yang menjadi objek maupun subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik yang sesuai dengan penetapan peneliti mengenai penelitiannya¹⁰. Populasi dalam

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. (Alfabeta, 2013)., hal. 206

¹⁰ Ibid, hal. 126

penelitian ini merupakan individu yang mengikuti atau followers Instagram @dr.tirta dengan kegiatan aktif atau sekadar memiliki ketertarikan terhadap aktivitas olahraga lari yang kembali menjadi tren. Populasi penelitian ini akan berfokus pada mereka pelari yang aktif dan memulai ketertarikannya terhadap lari karena mengikuti akun Instagram @dr.tirta dalam kurun waktu sepanjang tahun 2025. Menurut data yang dikutip dari laman Start.io mengenai “Running Enthusiasts” di Jakarta, pelari aktif berada di rentang usia 18-24 tahun dengan persentase 52%, sedangkan 44,4% lainnya berada di rentang usia 25-34 tahun¹¹. Hal tersebut menunjukkan usia mayoritas pelari yang “aktif” yakni mereka yang berusia 18-34 tahun dengan gender laki-laki dan perempuan.



Gambar 1.6 Data pengikut Instagram @dr.tirta per Oktober 2025
Sumber: <https://trendhero.io/instagram-follower-count/>

¹¹ “Running Enthusiasts in Jakarta,” Start.io, 2025, <https://www.start.io/audience/running-enthusiasts-in-jakarta.>, diakses pada 17 Oktober 2025.

Sehingga secara garis besar, populasi pada penelitian ini adalah mereka yang menggunakan media sosial Instagram, mengetahui konten tren lari dari Instagram @dr.tirta (pengikut) yang tercatat per Oktober 2025 berjumlah 4.397.965 juta pengikut.

1.6.2 Sampel

Sampel menjadi kelompok bagian dari jumlah wilayah yang terpilih berdasarkan kesesuaian dari tujuan penelitian yang dimiliki oleh populasi¹². Hal ini karena sampel diambil dari sebagian anggota populasi yang penghitungannya menggunakan prosedur tertentu. Sampel di dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan formula perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 1.7 Rumus Slovin
Sumber: Pribadi

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan pengambilan sampel 10%

Maka, perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

¹² Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 1 ed. (Alfabeta, 2019), hal.127

$$n = 4397965 / 1 + 4397965(0.1)^2$$

$$n = 4397965 / 1 + 4397965(0.01)$$

$$n = 4397965 / 43980.65$$

$$n = 99.99$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin yang dilakukan, sampel yang dibutuhkan di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

1.6.3 Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode pengambilan sampelnya adalah *non-probability* yang mana ciri-ciri dari teknik penarikan sampel ini adanya tolok ukur atau adanya syarat tertentu responden dalam menjadi sampel. Menurut Sugiyono teknik penarikan sampel *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan yang sudah dipertimbangkan untuk dapat merepresentasikan data¹³. Adapun kriterianya telah peneliti tentukan sebagai berikut:

- Bergender laki-laki dan perempuan
- Usia dewasa mulai dari 18-34 tahun
- Mengikuti akun Instagram @dr.tirta
- Memiliki frekuensi lari minimal 1-2x dalam 1 minggu
- Pernah terpapar informasi seputar lari dari Instagram akun @dr.tirta

¹³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 1 ed. (Alfabeta, 2019), hal.194.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Merupakan data yang didapat secara langsung dari subjek atau responden tanpa adanya perantara pada penelitian¹⁴. Data ini disebut data langsung karena syarat subyek yang memberikan data nantinya juga harus sesuai dan berhubungan dengan tujuan penelitian. Data primer di penelitian ini diperoleh langsung dari lapangan oleh peneliti dari sumber yang bersangkutan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada masyarakat pengikut Instagram @dr.tirta sesuai dengan target populasi dan sampel yang telah dibahas sebelumnya. Adapun data dari kuesioner ini nantinya akan diukur menggunakan skala likert dengan memberikan gradasi jawaban berupa pilihan dari yang sangat setuju (SS) hingga sangat tidak setuju (STS). Penggunaan skala likert ini berguna memudahkan pengukuran variabel x terhadap variabel y penelitian.

Tabel 1.1 Skala Likert

Singkatan Skala	Arti Skala	Nilai Skor Positif
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Pribadi

¹⁴ Ibid, hal.194.

b. Data Sekunder

Bentuk data yang memang sudah tersedia sebelumnya dan berguna sebagai informasi tambahan pada penelitian. Data sekunder ini didapat tidak secara langsung karena adanya peran pendukung atau pihak luar lainnya yang turut menunjang perolehan data yang ada. Pada penelitian ini, data sekunder diambil melalui seperti; studi pustaka, laporan riset di sosial media, serta dokumentasi data mengenai lari.

c. Uji Validitas dan Reliabilitas

Merupakan aspek yang membantu memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan dan digunakan sudah tepat, yakni pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian kuantitatif menjadi pedoman dalam menghitung derajat ketepatan dari data yang didapat pada objek penelitian dengan data yang didapat pada laporan penelitian. Uji validitas ini berperan untuk menentukan data mana yang valid atau dianggap “data yang tidak berbeda” dari kedua data tersebut. Perbandingan yang dilakukan dalam uji validitas ini dengan menghitung nilai r dengan r tabel untuk tingkat signifikansi sebesar 5% dari df (degree of freedom) = $n-2$ di mana, n merupakan jumlah sampel penelitian. Jika hasil yang didapat akan $> r$ tabel, maka pertanyaan yang dibuat tersebut valid. Sedangkan uji reliabilitas dalam penelitian kuantitatif menyangkut pada alat ukur ketepatan penelitian. Suatu alat ukur ketepatan penelitian. Suatu alat ukur dapat dianggap memiliki reliabilitas tinggi jika alat ukur tersebut dapat dipercaya, menunjukkan hasil yang stabil, dapat diramalkan kesesuaiannya, dan

dianggap mantap. Menggunakan metode Cronbach's Alpha, metode paling umum dalam pengukuran reliabilitas pada suatu penelitian kuantitatif yang menggunakan skala likert. Pengujian data menggunakan program SPSS di mana pengukurannya jika nilai Cronbach Alpha $>0,60$, maka pernyataan yang dicantumkan di dalam kuesioner terpercaya atau reliabel. Namun apabila nilai Cronbach Alpha $<0,60$, maka pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner tidak terpercaya atau tidak reliabel¹⁵.

1.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan proses metodologis dalam penerapan hasil alat statistik yang bertujuan untuk dapat mengubah data penelitian yang masih mentah menjadi suatu informasi yang relevan. Kegiatan dalam analisis data ini adalah dengan melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel masing-masing sesuai dari keseluruhan responden, agar rumusan masalah dapat terjawab melalui perhitungan konsep jawaban dari pengujian hipotesis yang diajukan¹⁶. Fungsi utama adanya teknik analisis data ini adalah memudahkan dalam mengidentifikasi pola hubungan antar variabel, sehingga hasil kesimpulan yang diberikan nantinya juga sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus regresi linear sederhana sebagai teknik analisis datanya, karena penelitian ini memiliki satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) yang sesuai dengan rumus analisis data tersebut.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, 8th ed. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

¹⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 1 ed. (Alfabeta, 2019), hal.480-492.

$$Y = a + bX$$

Gambar 1.8 Rumus Teknik Analisis Data Regresi Linear
Sumber: Pribadi

Y = Variabel dependen atau terikat (gaya hidup sehat followers)

X = Variabel independen atau bebas (terpaan tren lari di media sosial)

a = Intercept atau konstanta (nilai Y saat X = 0)

b = Koefisien regresi atau kemiringan garis yang menunjukkan seberapa besar perubahan Y ketika X berubah 1 unit)

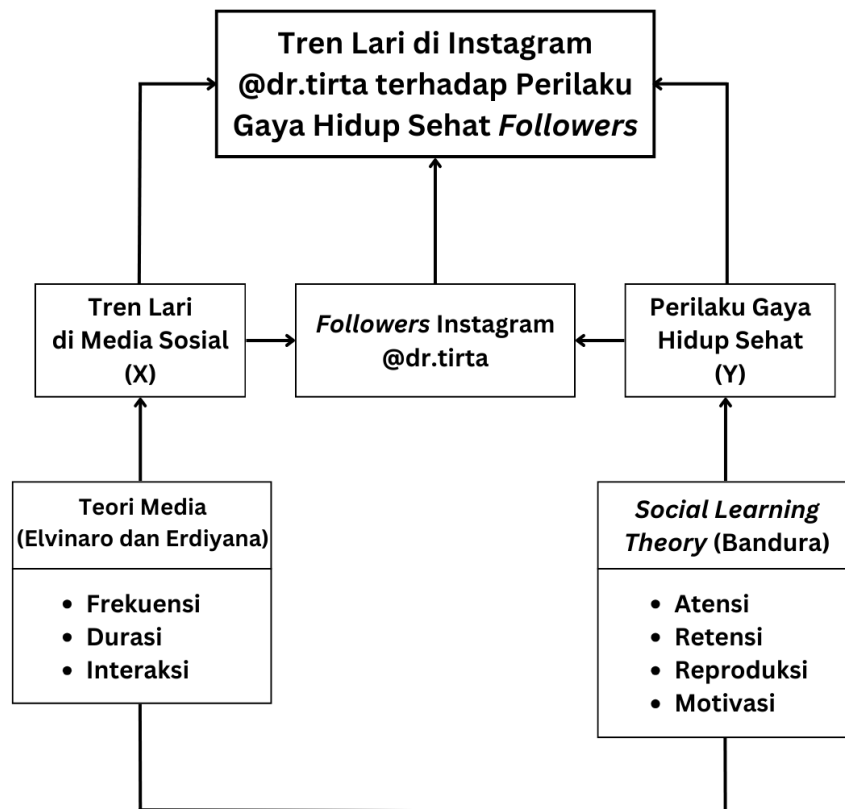
1.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang memungkinkan menjadi jawaban dari masalah penelitian. Berdasarkan teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura, pada penelitian ini, melalui konsep terpaan media sosial yang dikemukakan oleh Ardianto Elvinaro dan Komala Erdinaya dengan objek penelitian akun Instagram @dr.tirta, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H_0 (Hipotesis Nol) = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan tren lari di media sosial Instagram @dr.tirta terhadap perilaku gaya hidup sehat followers.
- H_1 (Hipotesis Alternatif) = Terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan tren lari di media sosial Instagram @dr.tirta terhadap perilaku gaya hidup sehat followers.

1.10 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.10.1 Kerangka Konsep



Bagan 1. Kerangka Konsep Penelitian

1.10.2 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan pernyataan yang membantu dalam mengartikan suatu konsep secara umum dan menyeluruh, dengan sifat pernyataannya bersifat formal¹⁷. Definisi konsep ini bertujuan untuk memberikan pemahaman berdasarkan kesesuaian dari pengetahuan teori.

¹⁷ Benny Pasaribu et al., *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, 1st ed. (Media Edu Pustaka, 2022).

A. Terpaan Tren Lari di Media Sosial

Media baru menciptakan lahirnya informasi-informasi baru yang begitu cepat karena penyebaran informasinya yang juga dipermudah oleh adanya perkembangan teknologi. Informasi yang ada biasa disebut sebagai fenomena sosial seperti di dalam penelitian ini adalah olahraga lari yang kembali menjadi sebuah tren. Tren lari di media sosial mencerminkan bagaimana media sosial menjadi ruang representasi pembentukan perilaku individu. Pada penelitian ini, tren lari lah yang membentuk perilaku yang sesuai dengan indikator dari teori media yakni adanya dimensi frekuensi, durasi, serta interaksi saat individu menelaah informasi.

- a. Frekuensi: Aspek ini merupakan aspek yang menekankan peran audiens sebagai komunikan dalam memerhatikan pesan dilihat dari seberapa sering individu menerima pesan.
- b. Durasi: Selain terpaan jumlah frekuensi sering atau tidaknya audiens dalam menerima pesan, aspek waktu juga menjadi alasan pesan diterima dilihat dari seberapa lama waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi pesan.
- c. Interaksi: Menjadi aspek keterkaitan audiens dalam berperan masuk ke dalam pesan dengan dilihat sejauh mana individu terlibat dalam pesan dan memberikan interaksinya seperti misal menyukai pesan, mengomentari pesan, dan menyebarkan pesan (*like, comment, share*).

B. Perilaku Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup merujuk pada pola perilaku sehari-hari yang notabene meny mencerminkan upaya individu dalam mencapai keseimbangan hidup, bisa berupa fisik, mental, maupun sosial. Kehidupan di era digitalisasi yang serba cepat dan kompetitif, gaya hidup ini biasanya ditandai dengan kesadaran terhadap pentingnya kesehatan tubuh, seperti olahraga rutin, salah satunya adalah olahraga lagi yang kini kembali menjadi tren. Gaya hidup sehat masyarakat dalam penelitian ini dikaitkan dengan Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1977) di mana teori ini menjelaskan mengenai adanya keragaman perilaku yang dapat dipelajari, tidak hanya dialami melalui pengalaman langsung, karena dianggap dapat melalui tahapan atensi (attention), retensi (retention), reproduksi (reproduction), hingga menciptakan motivasi (motivation) tindakan dari model yang diterima.

- a. Atensi: Tahap awal di mana individu memiliki rasa ketertarikan terhadap konten.
- b. Retensi: Setelah informasi diterima, individu menyimpan pesan atau informasi dari konten.
- c. Reproduksi: Menunjukkan adanya perilaku peniruan individu terhadap konten yang diterima tersebut.
- d. Motivasi: Dimensi terakhir yang mana individu akan termotivasi untuk meniru informasi secara berkala.

1.10.3 Definisi Operasional

Definisi operasional di dalam penelitian berguna untuk menjadi pedoman supaya tetap sesuai dengan fokus penelitian, sebab definisi operasional itu sendiri mampu memberikan spesifikasi dalam kegiatan penelitian, seperti hal apa saja yang ada di dalam suatu operasional penelitian, hingga dapat memecahkan masalah yang sejalan dengan penelitian. Operasionalisasi didefinisikan sebagai segala sesuatu yang peneliti telah tetapkan untuk memperoleh hasil informasi mengenai apa saja yang kemudian akan ditarik sebagai kesimpulan¹⁸. Penelitian dengan variabel independen (X) “terpaan tren lari di media sosial” menggunakan teori media, dan variabel dependen (Y) “perilaku gaya hidup sehat” menggunakan teori pembelajaran sosial.

A. Indikator Teori Media

Mengacu pada seberapa jauh individu terpapar konten atau informasi mengenai lari yang menjadi tren di media sosial, variabel ini mengadaptasi dari konsep teori media yang dikemukakan oleh Elvinaro dan Erdinaya di mana indikator pemahaman media baru di sini terdiri dari frekuensi, durasi, dan interaksi. Berikut penjelasan lebih dalamnya mengenai masing-masing aspek yang memengaruhi audiens dalam menerima informasi dari media:

¹⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 1 ed. (Alfabeta, 2019), hal.221

- a. Frekuensi, seberapa sering individu mengakses, melihat, membaca dan mendengar informasi melalui media tertentu yang menimbulkan perhatian audiens¹⁹.
- b. Durasi, seberapa lama waktu yang dihabiskan individu dalam melihat dan mengikuti informasi²⁰. Penelitian ini adalah durasi dalam memerhatikan konten tentang lari melalui akun Instagram @dr.tirta.
- c. Interaksi, sejauh mana individu memberikan perhatian dalam mengakses informasi atau konten baik foto, video ataupun tulisan yang menimbulkan atensi²¹.

B. Indikator Teori Pembelajaran Sosial (Bandura, 1977)

Bandura dalam bukunya mengenai teori pembelajaran sosial ini, dengan menyatakan gagasan bahwa manusia sejatinya mengalami proses belajar yang sebenarnya tidak hanya terjadi melalui pengalamannya secara langsung (tersurat), karena dapat juga membentuk pembelajaran yang terjadi secara tidak langsung (tersirat)²². Keduanya memiliki konsekuensi dan dampak dari pembelajaran yang diterima melalui pengamatan terhadap sekitar.

¹⁹ Elvinaro Ardianto and Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa* (Simbiosis Rekatama Media, 2004). Hal. 164

²⁰ Ibid. Hal. 164

²¹ Ibid. Hal. 164

²² Albert Bandura, *Social Learning Theory* (Prentice Hall, 1977). Hal 10

- a. Atensi, proses di mana manusia memerhatikan pesan atau informasi yang disampaikan oleh media baru (konten). Perhatian yang ada menjadi awal mula manusia memiliki rasa ketertarikan terhadap model pesan yang diterima. Jika dikaitkan ke konteks penelitian, maka tolak ukurnya adalah audiens pertama kali memberikan perhatian ke jenis konten mengenai olahraga lari ini melalui akun Instagram @dr.tirta. Informasi yang disampaikan secara berulang oleh influencer kesehatan ini kemudian diterima dan menjadi perhatian audiens.
- b. Retensi, keterlibatan proses kognitif manusia yang mana perilaku pengamatan kemudian mereka simpan. Jika dikaitkan ke konteks penelitian, maka tolak ukurnya adalah pemerhati informasi atau pesan dari konten Instagram @dr.tirta (audiens) kemudian menyimpan konten tentang lari tersebut dalam memorinya. Tidak hanya dalam memori, mereka (audiens) juga dapat memanfaatkan fitur ‘menyimpan’ konten seputar lari lainnya yang dokter Tirta sampaikan dan berpikiran akan menerapkannya nanti, oleh karena itu audiens masih berada di tahapan menyimpan pesan ini.
- c. Reproduksi, manusia mulai mengambil langkah gerak dari adanya kedua tahapan sebelumnya yang masih hanya

bermediakan platform digital yakni komponen perhatian dan diingat. Jika dikaitkan ke konteks penelitian, maka tolak ukurnya adalah setelah menyimpan konten tentang lari yang dokter Tirta sampaikan, seseorang mempraktikannya sendiri melalui kegiatan lari perdananya seperti misal lewat kegiatan community run atau lari bersama teman-teman dari komunitas pelari.

- d. Motivasi, dorongan untuk segera bergerak kembali setiap kali mendapatkan pesan atau informasi yang sama. Tanpa motivasi, proses pembelajaran sosial ini mungkin tidak akan berlanjut meskipun manusia sudah mencapai tahapan memperhatikan, menyimpan, juga megimitasi. Jika dikaitkan ke konteks penelitian, maka tolak ukurnya adalah audiens kemudian termotivasi meniru dan menjadikan lari sebagai gaya hidup sehat karena melihat konten lari dari Instagram dokter Tirta.

Tabel 1.2 Tabel Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Pernyataan
Variabel Independen (X)			
Terpaan Tren Lari	Fenomena sosial di	Frekuensi	1. Saya biasa melihat konten lari di Instagram lebih dari

di Media Sosial	mana media sosial menjadi ruang pembentuk an perilaku individu.		satu kali dalam sehari. 2. Saya lebih sering melihat konten lari dibandingkan konten olahraga lainnya di Instagram saya. 3. Saya sering melihat konten lari dari akun Instagram @dr.tirta 4. Saya selalu mengikuti perkembangan konten lari dari akun Instagram @dr.tirta 5. Saya aktif mencari tahu konten lari dari akun Instagram @dr.tirta
		Durasi	6. Saya menghabiskan waktu lebih dari 1 jam perharinya untuk melihat konten tentang lari di Instagram. 7. Saya menghabiskan waktu lebih dari 30 menit untuk melihat konten lari di

			Instagram @dr.tirta 8. Saya merasa waktu yang saya habiskan untuk melihat konten lari di Instagram lebih banyak dibandingkan aktivitas saya di media sosial lain. 9. Setiap kali melihat konten lari dari akun Instagram @dr.tirta, saya menonton atau membacanya hingga selesai. 10. Saya menyempatkan waktu khusus untuk menonton konten tentang lari dari akun Instagram @dr.tirta
		Interaksi	11. Saya sering memberikan like pada konten lari dari akun Instagram @dr.tirta (Story, Feeds, Reels). 12. Saya pernah mengomentari konten lari yang saya lihat

			dari akun Instagram @dr.tirta (Story, Feeds, Reels). 13. Saya biasa menyimpan konten lari dari akun Instagram @dr.tirta (Story, Feeds, Reels). 14. Saya biasa membagikan konten lari dari akun Instagram @dr.tirta (Story, Feeds, Reels). 15. Saya biasa berdiskusi dengan teman atau orang lain mengenai konten lari dari akun Instagram @dr.tirta
Variabel Dependen (Y)			
Perilaku Gaya Hidup Sehat	Perilaku individu yang terbentuk atas dasar	Atensi	16. Saya setuju bahwa gaya penyampaian dokter Tirta dalam konten larinya di Instagram membuat audiens tertarik untuk

	pembelajaran sosial dari informasi yang diterima.		meniru gaya hidup sehatnya. 17. Saya setuju bahwa narasi dokter Tirta dalam konten larinya di Instagram membuat audiens tertarik untuk meniru gaya hidup sehatnya. 18. Saya setuju bahwa visual dokter Tirta dalam konten larinya di Instagram membuat audiens tertarik untuk meniru gaya hidup sehatnya. 19. Saya setuju bahwa konten lari dari akun Instagram @dr.tirta menarik perhatian audiens terdorong untuk memulai gaya hidup sehat melalui lari. 20. Saya setuju bahwa cara
--	--	--	--

			dokter Tirta membagikan aktivitas lari di Instagram membuat audiens lebih tertarik untuk menjalani hidup sehat.
		Retensi	21. Saya setuju bahwa konten lari dari Instagram @dr.tirta mudah diingat dan dipahami. 22. Saya menyimpan konten lari dari Instagram @dr.tirta untuk memperbaiki gaya hidup saya agar lebih sehat melalui olahraga lari. 23. Saya menyimpan konten lari dari Instagram @dr.tirta karena mudah dimengerti untuk diaplikasikan nantinya. 24. Saya menyimpan informasi lari dari Instagram

			@dr.tirta sebagai referensi penerapan gaya hidup sehat saya melalui lari. 25. Saya setuju bahwa ingatan saya tentang lari dari konten Instagram @dr.tirta memengaruhi keputusan saya dalam menjaga kesehatan.
		Reproduksi	26. Saya mencoba meniru gaya hidup sehat lewat olahraga lari yang tengah tren di Instagram. 27. Saya mencoba meniru gaya hidup sehat lewat olahraga lari karena konten lari di Instagram @dr.tirta 28. Saya mencoba meniru gaya hidup sehat lewat olahraga lari karena terinspirasi pesan dari Instagram @dr.tirta

			29. Saya lebih sering meniru gaya hidup sehat lewat olahraga lari setelah melihat konten lari dari Instagram @dr.tirta 30. Saya mengikuti seluruh saran dan pesan yang disampaikan di Instagram @dr.tirta tentang lari.
		Motivasi	31. Saya setuju konten tren lari di Instagram memotivasi saya dalam menciptakan kebiasaan berlari. 32. Konten lari dari akun Instagram @dr.tirta menjadi salah satu yang memotivasi saya dalam menjalani gaya hidup sehat. 33. Konten lari dari akun Instagram @dr.tirta menjadi salah satu yang

			mendorong saya dalam menciptakan kebiasaan berlari. 34. Konten lari dari akun Instagram @dr.tirta mendorong saya untuk tetap menjaga pola hidup sehat saya dari sebelumnya. 35. Konten lari dari akun Instagram @dr.tirta membentuk keinginan saya untuk menjadi lebih sehat dari sebelumnya.
--	--	--	--

Sumber: Pribadi