

Potret Pelari Culture sebagai Ekspresi Gaya Hidup Pelari

Aldi Haris^{*}, Riza Hernawati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

Aldiharis278@gmail.com, riza@unisba.ac.id

Abstract. This article explores the dynamics of communications in the Fake Runners Bandung community, which positions itself not only as a sports group but also as a social, cultural, and lifestyle space. The research aims to describe how verbal and nonverbal communication constructs collective identity and solidarity in the community's practices. The study employs a qualitative method with a case study approach under a constructivist paradigm. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, documentation, and literature review. The results show that verbal communication takes the form of pre-run briefings, internal meetings, external coordination, and the use of main and secondary jargon, which strengthen collective meaning. Nonverbal communication emerges through hand signs, eye contact, running rhythm, visual attributes, and the use of bright colors that serve both safety and symbolic identity. The findings suggest that Fake Runners Bandung perceive running as a medium of self-expression, social identity formation, and urban lifestyle representation, transcending competitive or performative sport paradigms.

Keywords: *runner culture, verbal communication, nonverbal communication, running community, lifestyle.*

Abstrak. Artikel ini membahas komunikasi dalam komunitas Fake Runners Bandung yang memposisikan diri tidak hanya sebagai wadah olahraga, tetapi juga sebagai ruang sosial, budaya, dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal membentuk identitas kolektif serta solidaritas dalam praktik komunitas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dalam paradigma konstruktivis. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi verbal hadir dalam bentuk briefing sebelum lari, rapat internal, koordinasi tim, serta penggunaan jargon utama dan sekunder yang memperkuat makna kolektif. Sementara itu, komunikasi nonverbal tampak melalui isyarat tangan, kontak mata, ritme lari, atribut visual, dan pemakaian warna terang yang berfungsi sebagai identitas simbolik sekaligus aspek keselamatan. Temuan ini menegaskan bahwa Fake Runners Bandung memaknai aktivitas lari bukan semata sebagai olahraga kompetitif, melainkan juga sebagai medium ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, dan representasi gaya hidup urban.

Kata Kunci: *budaya pelari, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunitas lari, gaya hidup.*

A. Pendahuluan

Fenomena komunitas lari di kota-kota besar di Indonesia semakin menonjol dalam beberapa tahun terakhir. Lari tidak lagi dipandang semata sebagai aktivitas olahraga individual, melainkan telah berkembang menjadi gaya hidup kolektif yang sarat dengan makna sosial. Kehadiran komunitas lari menunjukkan bagaimana aktivitas fisik sederhana dapat berubah menjadi wadah interaksi sosial, ekspresi diri, dan pembentukan identitas kelompok. Dalam konteks ini, olahraga bertransformasi menjadi praktik budaya yang melampaui fungsi kesehatan semata.

Komunitas Fake Runners Bandung menjadi salah satu representasi unik dari perkembangan runner culture di perkotaan. Berbeda dengan komunitas olahraga lain yang menekankan prestasi, struktur formal, atau hierarki, Fake Runners Bandung lebih menonjolkan nilai kebersamaan, keterbukaan, dan spontanitas. Identitas kolektif komunitas ini dibangun bukan melalui capaian kompetitif, melainkan melalui gaya komunikasi yang egaliter dan inklusif. Praktik komunikasi sehari-hari mereka memperlihatkan bagaimana sebuah komunitas dapat tumbuh organik tanpa menekankan performativitas.

Dalam kerangka komunikasi kelompok yang dikemukakan oleh Mulyana (2005), interaksi menjadi faktor utama pembentuk solidaritas dan kohesi sosial. Menurut Hall (1997), Komunikasi verbal berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, pembentukan norma, serta pemeliharaan relasi interpersonal antar anggota. Di sisi lain, komunikasi nonverbal menurut Burgoon et al. (2022) melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, hingga simbol pakaian memainkan peran penting dalam memperkuat rasa kebersamaan dan ekspresi kolektif. Kehadiran fisik, bahasa tubuh, dan pola interaksi tatap muka menjadi fondasi utama terciptanya kedekatan emosional dalam komunitas.

Landasan teoritis penelitian ini juga merujuk pada pemikiran Giddens (1991) tentang gaya hidup sebagai praktik reflektif dan sosial. Gaya hidup tidak lagi dipandang sekadar sebagai konsumsi atau aktivitas rutin, melainkan sebagai bentuk refleksi diri dan representasi identitas kolektif. Dalam konteks komunitas lari, gaya hidup yang terwujud tidak hanya sebatas pada aktivitas fisik, melainkan juga pada nilai-nilai kebersamaan, inklusivitas, dan kesetaraan yang dijunjung bersama. Dengan demikian, komunitas lari dapat dipahami sebagai ruang yang menyatukan aspek fisik, sosial, dan simbolis.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal berkontribusi dalam pembentukan identitas kolektif komunitas pelari culture. Selama ini, banyak kajian tentang komunitas olahraga berfokus pada aspek performa, capaian kompetitif, atau manajemen organisasi. Namun, penelitian ini menawarkan perspektif berbeda dengan menekankan bagaimana komunikasi berperan dalam membangun solidaritas sosial yang inklusif, egaliter, dan non-hierarkis. Hal ini sekaligus menjadi pembeda penelitian ini dibandingkan studi lain yang lebih berorientasi pada prestasi olahraga.

Rumusan masalah penelitian ini mencakup dua hal utama: (1) Bagaimana bentuk komunikasi verbal dalam komunitas Fake Runners Bandung sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup pelari culture, serta (2) Bagaimana bentuk komunikasi nonverbal dalam komunitas Fake Runners Bandung sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup pelari culture (3) alasan penggunaan warna cerah di Komunitas Fake Runners Bandung sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup pelari culture. Rumusan masalah ini dirumuskan dengan mempertimbangkan karakteristik komunitas sebagai entitas sosial yang mengandalkan interaksi dan simbol untuk memperkuat keanggotaannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk komunikasi verbal dan nonverbal dalam komunitas Fake Runners Bandung, serta menjelaskan bagaimana runner culture dalam konteks urban dimaknai sebagai ekspresi gaya hidup kolektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan kajian komunikasi komunitas, komunikasi nonverbal, dan studi budaya urban. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi refleksi bagi komunitas olahraga lain yang ingin membangun ekosistem berbasis kebersamaan dan inklusivitas.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan dalam cara pandang terhadap komunitas olahraga. Alih-alih memandang olahraga sebagai arena kompetitif, penelitian ini menempatkan komunitas lari sebagai ruang budaya yang menggabungkan kesehatan fisik, ekspresi diri, serta solidaritas sosial. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa olahraga dapat berfungsi sebagai medium pembentukan identitas kolektif dan ruang sosial yang egaliter, sesuai dengan dinamika kehidupan urban saat ini.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif oleh Denzin & Lincoln (2011), dengan tujuan memahami secara mendalam praktik komunikasi dalam komunitas Fake Runners Bandung. Pendekatan yang digunakan yaitu studi kasus, pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna dan proses yang berlangsung di balik interaksi sosial anggota komunitas hal ini sejalan dengan Yin (2018). Penelitian dilakukan di Bandung, Jawa Barat, dengan melibatkan anggota aktif komunitas Fake Runners Bandung dan pelari rekresional di luar komunitas Fake Runners Bandung sebagai informan. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu berdasarkan Moleong (2019), yaitu anggota yang aktif mengikuti latihan, berpartisipasi dalam percakapan grup, dan terlibat langsung dalam kegiatan komunitas, serta pelari di luar komunitas. Dari kriteria tersebut, sebanyak empat informan diwawancarai secara mendalam, terdiri dari kapten, anggota, dan pelari lain di luar komunitas sehingga diperoleh variasi pengalaman dan perspektif yang beragam.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan keterlibatan langsung dalam kegiatan lari bersama, interaksi tatap muka anggota, dan wawancara yang memungkinkan peneliti mengamati bentuk komunikasi verbal maupun nonverbal. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman personal dan interpretasi informan mengenai dinamika komunikasi dalam komunitas. Dokumentasi berupa foto kegiatan juga dijadikan sumber data pendukung untuk memperkuat temuan lapangan. serta studi literatur dilakukan untuk mendukung proses pemahaman teoritis, konseptual, dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis meliputi tiga tahapan, senada dengan yang dinyatakan Sugiyono (2017), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara interaktif dan berulang sejak pengumpulan data hingga penyusunan hasil penelitian, sehingga keabsahan temuan dapat terjamin. Untuk meningkatkan validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode dengan cara membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu April hingga Juli 2025 melalui tahapan persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

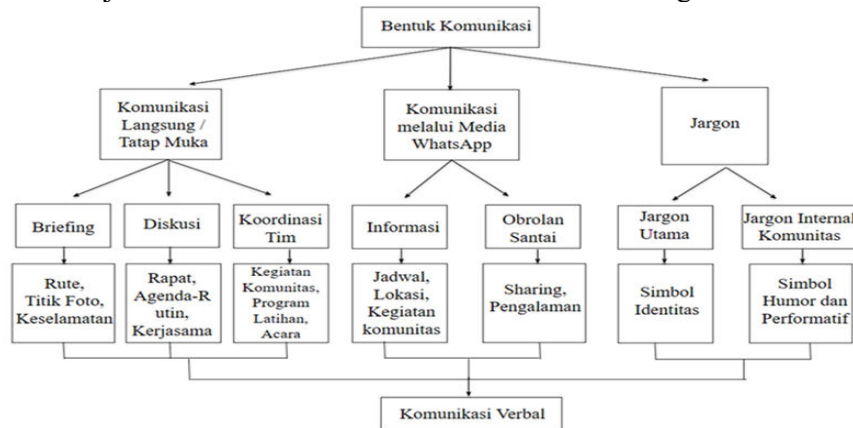
Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka masih menjadi pilar utama dalam membangun dan mempertahankan interaksi antaranggota komunitas Fake Runners Bandung. Kehadiran fisik dalam setiap kegiatan lari bersama memungkinkan terjadinya kontak mata, penggunaan bahasa tubuh, serta ekspresi wajah yang secara langsung memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota. Unsur-unsur nonverbal tersebut berperan penting dalam membangun kepercayaan, rasa saling memahami, serta kedekatan emosional yang sulit diwujudkan secara optimal melalui media komunikasi daring. Dalam konteks ini, interaksi langsung tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai medium pembentukan ikatan sosial yang lebih mendalam.

Lebih lanjut, komunikasi tatap muka terlihat dalam berbagai bentuk interaksi, mulai dari diskusi mengenai strategi latihan, berbagi pengalaman pribadi seputar dunia lari, hingga obrolan ringan di sela-sela aktivitas. Proses komunikasi yang berlangsung secara natural dan berulang tersebut menciptakan ruang sosial bagi anggota untuk menegosiasikan nilai, norma, dan identitas bersama sebagai bagian dari komunitas. Dengan demikian, komunikasi langsung berkontribusi besar dalam pembentukan identitas kolektif Fake Runners Bandung, di mana anggota tidak hanya merasa terhubung melalui aktivitas lari, tetapi juga melalui relasi sosial yang terjalin secara personal. Oleh karena itu, komunikasi tatap muka tidak semata-mata menyampaikan informasi teknis terkait kegiatan, melainkan juga berfungsi memelihara solidaritas sosial dan rasa memiliki terhadap komunitas.

Di sisi lain, media digital juga memiliki peran yang signifikan dalam menunjang keberlangsungan komunikasi komunitas, sejalan dengan konsep networked publics yang dikemukakan oleh Boyd (2010). Media digital memungkinkan anggota tetap terhubung meskipun tidak berada dalam ruang dan waktu yang sama. Dalam praktiknya, grup WhatsApp dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi internal untuk menyampaikan informasi mengenai jadwal latihan, agenda kegiatan komunitas, serta kebutuhan koordinasi lainnya. Pola penyampaian pesan yang cepat, rutin, dan terstruktur mencerminkan konsistensi komunikasi yang menjaga keterikatan antaranggota di luar pertemuan tatap muka.

Selain itu, Instagram komunitas berfungsi sebagai ruang representasi publik yang

menampilkan aktivitas lari, pencapaian individu maupun kelompok, serta momen kebersamaan antaranggota. Melalui unggahan foto, video, dan narasi visual, komunitas membangun citra positif yang tidak hanya memperkuat identitas internal, tetapi juga memperluas jangkauan audiens eksternal. Media sosial dalam hal ini berperan sebagai sarana dokumentasi sekaligus alat strategis untuk membangun jejaring sosial yang lebih luas dan menarik minat calon anggota baru. Dengan demikian, komunikasi digital dan komunikasi tatap muka saling melengkapi dalam membentuk pola komunikasi yang adaptif dan berkelanjutan di dalam komunitas Fake Runners Bandung.



Gambar 1. Model Temuan Komunikasi Verbal di Komunitas Fake Runners Bandung

Sumber: Olahan Peneliti

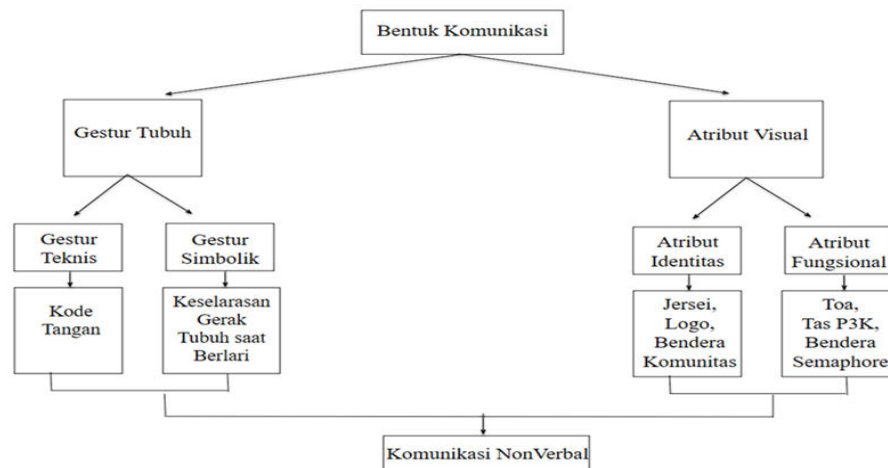
Temuan penting lainnya dalam penelitian ini adalah dominannya peran komunikasi nonverbal dalam aktivitas komunitas Fake Runners Kota Bandung. Komunikasi nonverbal tampak jelas melalui gerakan tubuh saat berlari bersama, pengaturan posisi dalam kelompok, ritme langkah, hingga respons isyarat sederhana seperti anggukan kepala atau gerakan tangan. Selain itu, penggunaan atribut komunitas seperti jersey, warna tertentu, dan perlengkapan lari berlogo komunitas berfungsi sebagai penanda visual yang merepresentasikan identitas kelompok. Unsur-unsur nonverbal tersebut menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan makna kebersamaan, disiplin, dan kesatuan tanpa harus diungkapkan melalui kata-kata.

Komunikasi nonverbal ini menunjukkan bahwa identitas komunitas tidak hanya dibangun melalui komunikasi verbal, melainkan juga melalui praktik keseharian yang dilakukan secara berulang dan konsisten. Aktivitas lari bersama menjadi ruang di mana nilai-nilai komunitas diwujudkan secara konkret melalui tindakan dan simbol. Dalam situasi di lintasan lari, anggota komunitas cenderung lebih mengandalkan isyarat tubuh karena kondisi fisik dan lingkungan menuntut respons yang cepat, praktis, dan efisien. Oleh karena itu, bahasa tubuh dan simbol visual berfungsi sebagai bentuk komunikasi yang adaptif sekaligus memperkuat kohesi sosial antaranggota.

Lebih lanjut, komunikasi nonverbal juga berperan dalam membangun solidaritas kelompok. Keseragaman gerak, penggunaan atribut yang sama, serta pemahaman bersama terhadap isyarat tertentu menciptakan rasa keterhubungan yang kuat di antara anggota. Praktik ini menumbuhkan perasaan saling percaya dan saling mendukung, terutama dalam aktivitas yang menuntut kerja sama dan ketahanan fisik. Dengan demikian, komunikasi nonverbal menjadi elemen esensial yang tidak hanya menunjang efektivitas interaksi, tetapi juga memperdalam rasa kebersamaan dalam komunitas.

Selain komunikasi nonverbal, komunitas Fake Runners Kota Bandung juga memiliki jargon dan simbol khusus yang berfungsi sebagai media pengikat identitas kelompok. Penggunaan istilah-istilah khas dalam percakapan sehari-hari maupun dalam komunikasi di grup WhatsApp mencerminkan adanya bahasa internal yang dipahami bersama oleh para anggota. Bahasa internal ini tidak hanya mempermudah koordinasi dan penyampaian pesan, tetapi juga menjadi pembeda yang menegaskan keunikan komunitas dibandingkan dengan kelompok lari lainnya.

Jargon komunitas tersebut menciptakan rasa memiliki dan memperkuat ikatan emosional antaranggota, karena hanya mereka yang terlibat secara aktif yang memahami makna di balik istilah-istilah tersebut. Hal ini secara tidak langsung membangun batas simbolik antara “kami” sebagai bagian dari komunitas dan “mereka” sebagai pihak di luar komunitas.



Gambar 2. Model Temuan Komunikasi Nonverbal di Komunitas Fake Runners Bandung

Sumber: Olahan Peneliti

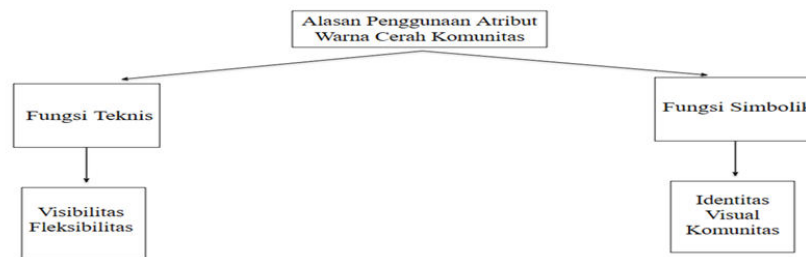
Pada komunitas Fake Runners Kota Bandung, penggunaan warna cerah pada atribut dan jersey berfungsi sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang memiliki peran strategis, khususnya dalam mendukung aspek keselamatan anggota. Pemilihan warna-warna mencolok seperti neon atau warna terang lainnya menjadi sangat relevan dalam konteks kegiatan night run maupun partisipasi dalam berbagai event lari yang berlangsung di ruang jalan perkotaan. Warna cerah tersebut meningkatkan visibilitas pelari di tengah kondisi pencahayaan yang terbatas serta kepadatan lalu lintas, sehingga keberadaan pelari dapat lebih mudah dikenali oleh pengguna jalan lain, seperti pengendara kendaraan bermotor maupun pejalan kaki. Dengan demikian, penggunaan warna cerah berkontribusi dalam mengurangi potensi risiko kecelakaan selama aktivitas lari berlangsung.

Mengacu pada klasifikasi komunikasi nonverbal yang dikemukakan oleh Ekman dan Friesen (dalam Guerrero et al., 2020), warna cerah pada atribut komunitas dapat dipahami memiliki fungsi sebagai regulators dan illustrators. Sebagai regulators, warna cerah berperan dalam mengatur pola interaksi antara pelari dan lingkungan sekitarnya, khususnya dengan pengguna jalan lain. Kehadiran warna mencolok secara visual menjadi penanda yang membantu mengarahkan perhatian, mengatur jarak, serta memengaruhi perilaku pengguna jalan lain agar lebih waspada terhadap aktivitas lari yang sedang berlangsung. Dalam hal ini, warna cerah berfungsi sebagai isyarat nonverbal yang secara tidak langsung mengoordinasikan interaksi di ruang publik.

Sementara itu, sebagai illustrators, warna cerah memperjelas pesan nonverbal bahwa suatu aktivitas lari sedang berlangsung tanpa memerlukan penjelasan verbal. Atribut berwarna terang secara visual mengilustrasikan identitas pelari sekaligus aktivitas yang sedang dilakukan, sehingga pesan dapat diterima secara cepat dan efisien. Fungsi ini menjadi penting dalam situasi lari bersama, di mana komunikasi verbal sering kali terbatas oleh jarak, kelelahan fisik, atau kondisi lingkungan. Dengan demikian, warna cerah berperan sebagai media penyampai pesan yang praktis dan efektif dalam konteks aktivitas komunitas.

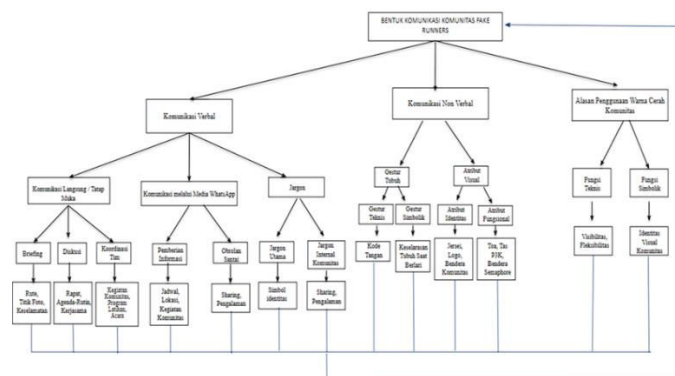
Selain berfungsi sebagai penunjang keselamatan, penggunaan warna cerah juga mengandung makna kolektif yang kuat bagi komunitas Fake Runners Kota Bandung. Sejalan dengan pandangan Trenholm (2021), elemen komunikasi nonverbal seperti pakaian, warna, dan atribut visual lainnya memiliki kemampuan untuk menyampaikan nilai, norma, dan identitas kelompok secara implisit. Dalam konteks ini, pemilihan warna cerah tidak hanya mencerminkan kesadaran bersama akan pentingnya keselamatan, tetapi juga merepresentasikan sikap kolektif komunitas terhadap keterbukaan, solidaritas, dan keberadaan mereka di ruang publik perkotaan.

Dengan demikian, warna cerah pada atribut dan jersey Fake Runners Kota Bandung dapat dipahami sebagai simbol identitas sekaligus pernyataan nonverbal komunitas di ruang publik. Penggunaan warna tersebut mempertegas eksistensi komunitas, membangun citra yang mudah dikenali, serta memperkuat rasa kebersamaan antaranggota. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal melalui pemilihan warna tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan identitas kolektif dan penguatan posisi komunitas dalam dinamika sosial perkotaan.



Gambar 3. Model Temuan Alasan penggunaan Atribut Warna Cerah Komunitas Fake Runners Bandung

Sumber: Olahan Peneliti



Gambar 4. Model Bentuk Komunikasi Verbal dan Komunikasi Nonverbal Komunitas Fake Runners Bandung

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya bentuk kolaborasi antara komunitas Fake Runners Bandung dengan pihak luar, seperti fisioterapis, dalam mendukung aktivitas dan kebutuhan anggota komunitas. Kehadiran tenaga profesional tersebut memberikan nilai tambah dalam pelaksanaan kegiatan lari, khususnya dalam meningkatkan pemahaman anggota mengenai aspek kesehatan, kebugaran tubuh, serta pentingnya pencegahan cedera. Melalui sesi edukasi, pendampingan, maupun konsultasi, anggota memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif terkait teknik lari yang aman, pemulihan tubuh, serta perawatan fisik yang sesuai dengan intensitas latihan.

Kolaborasi dengan fisioterapis ini turut berkontribusi dalam meningkatkan kualitas latihan yang dijalani oleh anggota komunitas. Informasi dan arahan yang diberikan oleh tenaga profesional membantu anggota menyesuaikan pola latihan dengan kondisi fisik masing-masing, sehingga risiko cedera dapat diminimalkan. Selain itu, kehadiran pihak eksternal juga memperkuat kesadaran kolektif komunitas akan pentingnya menjaga kesehatan sebagai bagian integral dari aktivitas olahraga yang berkelanjutan.

Lebih jauh, kolaborasi ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam komunitas Fake Runners Bandung tidak hanya berlangsung secara internal di antara para anggota, tetapi juga berkembang melalui relasi dengan pihak eksternal. Proses komunikasi lintas pihak tersebut mencerminkan keterbukaan komunitas terhadap pengetahuan dan sumber daya di luar komunitas, sekaligus menegaskan upaya komunitas dalam mengembangkan aktivitas secara lebih profesional dan terstruktur. Dengan demikian, kerja sama dengan pihak luar tidak hanya berfungsi sebagai dukungan teknis, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang berkontribusi terhadap keberlanjutan, kredibilitas, dan pengembangan komunitas dalam jangka panjang.

Analisis dan Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa praktik komunikasi dalam komunitas Fake Runners Bandung sejalan dengan pandangan Hall (1997) yang menempatkan

komunikasi sebagai proses budaya yang tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan makna yang dibangun bersama. Komunikasi dalam komunitas ini terbentuk melalui kombinasi antara interaksi tatap muka, pemanfaatan media digital, serta praktik komunikasi nonverbal yang hadir dalam aktivitas keseharian. Ketiga aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dan berkelindan dalam membangun identitas komunitas, memperkuat solidaritas antaranggota, serta menjaga keberlanjutan komunitas dalam jangka panjang.

Interaksi tatap muka berperan penting dalam menciptakan kedekatan emosional dan membangun relasi interpersonal yang kuat di antara anggota. Melalui pertemuan langsung dalam kegiatan lari bersama, diskusi informal, dan kebersamaan yang terjalin, anggota komunitas membangun rasa saling percaya dan rasa memiliki yang menjadi fondasi utama solidaritas sosial. Di sisi lain, pemanfaatan media digital, khususnya media sosial dan grup percakapan daring, memperluas ruang komunikasi komunitas dengan melampaui batasan ruang dan waktu. Media digital memungkinkan arus informasi tetap terjaga, memperkuat koordinasi internal, serta memperluas jangkauan eksistensi komunitas ke ranah publik yang lebih luas.

Sementara itu, praktik komunikasi nonverbal berperan dalam memperkuat simbol dan identitas kolektif komunitas. Penggunaan atribut, warna, jargon, serta simbol-simbol internal lainnya menjadi sarana representasi nilai dan norma komunitas yang dipahami bersama oleh para anggota. Unsur-unsur nonverbal ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga sebagai media pemaknaan yang menegaskan keberadaan komunitas di ruang sosial dan ruang publik. Kehadiran jargon dan simbol internal, serta keterlibatan komunitas dalam kerja sama dengan pihak eksternal, menunjukkan bahwa komunikasi dalam Fake Runners Bandung bersifat multidimensi, mencakup ranah personal, kelompok, hingga sosial yang lebih luas.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas berbasis hobi, seperti Fake Runners Bandung, bukan sekadar ruang untuk menyalurkan minat dan aktivitas rekreatif, tetapi juga menjadi arena pembentukan identitas sosial yang kompleks dan dinamis. Di dalamnya terjadi proses negosiasi makna, pembentukan nilai bersama, serta penguatan ikatan sosial yang melibatkan individu sebagai anggota komunitas dan sebagai bagian dari masyarakat. Dengan demikian, komunikasi dalam komunitas Fake Runners Bandung dapat dipahami sebagai proses integral yang menghubungkan dimensi individu, kelompok, dan masyarakat luas, sekaligus merefleksikan bagaimana praktik komunikasi berkontribusi dalam membangun keberlangsungan komunitas di tengah dinamika sosial perkotaan.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik komunikasi dalam komunitas *Fake Runners* Bandung berlangsung melalui perpaduan komunikasi tatap muka, komunikasi digital, dan komunikasi nonverbal yang saling melengkapi. Komunikasi tatap muka menjadi pilar utama dalam memperkuat kedekatan emosional, membangun rasa kebersamaan, serta menumbuhkan kepercayaan antaranggota. Media sosial, khususnya WhatsApp dan Instagram, berperan penting dalam menjaga konsistensi informasi, memperluas jangkauan, serta membangun citra komunitas di ruang publik. Sementara itu, komunikasi nonverbal melalui gestur, simbol, dan atribut menjadi medium penting dalam mempertegas identitas kolektif dan memperkuat solidaritas kelompok.

Keberadaan jargon internal serta simbol komunitas memperlihatkan adanya proses penciptaan budaya khas yang mengikat anggota dalam ikatan emosional dan sosial. Selain itu, kerja sama dengan fisioterapis dan pihak eksternal memperkuat dimensi profesional dalam komunitas, sehingga aktivitas lari tidak hanya berorientasi pada hobi, tetapi juga pada kesehatan dan keberlanjutan. Dengan demikian, komunikasi dalam *Fake Runners* Bandung dapat dipahami sebagai sebuah sistem yang multidimensi, mencakup ranah personal, sosial, hingga profesional.

Penggunaan atribut serta pemilihan warna cerah Komunitas *Fake Runners* Bandung berfungsi sebagai penanda identitas sekaligus penguat kohesi kelompok. Komunikasi nonverbal ini terbukti efektif dalam situasi lari bersama yang menuntut respons cepat, sekaligus merepresentasikan nilai keselamatan dan kebersamaan di ruang publik perkotaan. Dengan demikian, komunikasi dalam Komunitas *Fake Runners* Kota Bandung tidak hanya berlangsung pada tataran verbal, tetapi juga terwujud melalui praktik keseharian dan simbol-simbol kolektif yang memperkuat identitas serta solidaritas komunitas.

Penelitian ini membuka ruang untuk kajian lebih lanjut mengenai praktik komunikasi komunitas olahraga lain dengan fokus pada aspek identitas, solidaritas, serta kolaborasi. Dengan memperluas objek penelitian ke komunitas yang berbeda, temuan ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunikasi membentuk dinamika sosial dalam kelompok hobi dan olahraga di masyarakat urban.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam proses penulisan artikel ini. Terutama kepada keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk apapun yang sangat berarti.

Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Riza Hernawati, S.Sos., M.Si. atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan sepanjang proses penulisan. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada teman-teman serta Komunitas Fake Runners Bandung yang telah memberikan semangat serta saran yang membangun, sehingga menjadi dorongan positif dalam menyelesaikan artikel ini.

Daftar Pustaka

Adhipratama, D., & Ernungtyas, N. F. (2025). Tinjauan Sistematis Strategi dan Tantangan Periklanan Digital di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 103–112.

Al Mega, A. N. P., & Ahmadi, D. (2022). Perencanaan Komunikasi Digital Akun Instagram @ASPAN_Lampung. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2).
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3592>

Qorib, F. (2024). Tinjauan Singkat Teori Komunikasi; Sejarah, Konsep, Perkembangan, dan Tantangannya. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 31–46.
<https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i1.4014>

Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In *A Networked Self* (pp. 47–66). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203876527-8>

Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2022). *Nonverbal Communication*. Routledge.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.).

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford

Guerrero, L. K., Floyd, K., & Andersen, P. A. (2020). *Nonverbal Communication* (3rd ed.). New

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publication.

Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Trenholm, S. (2021). *Thinking Through Communication: An introduction to the Study of Human Communication* (9th ed.). London: Routledge.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.