

## Peranan Komunitas dalam Mengkampanyekan Olah Raga Poundfit pada Masyarakat

Adila Soraya\*, Ike Junita Triwardhani

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

\*adilasoraya010@gmail.com, junitatriwardhani@gmail.com

**Abstract.** This research examines the role of communities in promoting Poundfit fitness in society. Poundfit is a type of fitness that combines elements of martial arts with dance movements and rhythms performed together with drumsticks as musical instruments. The aim of this research is to understand how communities can play a central role in promoting Poundfit among the public. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The research method employed is qualitative with a case study approach. The theoretical frameworks used are New Media Theory and the Componential Model of Campaigns. The findings reveal that the Bandung Poundfit Community is an event held for the first time in Sagarua on a monthly basis. The community also provides free equipment rental as a promotional strategy to introduce Poundfit to the public. The use of social media, especially Instagram and TikTok, serves as a means in the campaign efforts of the Bandung Poundfit Community. Consequently, the community delivers information in an integrated manner, ensuring that the messages conveyed remain reliable to the public.

**Keywords:** *Community Role, Campaign, Poundfit Fitness.*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji peranan komunitas dalam mengkampanyekan olah raga Poundfit pada masyarakat. Poundfit adalah jenis kebugaran yang menggabungkan elemen-elemen seni bela diri dengan gerakan-gerakan tari dan ritme yang dijalankan bersama-sama dengan stik alat musik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunitas dapat berperan sebagai tujuan utama dalam mempromosikan Poundfit di kalangan masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan yaitu Teori Media Baru dan Model Komponensial Kampanye. Hasil penelitian ini yaitu Bandung Poundfit Community merupakan sebuah event yang pertama kali di Sagarua dengan jangka waktu sebulan sekali, lalu komunitas ini menyewakan alat secara gratis sebagai strategi promosi untuk memperkenalkan Poundfit kepada masyarakat. Penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi sarana dalam upaya kampanye Bandung Poundfit Community, dengan demikian Bandung Poundfit Community menyampaikan informasi dengan cara yang terintegrasi dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap dapat diandalkan oleh masyarakat.

**Kata Kunci:** *Peranan Komunitas, Kampanye, Olah Raga Poundfit.*

## A. Pendahuluan

*Poundfit* merupakan olah raga kardio yang terinspirasi dari permainan alat musik “drum”. Alat yang digunakan dalam olah raga ini selain matras adalah sepasang stik yang bernama “ripstix”. *Poundfit* merupakan olah raga yang mengikuti irama musik dan memiliki koreografi sendiri seperti seorang musisi yang sedang memainkan musik. Jenis olah raga kardio seperti *pound* ini tengah digandrungi banyak orang apalagi kawula muda. Olah raga *poundfit* mulai digandrungi kawula muda setelah Covid-19 dikarenakan *poundfit* ini secara garis besar merupakan aktivitas kelompok yang melibatkan banyak massa dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan data yang terdapat dalam website Bandung *Poundfit Community*, komunitas ini telah berhasil mencapai prestasi yang mengesankan. Dengan lebih dari 5.000 anggota aktif, Bandung *Poundfit Community* telah berhasil membangun jaringan yang kuat dalam mendukung gaya hidup sehat melalui kegiatan *pound*. Hal ini mencerminkan minat besar masyarakat Bandung dalam mengikuti program *Poundfit*, yang menawarkan kombinasi unik antara olah raga dan musik. Selain itu, komunitas ini juga aktif dalam menyelenggarakan kegiatan dengan mengadakan 20 event bulanan. Event ini memberikan kesempatan bagi anggota untuk terlibat secara lebih mendalam dalam program *Poundfit*, dan juga memperkuat rasa persaudaraan di antara mereka. Selain itu, dengan adanya 14 *Pound Pro* atau instruktur yang terlatih, Bandung *Poundfit Community* memiliki tim yang kompeten untuk membimbing anggotanya dalam mencapai tujuan kesehatan dan kebugaran mereka. Dengan tersedianya 10 venue, komunitas ini menawarkan beragam lokasi yang memudahkan anggota untuk mengikuti sesi *Poundfit* sesuai dengan preferensi mereka.

Data tersebut memperlihatkan bahwa Bandung *Poundfit Community* adalah sebuah komunitas yang aktif dan terorganisir dengan baik. Mereka telah mampu menjaga minat dan partisipasi anggotanya dengan menggelar berbagai acara dan menyediakan instruktur berkualifikasi tinggi serta fasilitas yang memadai. Semua ini mencerminkan komitmen mereka untuk mendukung gaya hidup sehat dan aktif di tengah masyarakat Bandung, serta menjadikan *Poundfit* sebagai salah satu pilihan olah raga yang diminati oleh banyak orang.

Perkembangan media yang pesat saat ini didorong oleh kemajuan teknologi, yang telah berdampak signifikan pada berbagai aspek. Kehadiran media modern memberikan kenyamanan bagi penggunaannya, untuk saat ini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Mulai dari hal-hal sederhana seperti berkomunikasi melalui pesan hingga mencari informasi, semuanya telah berubah. Sebagai bukti konkret, sebagian besar orang saat ini secara tidak langsung terlibat dalam aktivitas media dengan memanfaatkan berbagai platform yang tersedia. Hal ini menunjukkan betapa pesatnya perkembangan media saat ini, terutama dengan kemunculan media sosial sebagai salah satu contohnya.

Media sosial sebenarnya memiliki daya tarik tersendiri, sehingga orang-orang menghabiskan banyak waktu untuk menggunakannya. Pertumbuhan media sosial yang cepat bukan hanya terjadi di negara-negara maju saja, melainkan di negara-negara berkembang salah satunya seperti Indonesia yang di mana pengguna media sosial sangat banyak. Perkembangan yang cepat ini dapat menjadikan alternatif untuk tugas media massa tradisional dalam memublikasikan berita atau informasi. Menurut Gordon B. Davis (dalam Wahyono, T. 2004). Artinya informasi sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan nyata. Informasi sendiri merupakan sekumpulan pesan berupa masukan (input) atas kabar, fakta, dan data yang dapat disampaikan dalam beragam bentuk yang mengikuti teknologi informasi dan komunikasi. Bandung *Poundfit Community* memiliki beberapa cara untuk menginformasikan olah raga *poundfit*, Bandung *Poundfit Community* ini sering kali memposting kegiatan olahraga ini melalui media sosial mereka yaitu Instagram dan Tiktok.

Bandung *Poundfit Community* dalam mengadakan *event* selalu menggunakan area di berbagai daerah di Bandung. Mereka merencanakan dan melaksanakan acara-acara ini secara rutin, khususnya pada hari Sabtu dan Minggu. Ini adalah kesempatan yang dinanti-nanti oleh anggota komunitas dan peserta yang tertarik untuk bergabung dalam kegiatan ini. Salah satu hal yang menarik dari Bandung *Poundfit Community* adalah pilihan lokasi tempat mereka mengadakan *event*. Mereka seringkali memilih tempat yang memiliki area yang cukup luas

untuk menampung peserta, sehingga mereka dapat dengan nyaman berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Tempat-tempat ini bisa berupa ruangan *indoor* yang luas atau area *outdoor*, sesuai dengan jenis acara yang mereka selenggarakan. Kehadiran Bandung *Poundfit Community* dan kegiatan rutin yang mereka selenggarakan telah menjadi bagian penting dari kehidupan komunitas di Bandung. Dengan memilih lokasi yang tepat dan merencanakan event pada akhir pekan, mereka menciptakan lingkungan yang mendukung aktifitas kebugaran dan rekreasi bagi warga Bandung yang ingin tetap sehat dan aktif.

Dalam hal ini Bandung *Poundfit Community* termasuk kedalam kampanye sosial karena komunitas ini memiliki cara menginformasikan olah raga *poundfit* dengan cara bergabung dengan event yang diselenggarakan ada disetiap minggu nya. Menurut Antar Venus dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Meningkatkan Efektivitas Kampanye Komunikasi" (2012:9), kampanye sosial adalah tindakan komunikasi yang dilakukan secara resmi dan terstruktur. Biasanya, pelaksana kampanye bukanlah perorangan, tetapi lebih pada lembaga atau organisasi. Sumber lembaga ini bisa muncul dari sektor pemerintahan, sektor swasta atau kelompok masyarakat. Bandung *Poundfit Community* memiliki cara untuk mengenalkan olah raga *poundfit* salah satunya yaitu, dengan cara berkampanye kepada masyarakat yang belum mengenal olah raga *poundfit*. Komunitas ini berkolaborasi dengan beberapa produk diantaranya produk kecantikan dan produk kesehatan untuk meningkatkan keinginan kawula muda mengikuti olah raga serta menampilkan guest star seperti selebgram yang sedang digemari masyarakat luas.

Peran komunitas dalam mengkampanyekan olah raga *poundfit* mencerminkan prinsip-prinsip Islam yang mendorong aktivitas yang memberikan manfaat bagi kesehatan fisik. Dalam Al-Quran, Allah menyatakan dalam Surah Al-Baqarah (2:195), "Janganlah kamu merugikan dirimu sendiri dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik." *Poundfit* sebagai jenis olah raga yang menggabungkan gerakan seni dan ritme, dapat menjadi sarana bagi komunitas muslim untuk merawat kesehatan tubuh dan menunjukkan kepedulian terhadap kebugaran. Dengan mengkampanyekan olahraga ini, komunitas dapat menciptakan lingkungan sehat dan memotivasi anggotanya untuk menjalani hidup seimbang antara aspek kesehatan fisik dan spiritual, sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong pemeliharaan diri dan keseimbangan dalam kehidupan. Terlihat pada gambar di atas bahwa penggunaan hijab dalam *poundfit* ini tidak menghambat perempuan dalam melakukan aktivitas olah raga.

## **B. Metodologi Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (Lexy J.Moleong, 2014), penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang memiliki dasar ilmiah dan bertujuan untuk menginterpretasikan fenomena yang sedang terjadi. Pendekatan ini melibatkan sejumlah metode seperti wawancara, pengamatan, dan analisis berbagai dokumen. Menurut Kirk dan Miller, sebagaimana dijelaskan dalam buku Moleong, penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai jenis penelitian di mana tidak ada perhitungan yang terlibat dalam pelaksanaannya. Hal ini disebabkan oleh fokus pada aspek alamiah dan kualitatif dalam penelitian, yang berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan perhitungan dan angka sebagai dasar analisis.

Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif ini fokus utama tertuju pada konteks penelitian yang sesuai dengan realitas yang sedang diamati, sehingga menghasilkan informasi yang dapat dengan mudah dipahami dan menggambarkan fakta yang ada.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Komunitas Bandung Poundfit Community dalam Memperkenalkan Olah Raga Poundfit**

Pada awalnya, penyelenggaraan *event* Bandung *Poundfit Community* (BPC) terwujud melalui langkah inovatif yang mencakup kegiatan pertama di Saparua, diadakan secara rutin setiap bulan. Unikny, acara ini tidak hanya dijadwalkan secara berkala tetapi juga disajikan secara gratis, dengan pemberian alat-alat *Poundfit* tanpa biaya sewa. Pendekatan ini didasarkan pada keyakinan bahwa memberikan kesempatan kepada individu untuk mencoba olahraga tanpa biaya dapat

meningkatkan minat dan keterlibatan mereka dalam kegiatan tersebut. Alat-alat Poundfit yang disediakan secara gratis dianggap sebagai strategi promosi yang efektif, memungkinkan orang untuk merasakan Poundfit tanpa hambatan biaya sewa.

Dalam menganalisis perkembangan Bandung *Poundfit Community* (BPC), dapat diterapkan teori berpikir kelompok yang dikemukakan oleh Irvin L. Janis. Teori ini memberikan wawasan komprehensif tentang bagaimana suatu kelompok mengambil keputusan, memahami dinamika sosial, dan mengelola potensi konflik dalam proses pengambilan keputusan. Dengan memerinci hubungan antara perjalanan BPC dan konsep-konsep dalam teori berpikir kelompok, kita dapat menemukan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika komunitas ini. Melalui kajian ini, dapat terlihat bagaimana prinsip-prinsip teori berpikir kelompok dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembentukan serta keberlanjutan Bandung Poundfit Community.

Salah satu aspek yang dapat dianalisis adalah kohesivitas kelompok, yang menurut konsep ini mencerminkan tingkat keterikatan erat antaranggota kelompok yang dapat meningkatkan kinerja keseluruhan. Dalam hal ini, keputusan awal BPC untuk menyelenggarakan event bulanan secara gratis di Saparua merupakan langkah strategis yang bertujuan untuk menciptakan ikatan positif di antara anggota komunitas. Tindakan ini dapat dipahami sebagai usaha konkret untuk membangun kohesivitas, di mana anggota merasa terlibat dan memiliki kepentingan bersama dalam mempromosikan olah raga Poundfit.

Selanjutnya, kohesivitas dalam Bandung *Poundfit Community* juga tercermin melalui partisipasi aktif anggota dalam kegiatan rutin mingguan dan strategi promosi awal yang dirancang secara cermat. Melalui strategi ini, terbentuklah hubungan yang lebih erat di antara anggota kelompok, seiring dengan perasaan memiliki tujuan bersama dalam memperkenalkan dan mempertahankan olahraga *Poundfit* di masyarakat. Dengan adanya kegiatan rutin yang dijadwalkan secara mingguan, seperti pelatihan Poundfit, diskusi kelompok, atau bahkan acara sosial, anggota memiliki kesempatan untuk terlibat secara langsung dan memperkuat ikatan emosional di antara mereka.

Dalam konteks ini, hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa efektivitas strategi promosi awal tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah peserta, tetapi juga berkontribusi pada membangun rasa solidaritas di antara anggota Bandung *Poundfit Community*. Sebagai contoh, pelaksanaan program rutin mingguan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berlatih bersama, tetapi juga sebagai wadah untuk saling berinteraksi, berbagi pengalaman, dan memperkuat hubungan interpersonal di antara anggota komunitas.

Selain itu, upaya bersama dalam mencapai tujuan bersama, yaitu memperkenalkan olahraga *Poundfit* kepada masyarakat luas, menjadi pendorong utama kohesivitas dalam kelompok ini. Partisipasi aktif anggota dalam strategi promosi dan program rutin menunjukkan adanya komitmen kolektif untuk mengembangkan dan mempromosikan *Poundfit* sebagai pilihan gaya hidup sehat. Dengan demikian, kohesivitas dalam Bandung *Poundfit Community* bukan hanya menciptakan hubungan antaranggota yang kuat, tetapi juga memberikan landasan yang kokoh untuk mencapai tujuan bersama dalam memasyarakatkan olahraga Poundfit. Kegiatan khusus dan acara yang diadakan oleh BPC, seperti sesi Poundfit gratis setiap akhir pekan, menunjukkan kohesivitas melalui faktor interpersonal. Kelompok ini berusaha menciptakan interaksi positif antara anggotanya dan masyarakat umum, memperkuat hubungan interpersonal dalam kelompok serta dengan pihak eksternal.

Penerapan harga tiket masuk (HTM) seiring dengan pertumbuhan anggota Melalui pengambilan keputusan yang mencerminkan kohesivitas melalui faktor struktural, Bandung Poundfit Community menunjukkan dedikasi mereka untuk menjaga stabilitas dan keteraturan struktural kelompok. Keputusan ini bukan hanya merupakan langkah proaktif untuk memastikan ketersediaan sumber daya yang memadai guna mendukung kegiatan kelompok, tetapi juga mencerminkan perhatian yang serius terhadap pemeliharaan integritas internal kelompok.

Penggunaan media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai alat untuk mempromosikan Poundfit oleh Bandung Poundfit Community dapat dilihat sebagai upaya strategis untuk mempertahankan kohesivitas melalui faktor perasaan anggota dalam kelompok. Dengan berbagi pengalaman dan pencapaian melalui media sosial, komunitas ini tidak hanya

menciptakan ruang untuk membangun rasa identitas bersama, tetapi juga meningkatkan keterlibatan anggota dalam kelompok. Dengan demikian, strategi pemasaran melalui media sosial menjadi lebih dari sekadar alat promosi; melainkan menjadi sarana untuk memperkuat ikatan emosional dan sosial di antara anggota komunitas.

Sementara itu, konsep *groupthink* juga menarik untuk diterapkan dalam menganalisis pendekatan Bandung Poundfit Community terhadap promosi awal. Meskipun terdapat potensi risiko terkait dengan kecenderungan kelompok untuk menghindari konflik demi mencapai kesepakatan, langkah-langkah seperti promosi awal bisa diartikan sebagai tindakan proaktif untuk mengatasi ketidakpedulian anggota dan masyarakat terhadap Poundfit. Dalam konteks ini, *groupthink* tidak hanya memunculkan perhatian akan kemungkinan kebutaan kelompok, tetapi juga menyiratkan strategi adaptif yang dapat mengatasi tantangan dan memperluas jangkauan Poundfit.

Dengan demikian, menggabungkan teori berpikir kelompok dalam analisis Bandung Poundfit Community membuka jendela pada kompleksitas dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan dan strategi komunitas ini. Pemahaman mendalam terhadap kohesivitas, *groupthink*, dan konsep-konsep lainnya memberikan wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana Bandung Poundfit Community secara efektif mengelola proses pengambilan keputusan dan secara proaktif memperkenalkan Poundfit kepada masyarakat.

### **Bandung Poundfit Community Memanfaatkan Media Sosial sebagai Media Informasi**

Bandung *Poundfit Community* menjalankan strategi pemasaran yang sangat terfokus melalui platform media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai alat utama untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan dan eksistensi mereka. Penggunaan aktif kedua platform ini telah membawa keuntungan signifikan bagi komunitas, terutama dalam hal menarik perhatian berbagai brand dan tempat yang tertarik untuk berkolaborasi. Hasil wawancara dengan perwakilan komunitas mengungkapkan bahwa popularitas yang dimiliki oleh Instagram dan TikTok sangat berkontribusi dalam menjangkau berbagai kalangan penonton, sehingga memberikan peluang untuk menjalin kemitraan yang salut.

Meskipun Bandung *Poundfit Community* secara konsisten memanfaatkan kedua platform tersebut, Instagram dianggap sebagai pilihan utama dalam menyampaikan beragam informasi melalui kontennya. Keputusan ini tidak hanya didasarkan pada luasnya cakupan pengguna Instagram, tetapi juga pada kemudahan penggunaan platform tersebut. Dalam proses pemilihan platform utama, komunitas ini melakukan pertimbangan matang terhadap berbagai opsi media sosial yang ada. Pemilihan Instagram sebagai platform utama dikarenakan kesadaran akan perubahan cepat dalam perkembangan teknologi, sehingga Instagram dianggap sebagai pilihan yang relevan dan efektif untuk menyampaikan informasi terkini kepada audiens mereka.

Adapun *Poundfit Community* terus beradaptasi dengan kemajuan zaman, mengoptimalkan berbagai media sosial, dan mempertahankan fokus pada Instagram sebagai salah satu saluran utama. Dengan memanfaatkan daya tarik visual dan informasional dari e-flyer berisi informasi terkait Poundfit serta konten-konten yang memperlihatkan kegiatan olah raga Poundfit, mereka berhasil mencapai visibilitas yang lebih tinggi. Pentingnya visual dan daya tarik konten tercermin dalam penempatan khusus di TikTok, dimana platform tersebut memungkinkan konten Poundfit masuk ke "*For You Page*" (fyp) tanpa perlu di-follow terlebih dahulu, membuka peluang lebih besar untuk menjangkau audiens baru dan mendukung pertumbuhan komunitas secara signifikan.

Dalam teori *new media*, Pierre Levy, sebagaimana dikemukakan oleh Salomon (2018), menghadirkan dua pandangan kritis yang membahas transformasi media dari era konvensional menuju era digital.

1. Pertama-tama, melalui pandangan interaksi sosial, Levy membedakan media berdasarkan tingkat kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Dalam perspektif ini, World Wide Web (WWW) dianggap sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, menciptakan ruang partisipatif yang memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan baru dan aktif berpartisipasi dalam dunia demokratis. Terkait dengan temuan penelitian, Bandung Poundfit Community, dengan

membagikan informasi melalui platform Instagram, menunjukkan sifat terbuka dan fleksibel dari kontennya, yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Dengan demikian, informasi yang disampaikan oleh komunitas ini dianggap tidak hanya untuk konsumsi internal pengikut, tetapi juga membuka peluang bagi masyarakat luas untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru.

2. Pandangan kedua yang diusung oleh Levy adalah pandangan integrasi sosial, yang menandakan bahwa media tidak hanya sekadar alat untuk menyampaikan informasi, interaksi, atau penyebaran, tetapi juga merupakan bagian dari ritual atau cara manusia menggunakan media untuk menciptakan masyarakat. Media, dalam konteks ini, dianggap sebagai lebih dari sekadar sarana informasi atau alat untuk memenuhi kepentingan pribadi, melainkan sebagai elemen yang mempersatukan kita dalam berbagai bentuk masyarakat dan membentuk rasa saling memiliki. Secara paralel, Bandung Poundfit Community memandang penyampaian informasi melalui platform media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai alat yang lebih dari sekadar memberikan informasi, melainkan sebagai sarana efektif yang dapat membentuk dan menyatukan komunitas. Dalam pandangan ini, peran media tidak hanya terbatas pada fungsi informatif, melainkan juga sebagai katalisator dalam pembentukan dan pemersatu komunitas.

Dengan memahami peran media sebagai wadah interaksi sosial dan pengintegrasian dalam masyarakat, Bandung Poundfit Community tidak hanya memandang informasi sebagai sekadar pengetahuan yang disampaikan, tetapi juga sebagai elemen yang berperan dalam membentuk identitas dan kohesivitas komunitas. Penyampaian informasi yang informatif, menarik, dan responsif melalui media sosial bukan hanya bertujuan untuk memberikan wawasan, tetapi juga untuk menciptakan ikatan emosional dan interaksi timbal balik yang memperkaya perspektif dan pemahaman pengguna terhadap berbagai topik yang dibahas oleh komunitas ini. Dengan demikian, melalui pendekatan ini, Bandung Poundfit Community berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat yang lebih dari sekadar menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai sarana yang membangun dan menyatukan komunitas dalam era digital.

Strategi khusus yang telah diadopsi oleh Bandung *Poundfit Community* untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui media sosial membentuk suatu pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai aspek. Dengan berfokus pada penyusunan konten kreatif, *Poundfit Community* tidak hanya mengejar visibilitas, tetapi juga menciptakan narasi yang menarik untuk memotivasi dan membangkitkan minat pengikut mereka. Tak hanya itu, optimalisasi penggunaan hashtag menjadi salah satu pilar strategis, memastikan bahwa setiap unggahan mereka dapat dijangkau oleh khalayak yang lebih luas melalui pencarian dan tren tertentu.

*Poundfit Community* juga menjalankan kolaborasi dengan influencer lokal, memanfaatkan jaringan ini untuk memperluas cakupan dan mendapatkan dukungan dari segmen masyarakat yang lebih besar. Kolaborasi ini bukan hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga menciptakan keberagaman dalam narasi dan perspektif yang disampaikan kepada pengikut mereka. Selain itu, pelaksanaan kegiatan partisipatif, seperti tantangan atau kompetisi yang melibatkan pengikut, menjadi instrumen penting untuk menciptakan interaksi aktif dan membangun ikatan yang lebih erat dalam komunitas.

Ketika berbicara tentang respons terhadap umpan balik dan pertanyaan dari pengguna media sosial, Bandung *Poundfit Community* menunjukkan komitmen yang kuat. Dengan adanya admin di setiap platform, mereka menjaga komunikasi yang baik dengan anggota komunitasnya. Menegaskan bahwa setiap pertanyaan, kritik, atau saran dijawab oleh admin yang bertanggung jawab pada platform tertentu, *Poundfit Community* menunjukkan dedikasi untuk memelihara hubungan yang positif dan responsif. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengikut, tetapi juga menciptakan atmosfer yang inklusif dan mendukung.

Dengan menggabungkan semua elemen ini, Bandung *Poundfit Community* berhasil menciptakan ekosistem media sosial yang dinamis, beragam, dan responsif. Strategi mereka bukan hanya menghasilkan keberhasilan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat, tetapi

juga membentuk identitas yang kuat dan positif bagi komunitas mereka dalam ranah digital.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, dan pembahasan dari penelitian yang berjudul Peranan Komunitas Dalam Mengkampanyekan Olah Raga *Poundfit* Pada Masyarakat, dapat disimpulkan:

1. Bandung Poundfit Community merupakan sebuah event yang pertama kali di Sagarua dengan jangka waktu sebulan sekali, lalu komunitas ini alat secara gratis sebagai strategi promosi untuk memperkenalkan Poundfit kepada masyarakat. Konsep ini dianggap sebagai langkah awal yang efektif untuk menarik perhatian dan minat, karena masyarakat ingin mencoba tanpa harus membayar. Pendekatan ini membantu dalam membangun kesadaran minat awal terhadap olah raga Poundfit di kalangan masyarakat, dan juga memberikan pengalaman gratis kepada peserta pada tahap awal, serta komunitas ini menciptakan momentum positif yang mendukung partisipasi berkelanjutan dalam kegiatan olah raga ini. Untuk memastikan Poundfit tetap dikenal oleh masyarakat, komunitas ini mengoptimalkan diri dengan mengadakan program mingguan.
2. Dengan kehadiran media sosial, Bandung *Poundfit Community* berhasil membangun komunitas yang lebih besar dengan menarik anggota lainnya. Penggunaan Instagram dan TikTok tidak hanya memperluas jangkauan komunitas, tetapi juga memberikan dampak positif pada pertumbuhan kesadaran masyarakat terhadap olah raga *Poundfit*. Meskipun terdapat perbedaan dalam penerimaan informasi antara anggota yang aktif dan tidak aktif di media sosial, upaya terus dilakukan untuk meminimalkan potensi miskomunikasi. Dalam menjaga konsistensi dan kredibilitas informasi, Bandung *Poundfit Community* mengelola berbagai platform media sosial, grup WhatsApp, dan website. Dengan demikian, mereka menyampaikan informasi dengan cara yang terintegrasi dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap dapat diandalkan oleh masyarakat.

#### Acknowledge

Dengan kerendahan hati, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, keluarga serta sahabat-sahabat peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan serta dorongan semangat dalam proses penyelesaian penelitian ini.
2. Prof. Ike Junita Triwardhani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing, di tengah kesibukannya berkenan meluangkan waktu, memberikan sumbangan tenaga dan pikirannya dalam proses penyelesaian penelitian ini.
3. Seluruh dosen beserta staf dan jajaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas semua dedikasi dalam mendidik dan memberikan bekal dengan ilmu yang bermanfaat.

#### Daftar Pustaka

- [1] Antar, V. (2004). *Manajemen Kampanye: Panduan Teori dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (1st ed.). Simbiosia Rekatama Media.
- [2] Bandungpoundcommunity. <https://bandungpoundcommunity.id/> Diakses pada tanggal 17 September 2023.
- [3] Moleong, lexy J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.
- [5] Wahyono, T. (2004). *Sistem informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] M. R. A. Siregar, A. S. Salsabila, S. H. Mutmainah, and K. W. Inzaghi, "Memahami Perilaku Generasi Z di Kedai Kopi Bogor Timur," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 1–6, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.1720.
- [7] R. A. Putra and Doddy Iskandar, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 141–148, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3128. N. M. Cahyani and W. A. Wiksana, "Makna Tanda Kerja Keras pada Iklan Layanan Masyarakat," *PERSON: PERSPECTIVES IN COMMUNICATION*, vol. 1, no. 1, 2023.