

KOMUNITAS OLAH RAGA UNTUK KAUM URBAN BANDUNG: MEMBANGUN JARINGAN KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL

Gumgum Gumilar¹, Ika Merdekawati Kusmayadi², Ipit Zulfan³

1,2,3 Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Email: gumgum.gumilar@unpad.ac.id

Abstrak

Komunitas Olah Raga untuk Kaum Urban berkembang sejalan dengan kesadaran masyarakat terutama kaum urban untuk melakukan pola hidup sehat. Dengan menggunakan media sosial komunitas-komunitas olahraga mengajak semua lapisan masyarakat terutama kaum muda untuk menerapkan pola hidup sehat yakni melakukan olah raga secara teratur. Hal ini menjadi menarik, karena komunitas ini dibangun di dunia maya dengan mengandalkan koneksi internet melalui media sosial, sehingga komunitas ini dengan cepat menyebar dan diterima oleh masyarakat. Komunitas Olah raga untuk Kaum Urban yang berkembang di Bandung diantaranya Bandung Streetworkout Addict (Barstard), Freeletics Bandung dan Indorunners Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Komunitas Barstard, Freeletics dan Indorunner Bandung dalam membangun jejaring komunikasi di media sosial dengan melihat sudut latar belakang, pengelolaan, keanggotaan, penggunaan media dan bentuk informasi yang disampaikan. Metode yang digunakan adalah metode Deskriptif Kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara dengan pengelola komunitas dan pengelola media sosial, observasi, studi pustaka dan penelusuran data internet. Hasil Penelitian memperlihatkan, kesadaran orang akan hidup sehat semakin tinggi. Masyarakat, khususnya kaum urban, kini menjadikan olahraga sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Di tengah-tengah aktivitasnya yang padat, masyarakat urban tetap meluangkan waktunya khusus untuk berolahraga. Komunitas Barstard, Freeletics dan Indorunner Bandung memiliki setidaknya satu orang untuk mengelola media sosial, Instagram menjadi media sosial utama yang digunakan oleh komunitas untuk menyampaikan informasi dan membangun jejaring komunikasi.

Kata Kunci: Barstard, freeletics, indorunners, streetworkout, kaum urban

PENDAHULUAN

Nasrullah (2015:11) mendefinisikan media sosial sebagai media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial saat ini masih merupakan istilah yang mengandung banyak makna dan definisi tidak persis sama. Safko misalnya menjelaskan bahwa media sosial mereferensikan pada serangkaian aktivitas, praktik, dan perilaku diantara komunitas orang yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan dan opini dengan menggunakan media percakapan (*conversational media*). Media percakapan sendiri merupakan applikasi berbasis



web yang membuat produksi dan transmisi konten berbentuk kata-kata, gambar, video dan audio menjadi mungkin dan mudah (Safko & Brake, 2009;p.6)

Menurut van Djik, jejaring telah menjadi sistem syaraf dalam masyarakat dan pada level individu, penggunaan jejaring telah mendominasi kehidupan kita. Peranan jejaring yang semakin kuat merupakan konsekuensi dari penggunaan Internet sebagai infrastruktur sistem jejaring yang semakin luas. van Dijk bahkan mengatakan infrastruktur jejaring ini akan memiliki pengaruh lebih besar dalam kehidupan personal dan sosial kita dibandingkan dengan pembangunan jalan sebagai infrastruktur jejaring transportasi untuk memindahkan barang dan orang dimasa lalu (Dijk, 2006 ;p.1-2).

Penggunaan media sosial beberapa tahun terakhir ini meningkat pesat. Bagi jutaan warga dunia, layanan yang disediakan situs-situs seperti itu telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Sejumlah media online dan media massa konvensional bahkan turut berperan dalam mengangkat fenomena media menjadi tren kehidupan pada era digital.

Media sosial muncul dalam *new media* dan selalu mendapat sambutan yang hangat dari pengguna internet. Media ini membuat kita dapat bertukar informasi dengan semua orang yang merupakan sesama pengguna media tersebut. Pada perkembangannya media sosial bukan hanya digunakan untuk kebutuhan pribadi saja, kini media sosial diperluas kegunaannya untuk aspek-aspek yang lain, salah satunya adalah membangun komunitas.

Komunitas yang saat ini berkembang diantaranya Komunitas Olahraga Untuk Kaum Urban. Dengan menggunakan media sosial komunitas-komunitas olahraga mengajak semua lapisan masyarakat tertuma kaum muda untuk menerapkan pola hidup sehat yakni melakukan olah raga secara teratur. Yang menjadi unik adalah komunitas-komunitas ini dibangun di dunia maya dengan mengandalkan koneksi internet melalui media sosial, sehingga komunitas-komunitas ini dengan cepat menyebar dan diterima oleh masyarakat. Kian lama kesadaran orang akan hidup sehat semakin tinggi. Masyarakat, khususnya kaum urban, kini menjadikan olahraga sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Di tengah-tengah aktivitasnya yang padat, masyarakat urban tetap meluangkan waktunya khusus untuk berolahraga. Entah itu pada pagi hari sebelum berangkat beraktivitas, saat pulang beraktivitas pada sore atau malam hari, ataupun pada akhir pekan. Mereka tak lagi berolahraga hanya karena ikut-ikutan tren, tetapi mereka sudah menganggap olahraga sebagai kebutuhan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2003), penelitian kualitatif adalah sebuah proses mendalam dengan mengacu pada tradisi-tradisi metodologi untuk mengeksplorasi permasalahan manusia. Peneliti membangun interaksi kompleks, gambaran realitas keseluruhan, analisis isi, laporan dari informan, dan seluruh data yang didapat di lapangan.

Creswell mengatakan pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif (misalnya, makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori.dan sulit untuk di olah.

HASIL PENELITIAN

Komunitas Olah Raga untuk Kaum Urban di Bandung

Pada bagian ini akan dipaparkan tiga komunitas olah raga kaum urban di Kota Bandung. Dua komunitas olah raga tersebut masuk ke dalam kategori *Street Workout* dan satu komunitas lari. *Street Workout* adalah sebuah bentuk latihan *calisthenics* dan



bodyweight exercise yang biasanya dilakukan di taman terbuka. Calisthenics merupakan bentuk latihan yang terdiri dari berbagai gerakan sederhana, berirama yang pada umumnya dilakukan tanpa menggunakan peralatan atau alat. Sedangkan Bodyweight exercise adalah latihan kekuatan yang tidak membutuhkan beban tambahan, biasanya hanya menggunakan berat badan praktisinya sebagai perlawanan ketika melakukan gerakan. Latihan yang paling populer adalah Pull-ups, Chin-ups, Push-ups, Dips, Muscle-Ups, Sit-Ups, Crunches, Street workout juga melibatkan beberapa gerakan statis seperti Human flag, Front dan Back lever, Planche. Tujuannya adalah meningkatkan kekuatan tubuh, fleksibilitas dan juga meningkatkan keterampilan psikomotor seperti keseimbangan, kelincahan dan koordinasi. (http://reps-id.com/street-workout-sebuah-gaya-baru-kaum-urban/)

Bandung Streetworkout Addict (Barstard)

Komunitas *Bandung Streetworkout Addict* (Barstard) merupakan komunitas yang mengembangkan olah raga luar ruang. Menurut Ilham, koordinator Barstard, *calisthenics* memiliki beberapa bentuk, yang dikembangkan oleh komunitas Barstard adalah Pull Up Bar.



Gambar 1. Logo Barstard

Komunitas Barstard dibentuk tahun 2013 oleh Herin dan empat temannya atas dasar rasa penasaran akan olah raga *streetworkout* yang lebih menekankan pada beban sendiri untuk membentuk tubuh. Awalnya bernama Indobarian Bandung, dan berubah menjadi Barstard delapan bulan sejak didirikan.

Freeletics Bandung

Komunitas Freeletics merupakan komunitas olahraga yang memakai metode HIT (*High Intensive Training*) atau olahraga yang meminimalisasi jeda waktu istirahat dan berkesinambungan. Gerakan pada freeletics merupakan gerakan dasar olahraga tanpa menggunakan bantuan alat atau biasa disebut *bodyweight training*. Freeletics merupakan olahraga yang berasal dari Jerman pada tahun 2013 dan berbentuk aplikasi yang dapat di unduh di *mobile phones*. Sehingga memudahkan pengguna media sosial untuk berolahraga di mana pun.



Gambar 2. Logo Freeletics Bandung



Pada setiap latihannya, Freeletics Bandung memanfaatkan ruang publik (ruang terbuka) sebagai tempat untuk latihan. Maka dari itu *freeletics* termasuk ke dalam olahraga *Street workout* yang merupakan sebuah bentuk latihan *calisthenics* dan *bodyweight training* yang biasanya dilakukan di ruang terbuka. Hal ini didukung dengan program pemerintah kota Bandung mendirikan taman-taman terbuka gratis yang bisa digunakan oleh semua pihak dan dimanfaatkan dengan baik oleh komunitas freeletics ini. Komunitas Freeletics Bandung dibentuk pada tahun 2014 oleh Ardi dan tujuh orang temannya atas dasar rasa ingin mengajak teman-teman dekat untuk meningkatkan pola hidup sehat tanpa perlu mengeluarkan biaya dengan memanfaatkan aplikasi gratis dari *freeletics*.

Indorunners Bandung

Komunitas Indorunners merupakan komunitas lari independen terbesar di Indonesia yang memberi kesempatan bagi para pecinta lari untuk melakukan kegiatan olahraga lari bersama secara rutin. Komunitas ini awal berdirinya di Jakarta oleh Reza Puspo dengan lima orang temannya atas dasar ingin menjadikan olahraga lari itu adalah olahraga yang menyenangkan dan sebagai salah satu cara untuk membunuh kejenuhan kota, juga menjadikan olahraga lari ini sebagai bagian dari gaya hidup kaum urban. Anggota dari komunitas ini tersebar ke beberapa daerah di Indonesia, salah satunya Kota Bandung.

Indorunners Bandung, ingin menyebarkan "virus lari" dengan tujuan yaitu membuat olahraga lari ini dicintai dan bisa saling berbagi. Komunitas ini terbuka bagi siapa saja, tidak mengkhususkan anak muda atau orang tua, yang sudah mempunyai member atau tidak, semua kalangan bisa masuk dan berlari bersama.



Gambar 3. Logo Indorunners bandung

Pengelolaan Komunitas

Komunitas Barstard, Freeletics dan Indorunners memiliki kekhasan dibandingkan dengan komunitas lainnya. Selain bertujuan untuk menerapkan pola hidup sehat untuk masyarakat terutama kaum muda dan kaum urban, komunitas ini pun dalam pembentukannya berbeda dengan yang lain. Ketiga komunitas ini dibentuk langsung di media sosial, tidak terlebih dahulu membentuk komunitas konvensional yang selama ini ada. Berawal dari beberapa orang yang senang olah raga kemudian memposting apa yang mereka lakukan di media sosial. Selanjutnya dikembangkan dengan memperkanalkan jenis olahraga yang mereka lakukan serta mengajak kaum muda untuk ikut terlibat dalam aktivitas tersebut. Pada dasarnya Komunitas ini tidak memiliki struktur yang tetap seperti halnya sebuah organisasi, melainkan pengelolaan dilakukan secara kolektif. Yang biasa dilakukan adalah membaginya menjadi Instruktur, mentor, anggota lama dan anggota baru yang masingmasing memiliki peran yang berbeda dalam komunitas.

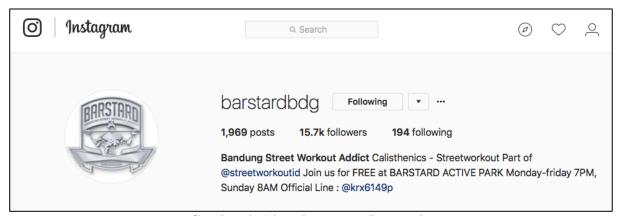


Pengelolaan yang paling penting dari kegiatan ini adalah membangun jaringan komunikasi di media sosial. Setiap komunitas memiliki setidaknya satu orang admin yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial yang mereka miliki. Meskipun informasi yang disampaikan di media sosial tersebut bisa berasal dari siapa saja yang terlibat dalam komunitas. Komunitas olah raga untuk kaum urban di Bandung ini tidak memiliki aturan tertentu untuk setiap anggota, siapa saja dapat bergabung dalam aktivitas komunitas ini dengan ikut serta dalam latihan rutin yang mereka lakukan. Jika melihat dari media sosial yang digunakan, jumlah follower media sosial komunitas bisa mencapat ribuan, tetapi peserta setiap kegiatan jumlahnya bisa jauh lebih sedikit.

Media Sosial yang Digunakan oleh Komunitas Instagram

Saat ini media sosial utama yang dpergunakan oleh Komunitas Olah Raga Kaum Urban di Bandung adalah Instagram. Barstard, Freeletics dan Indorunners menjadikan instagram sebagai media sosial utama untuk menyampaikan informasi dan mengajak masyarakat ikut dalam aktivitas yang mereka lakukan.

Sejak berubah menjadi Barstard dari Indobarian, sejak saat itu pula komunitas ini menggunakan Instagram sebagai media komunikasi utama, walaupun sebelumnya telah menggunakan twitter tetapi mengalami keterbatasan untuk memposting foto dan video. Instagram dinilai lebih visual, lebih lengkap karena bisa foto, video dan teks.



Gambar 4. Akun Instagram Barstard

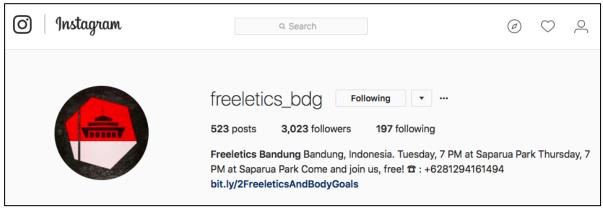
Menurut Ilham, sulit untuk menentukan jumlah pasti member barstard, karena sifat dari komunitas ini terbuka sehingga anggota dapat berkurang ataupun bertambah setiap saat. Komunitas ini tidak memberlakukan keanggotaan tetap maupun daftar hadir untuk kegiatan, setiap orang yang berminat dengan olah raga ini bisa langsung ikut dalam kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap hari.

Jumlah anggota aktif dapat dilihat dari peserta yang ikut serta dalam kegiatan rutin harian. Komunitas ini melakukan latihan setiap hari dengan membagi peserta ke dalam empat kelompok, setiap kelompok terdiri dari 35-60 orang. Peserta yang hadir setiap hari bisa berganti, sehingga sulit mendapatkan data yang pasti, jika diambil rata-rata jumlahnya sekitar 250 orang.

Akan tetapi, jika dibandingkan jumlah follower Instagram komunitas Barstard dengan komunitas sejenis di kota Bandung perbedaannya sangat jauh. Komunitas Barstard memiliki jumlah follower terbesar dibandingkan komunitas sejenis di Kota Bandung yakni lebih dari 15 ribu follower.



Freeletics Bandung dari awal berdirinya menggunakan Instagram sebagai media komunikasi utama, karena dinilai lebih interaktif juga visual dan lengkap dari segi fitur-fiturnya. Salahsatunya bisa menggunggah foto, video, dan teks secara bersamaan serta bisa berinteraksi langsung dengan anggotanya atau calon anggota dari komunitas. Selain itu, instagram juga dapat berintegrasi dengan media sosial lainnya sehingga penyebaran informasi menjadi lebih efektif.



Gambar 5. Akun Instagram Freeletics Bandung

Menurut Ardi, pendiri Freeletics Bandung, sulit untuk menentukan jumlah pasti anggota freeletics bandung atau yang biasa disebut dengan *freeathlete* Indonesia. Dikarenakan komunitas ini bersifat terbuka dan tidak mengikat anggotanya untuk loyal dikomunitas ini, sehingga anggota dapat berkurang ataupun bertambah setiap saat. Komunitas ini tidak memberlakukan keanggotaan tetap ataupun daftar hadir untuk setiap kegiatannya. Setiap orang yang berminat dengan olahraga ini dapat mengikuti langsung tanpa harus registrasi terlebih dahulu dengan datang ke tempat latihan setiap hari selasa dan kamis.

Jumlah anggota freeletics bandung yang aktif dapat dilihat dari peserta yang rutin hadir disetiap kali latihannya. Biasanya setiap latihan minimal 60 orang hadir pada waktu yang bersamaan. Waktu latihan pun dilakukan di malam hari untuk memfasilitasi anggota yang bekerja hingga sore hari.

Komunitas Freeletics Bandung memiliki lebih dari 3 ribu followers. Instagram Freeletics Bandung hanya dikelola oleh satu orang admin dan memposting minimal satu minggu dua kali, yaitu informasi jadwal latihan. Karena latihan komunitas freeletics bandung ini sangat bergantung terhadap cuaca, sehingga penting untuk menginformasikan jadwal latihan apabila cuaca tidak memungkinkan. Selain itu, admin juga memposting kegiatan setiap setelah latihan.

Instagram mempunyai peranan penting dalam keberlangsungan komunitas freeletics Bandung, karena komunitas ini menarik bagi berbagai pihak luar untuk diajak bekerjasama. Hasil dari kerjasama ini menurut Ardi merupakan salah satu cara untuk mempertahankan keberlangsungan komunitas, salah satunya membantu acara lari bekerja sama dengan pocari sweat. Di tahun 2016 ini sudah empat kali melakukan kerjasama. Selain itu, komunitas freeletics juga mengadakan *private training* di Bank-bank besar di Bandung, seperi Bank BJB dan Bank BRI.





Gambar 6. Akun Instagram Indorunner Bandung

Bagi komunitas Indorunners Bandung, media sosial menjadi alat komunikasi utama dalam penyebaran informasi. Menurut Adi, salah satu anggota Indorunners Bandung, melalui media sosial semua informasi dan kegiatan Indorunners dapat dengan cepat tersebar dan diketahui masyarakat, hal tersebut menjadi salah satu cara untuk membantu komunitas ini dapat menyebarkan 'virus lari' kepada masyarakat. Harapannya, masyarakat tertarik untuk bergabung dan bersedia untuk mencoba gaya hidup yang lebih sehat serta menyenangkan.

Komunitas ini juga terbuka untuk siapa saja, tidak ada batasan usia, tidak ada keterikatan keanggotaan, seperti tertulis pada Biografinya di Instagram @indorunnersbdg yaitu "Langsung gabung lari saja ya.. tanpa syarat". Karena tidak ada keterikatan tersebut, anggota Indorunners Bandung dapat meningkat dan menurun setiap saat, namun untuk mengetahui keaktifan para anggotanya dapat dilihat ketika melakukan lari rutin, yaitu pada Selasa malam dan Minggu Pagi. Kegiatan rutin ini dilakukan dengan berlari mengelilingi kota Bandung, biasanya 5km – 10 km per kegiatannya.

Anggota yang biasanya hadir pada latihan lari rutin minimal sekitar 30 orang. Namun, saat ini banyak sekali kegiatan-kegiatan lari yang diadakan oleh Pemerintah atau Perusahaan Swasta tertentu, seperti Bandung Marathon atau West Java Marathon Marathon yang memfasilitasi para pecinta lari untuk menyalurkan kesukaannya. Pada acara-acara seperti ini biasanya dapat terlihat member dari setiap komunitas. Untuk Indorunners Bandung biasanya mereka menggunakan kaos Indorunners Bandung ketika mengikuti kegiatan lari, dan biasanya cukup mudah untuk mengetahui anggota dari Indorunners Bandung ini.

Komunitas Indorunners Bandung di Instagram memiliki hampir 5000 followers. Pengelola Instagram Indorunners Bandung terdapat 11 orang yang termasuk kedalam tim support Indorunners Bandung. Konten di media sosial tidak hanya diputuskan oleh tim support, tetapi dapat masukan dari Anggota lainnya seperti 'sesepuh' dari Indorunners Bandung. Informasi yang diposting pun beragam, salah satunya adalah kegiatan sosial (charity), namun ada juga informasi rutin yang diberikan yaitu minimal seminggu dua kali mengenai informasi kegiatan lari pada selasa malam dan minggu pagi.

Media sosial bagi Indorunners Bandung, sangatlah penting karena dapat membantu untuk menyebarkan informasi kampanya #marilari yang didalamnya tidak hanya sekedar untuk eksistensi tetapi lebih kepada pemberian informasi yang benar mengenai olahraga lain. Selain itu, melalui media sosial, setiap orang dapat berkomunikasi baik itu sesama pecinta olahraga lari maupun orang yang masih awam dan tertarik dengan lari. Dan dalam pengelolaannya pengelola bertanggung jawab penuh terhadap konten yang diposting di Instagramnya, seperti dipaparkan oleh Boyd bahwa media sosial memiliki kekuatan pada



user-generated content (UGC) di mana kontennya dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa (Boyd, 2007).

Komunitas Barstard, freeletics, dan Indorunner Bandung menjadikan Instagram sebagai platform utama dalam berkomunikasi dan penyebaran informasi. Hal ini memungkinkan untuk mengajak siapa saja yang tertarik berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Peran media sosial menurut Puntoadi (2011:5) salah satunya adalah meningkatkan *brand awarness*. Instagram selain berperan sebagai saran untuk berkomunikasi dan berdiskusi, juga dimanfaatkan sebagai media untuk meningkatkan popularitas yang dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah followers dan penawaran kerjasama dengan komunitas ini. Puntoadi juga menambahkan bahwa media sosial dapat menghubungakan banyak orang, juga menjadi sumber informasi, serta bersifat viral (Puntoadi, 201119-21). Dalam hal ini media sosial Instagram juga memberi kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan hubungan sosial serta menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Dengan memanfaatkan fitur DM (*Direct Message*) pengguna dapat langsung berkomunikasi dengan pengelola Instagram.

Penggunaan Instagram oleh Komunitas Olah Raga Kaum Urban di Bandung memberikan dampak positif, antara lain : (1) meningkatnya jumlah peserta latihan setiap minggunya, sebagian besar peserta merupakan follower instagram; (2) penyebaran informasi mengenai olahraga *street workout* yang dapat dijadikan olahraga alternatif yang mudah dan murah bagi kaum muda serta para pekerja; (3) mengembangkan pola hidup sehat; (4) semakin dikenal oleh masyarakat sehingga menarik perhatian pihak luar untuk mengajak bekerja sama.

Twitter

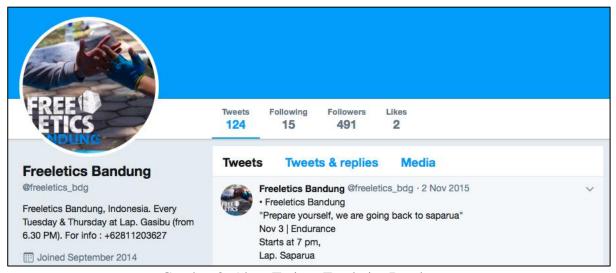
Twitter merupakan media sosial yang juga digunakan oleh komunitas Barstard yang sebelumnya bernama Indobarian. Sebelum muncul media sosial instagram, twitter menjadi media sosial penting bagi penyampaian informasi komunitas ini.



Gambar 7. Akun Twitter Barstard



Barstard menggunakan twitter sebagai media informasi dan untuk membangu jejaring sejak bulan Oktober 2013 dan masih aktif sampai bulan Februari 2017. Awalnya melalui twitter lah semua informasi aktivitas dari komunitas disampaikan, akan tetapi sejak beralih menggunakan instagram, twitter hanya digunakan untuk sharing informasi yang disampaikan di akun instagram. Selama lebih dari 3 tahun penggunaan twitter, postingan di akun tersebut sekitar 4270 tweets dengan jumlah follower sekitar 2.663. Jumlah tweets dan juga follower tersebut memperlihat akun twitter Barstard sebelumnya cukup aktif dengan jumlah pengakses yang banyak.



Gambar 8. Akun Twitter Freeletics Bandung

Berdasarkan gambar di atas, akun twitter freeletics Bandung hanya dipergunakan sekitar satu tahun, mulai September 2014 sampai November 2015. Hal tersebut terlihat dari tweets terakhir yang diposting akun Freeletics Bandung pada tanggal 2 November 2015. Jumlah informasi di akun Freeletics sebanyak 124 tweets dengan jumlah follower 491.



Gambar 8. Akun Twitter Indorunners Bandung



Diantara ketiga komunitas ini, Indorunners merupakan komunitas yang paling tidak aktif dalam menggunakan twitter. Indorunners menggunakan twitter sejak Mei 2015 dan informasi terakhir yang diposting tanggal 26 Juni 2015, ini berarti hanya sekitar satu bulan akun ini aktif. Selama satu bulan hanya 4 informasi yang diposting, itu pun retweet informasi dari akun lain. Jumlah follower yang terdaftar di akun tersebut sebanyak 306.

Youtube

Barstard, Freeletics Bandung dan Indorunners Bandung tidak memiliki akun resmi maupun channel youtube. Namun, informasi mengenai ketiga komunitas olahraga ini banyak diposting di akun berbagi video ini. Informasi yang disajikan berasal dari anggota komunitas, pengamat, peneliti maupun hasil liputan media. Banyaknya informasi mengenai komunitas tersebut di youtube memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengetahui lebih mendalam mengenai ketika komunitas tersebut.



Gambar 9. Contoh video komunitas di youtube

Bentuk Informasi yang Disampaikan

Informasi yang disampaikan oleh komunitas Barstard, Freeletics Bandung dan Indorunners Bandung disajikan dalam bentuk Teks/naskah, Foto dan gambar. Ketiga bentuk tersebut disajikan di meda sosial yang mereka gunakan.



Gambar 10. Contoh Informasi dalam bentuk teks

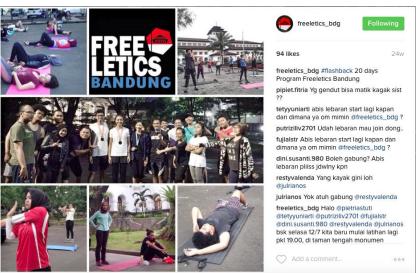
Informasi dalam bentuk teks biasanya berisi jadwal kegiatan, tips untuk melakukan olahraga, dan juga komentar-komentar mengenai kegiatan yang dilakukan komunitas.





Gambar 11. Contoh informasi dalam bentuk video

Video digunakan untuk memberikan gambaran melakukan gerakan olah raga yang tepat, dokumentasi kegiatan atau latihan yang dilakukan oleh komunitas serta informasi audio visual lain yang berkaitan dengan komunitas.



Gambar 12. Foto Kegiatan

Informasi dalam bentuk foto paling banyak digunakan oleh komunitas dalam menyampaikan informasi dan membentuk jejaring komunikasi. Informasi yang disampaikan berupa tips, contoh gerakan, aktivitas yag telah dilakukan dan aktivitas lain yang dilakukan oleh komunitas.

Penggunaan media sosial khususnya Instagram oleh Komunitas Barstard, Freeletivs dan Indorunners di Bandung memberikan dampak positif, antara lain : (1) meningkatnya jumlah peserta latihan setiap minggunya, sebagian besar peserta merupakan follower instagram; (2) penyebaran informasi mengenai olahraga *street workout* yang dapat dijadikan olahraga alternatif yang mudah dan murah bagi kaum muda serta para pekerja; (3) mengembangkan pola hidup sehat; (4) semakin dikenal oleh masyarakat sehingga menarik perhatian pihak luar untuk mengajak bekerja sama.

KESIMPULAN

Komunitas Barstard, Freeletics dan Indorunner menjadi komunitas unik yang dibangun langsung di media sosial dengan menggunakan jaringan internet untuk memperkenalkan, mengajak dan menginformasikan kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan serta menarik minat masyarakat terutama kaum muda untuk bergabung. Sebagai komunitas yang menekankan pentingnya pola hidup sehat, komunitas ini terus berkembang dan menarik minat masyarakat.



Instagram menjadi media sosial utama yang saat ini digunakan, beragam fitur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut cocok untuk menginformasikan aktivitas yang dilakukan dan lebih mudah diakses oleh kaum muda. Instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan, pemanfaatan Instagram memberikan dampak yang cukup besar terutama dalam peningkatan jumlah peserta latihan serta untuk keberlangsungan hidup komunitas dengan datangnya sporsor.

REFERENSI

- Boyd, Danah & Ellison, Nicole. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Mediated Communication.
 - http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html. Diakses pada 29 Maret 2016
- Creswell, J. W. (2003). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dijck, J. V. 2006. *The Network Society* (2nd ed.). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Simbiosa Rekatama Media.
- Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta: Elex-Gramedia.
- Safko, L., & Brake, D. K. 2009. *The Social Media Bible*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sumber Lain:

- Bandung Street Workout. https://www.instagram.com/barstardbdg/ diakses 10 Desember 2017 pukul 10.24 wib
- Bandung Street Workout. https://twitter.com/barstardbdg?lang=en diakses 10 Desember 2017 pukul 10.24 wib
- Fixmeproject Official. 2017. Steetworkout Bandung-Barstard. https://www.youtube.com/watch?v=mxw1jX68Y5Y diakses 18 Desember 2017 pukul 20.10 wib
- Freeletics Bandung. https://www.instagram.com/freeletics_bdg/ diakses 10 Desember 2017 pukul 09.45 wib
- Freeletics Bandung. https://twitter.com/freeletics_bdg?lang=en diakses 10 Desember 2017 pukul 09.45 wib
- Indo Runners Bandung. https://www.instagram.com/indorunnersbdg/ diakses 10 Desember 2017 pukul 11.15 wib
- Indo Runners Bandung. https://twitter.com/IndoRunnersBdg?lang=en diakses 10 Desember 2017 pukul 11.15 wib
- Joe Darko. 2015. Komunitas Freeletics bandung (Sport Today- MNC Sport). https://www.youtube.com/watch?v=uuBmUrbus1Q&t=1s diakses 18 Desember 2017 pukul 15.25 wib.
- Yusuf Zain. 2014. Night Run Indo Runners. https://www.youtube.com/watch?v=Wt-27DfArII&t=31s diakses 17 Desember 201twittert7 pukul 21.30 wib.