BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Olahraga lari mengalami transformasi yang sangat nyata dalam satu tahun terakhir di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda yang sudah tidak bisa dilepaskan dari media sosial sebagai bagian dari kesehariannya.[1] Satu tahun sebelumnya olahraga lari murni soal kesehatan tubuh, kini aktivitas itu sudah berkembang menjadi gaya hidup, arena ekspresi diri, dan ruang sosial dengan kode tersendiri.[2] Persimpangan inilah fenomena yang populer disebut sebagai "pelari kalcer" tumbuh dan berkembang, bukan sekadar sebagai tren sesaat, melainkan sebagai gejala sosial yang layak untuk dikaji secara serius dan mendalam.[3] Pelari kalcer bukan hanya soal rajin berlari, tapi juga seseorang menampilkan dirinya secara visual di ruang publik. Fenomena ini menarik karena memperlihatkan objek material bisa bergeser dari fungsi fisik menuju fungsi identitas.

Istilah "kalcer" sendiri merupakan bahasa gaul di kalangan Generasi Z yang merupakan plesetan dari kata "*culture*", dan telah dipakai lintas konteks di media sosial sebelum dikaitkan dengan aktivitas lari, sehingga tidak dapat ditelusuri pada satu pencetus tunggal.[4] Viralnya label pelari kalcer

[1] Katon Prayogi, "Tren Lari 2026 Jadi Gaya Hidup Anak Muda," *Rri.Co.Id*, 2026.

[2] Manurung Adithya dkk., "Pelari Kalcer: Antara Identitas, Eksistensi, Dan Gaya Hidup," *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner* 04, no. 01 (2025): 693–702.

[3] Manurung Aditya dkk., "Pelari Kalcer: Antara Identitas, Eksistensi, Dan Gaya Hidup."

[4] Aidha Fakhriyyah Asmay Aidha and Bagus Wahyu Setyawan, "Penggunaan Makna Konotasi Dan Lanskap BahasaGaul Di Era Gen Z: Perspektif Morfologi," *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Satra (SEMANTIKS)*, 2024.

sebagai sebuah fenomena yang dikenal luas dapat ditelusuri pada titik asal yang jelas, yaitu lagu berjudul "Pelari Kalcer" yang dibawakan oleh Sastra Silalahi berkolaborasi dengan Mamang Kesbor, ditulis oleh Sastra Silalahi dan Hazein Mardial yang dirilis pada 31 Agustus 2025. Lagu tersebut kemudian menjadi viral di *platform* TikTok dan banyak digunakan sebagai musik latar unggahan para pelari, sehingga ikut mempercepat pelekatan label "pelari kalcer" pada fenomena sosial yang lebih luas di kalangan komunitas lari di Indonesia.

Konteks komunitas lari, pelari kalcer bukan sekadar merujuk pada kemampuan fisik berlari, melainkan lebih spesifik pada mereka yang secara serius memperhatikan aspek visual penampilan di ruang publik dari mulai pilihan merek sepatu, koherensi warna antara *jersey* dan celana, aksesori seperti *smartwatch* dan kacamata lari, hingga *earphone* yang dikenakan selama sesi berlangsung. Manurung dkk. menemukan bahwa fenomena pelari kalcer di Indonesia merepresentasikan perpaduan yang kompleks antara aktivitas fisik dan budaya populer, dimana identitas seseorang tidak hanya dibentuk oleh prestasi larinya melainkan juga cara menampilkan diri secara visual di hadapan komunitas.[5]

Partisipasi komunitas lari di seluruh dunia pada 2024 naik hingga 59%, sementara di Indonesia sendiri mencapai 83%. Data ini disusun oleh Strava dengan menghimpun miliaran data aktivitas.[6] Perkembangan itu sangat

[5] Manurung Adithya dkk., "Pelari Kalcer: Antara Identitas, Eksistensi, Dan Gaya Hidup"

[6] Anshar Dwi Wibowo, "Laporan Terbaru Strava:Aktivitas Olahraga Bukan Lagi Tentang Burning Out," *Katadata.Co.Id*, 2024.

erat dan saling berkaitan dengan meningkatnya perkembangan media sosial, terutama Instagram, TikTok, dan Strava, sebagai platform utama dimana identitas gaya hidup dikonstruksi, ditampilkan, dan dikonsumsi. Soraya mencatat bahwa aplikasi seperti Strava bukan sekadar alat pelacak aktivitas fisik, melainkan sudah bertransformasi menjadi platform identitas dimana pelari mengonstruksi citra diri melalui data lari yang mereka bagikan kepada komunitas.[7] Ekosistem digital yang saling terhubung ini, batas antara berlari sebagai latihan fisik dan berlari sebagai pertunjukan identitas menjadi semakin kabur dan sulit ditarik secara tegas, serta komunitas pelari kalcer berada tepat di persimpangan kedua dimensi yang saling bertumpang tindih tersebut.

Pelari kalcer tidak berdiri sendiri sebagai gejala lokal Tulungagung, melainkan telah lebih dulu menjadi sorotan di kota-kota besar Indonesia. Liputan media memperlihatkan bahwa di Jakarta, Bandung, dan Surabaya, aktivitas lari tidak sekedar soal kebugaran tubuh, melainkan telah bergeser menjadi ajang tampilan dan eksistenti sosial yang turut menghadirkan tekanan gaya hidup konsumtif tersendiri.[8] Pola serupa terekam secara lebih konkret di Bandung, dimana pertumbuhan komunitas-komunitas pelari kalcer seperti, Babaturun, Tawarun, dan Tiba-Tiba Lari berjalan beriringan dengan ramainya konten kalcer di media sosial.[9] Kota-kota berskala menengah seperti Solo,

[7] Soraya, Iin, Herman, dan Laurensia Retno. "Self Identity Pelari Kalcer Gen Z melalui Aplikasi Strava." *Jurnal Cyber PR* 5, No. 2, 2025.

[8] Nevenia, "Fenomena Pelari Kalcer: Ketika Lari Jadi Gaya Hidup Digital Dan Estetis," *Portaljtv.Com*, 2025.

[9] Iman Herdiana, "Lari Dulu, Uploud Nanti: Bagaimana Komunitas-Komunitas Di Bandung Menggelinding Di Tengah Fenomena Pelari Kalcer," *BandungBergerak.Id*, 2025.

Semarang, Yogyakarta, dan Denpasar, gejala yang sama turut berkembang, memperlihatkan bahwa pelari kalcer bukan sekedar tren sesaat kota metropolitan, melainkan pergeseran budaya olahraga yang meluas secara nasional.[10]

Tulungagung sebagai sebuah kabupaten di Jawa Timur dengan dinamika sosial dan budaya yang khas tidak luput dari perkembangan ini. Komunitas pelari kalcer di Tulungagung tumbuh secara organik dalam beberapa tahun terakhir, dengan partisipasi pelari yang tergabung ke dalam komunitas diperkirakan meningkat hingga 70% dibandingkan periode sebelumnya. Pertumbuhan ini melahirkan sejumlah komunitas dengan skala yang beragam, mulai dari yang berukuran kecil seperti Seger Waras Gang dengan 6 anggota yang baru terbentuk pada tahun 2025, komunitas berskala menengah seperti Hamel Runners yang beranggotakan sekitar 40 orang sejak tahun 2023, hingga komunitas besar seperti Friday Running yang telah menghimpun 1.024 anggota sejak tahun 2023, berkumpul di ruang-ruang publik seperti area sekitar alun-alun kota dan taman-taman yang biasa digunakan sebagai rute lari pada pagi hari akhir pekan, dan membentuk jaringan sosial yang cukup kohesif.

Keunikan fenomena pelari kalcer di Tulungagung terletak pada strategi adaptasi lokal yang berbeda dari kota-kota besar. Komunitas lari di Tulungagung mengembangkan kreativitas *mix and match* dengan produk

[10] Adinda Wardani, "Fenomena Lari Kalcer: Antara Gaya Hidup Sehat Dan Pencitraan Urban," *Mettanews.Id*, 2025.

lokal. Sari dan Permana menemukan bahwa dalam konteks komunitas olahraga di perkotaan, pilihan *sportswear* secara langsung memengaruhi seseorang dipersepsikan kapabilitasnya dan posisi sosialnya di dalam komunitas, jauh melampaui fungsi teknisnya.[11] Ini adalah gejala sosiologis yang sangat relevan untuk dikaji melalui Ini adalah gejala yang sangat relevan untuk dikaji melalui *Communication Theory of Identity* (CTI) yang dikembangkan oleh Michael Hecht, karena memperlihatkan secara konkret bagaimana outfit berfungsi sebagai lapisan *enacted* (*enacted layer*) dari identitas, yaitu identitas yang dikomunikasikan dan ditampilkan lewat simbol serta pesan nonverbal kepada orang lain, bukan sekadar berada dalam pikiran individu semata.

Meskipun fenomena komunitas lari berbasis gaya hidup sudah mulai mendapat perhatian dari beberapa peneliti dalam beberapa tahun terakhir, seperti penelitian Harliawan, Sudirman, dan Abbas di Sulawesi Selatan, [12] Sari dan Permana di Kota Bandung,[13] serta Hafizh, Asriwandari, dan Hindir di Kota Pekanbaru,[14] kajian yang secara spesifik memosisikan outfit sebagai identitas dan menelusuri bagaimana identitas tersebut dikomunikasikan melalui lapisan-lapisan identitas sebagaimana dirumuskan dalam

[11] Sari Dinita Puspita dan Permana Agung, "Peranan Fashion sebagai Media Komunikasi pada Aktivitas Olahraga Lari Generasi Z di Kota Bandung," Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial 5, no. 2 (2024): 1116.

[12] Muhammad Harliawa dkk., "Analisis Budaya Konsumtif Running Gears Pada Anggota Komunitas Lari Di Sulawesi Selatan," *Journal Homepage : Jurnal Performa Olahraga*, vol. 08 (Makasar, 2023), http://performa.ppj.unp.ac.id/index.php/kepel.

[13] Sari Dinita Puspita dan Permana Agung, "Peranan Fashion sebagai Media Komunikasi pada Aktivitas Olahraga Lari Generasi Z di Kota Bandung,"

[14] Abdul Hafizh dkk., "Perilaku Konsumtif Sebagai Sebuah Gaya Hidup: Studi Komunitas Lari LibuRUN Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 5 (2022).

Communication Theory of Identity dalam komunitas pelari kalcer di konteks kota kecil dan menengah seperti Tulungagung masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian yang ada masih berfokus pada aspek konsumsi dan gaya hidup semata. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menggunakan *Communication Theory of Identity* (CTI), yang memungkinkan analisis berlapis terhadap bagaimana *outfit* dikonstruksi, ditampilkan, dinegosiasikan, dan diinternalisasi sebagai identitas oleh para aktor sosial dalam komunitas pelari kalcer Tulungagung.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana outfit dimaknai dan dikomunikasikan sebagai identitas di dalam komunitas lari kalcer di Tulungagung?
2. Bagaimana penampilan dan negosiasi outfit sebagai identitas relasional pelari kalcer di komunitas lari Tulungagung?
3. Bagaimana pengukuhan outfit sebagai identitas komunal pelari kalcer di komunitas lari Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pemaknaan serta proses komunikasi outfit sebagai identitas di dalam komunitas lari kalcer di Tulungagung.
2. Menganalisis penampilan dan negosiasi outfit sebagai identitas relasional pelari kalcer di komunitas lari Tulungagung.
3. Menganalisis pengukuhan outfit sebagai identitas komunal pelari kalcer di komunitas lari Tulungagung

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi identitas, dengan memberikan bukti empiris mengenai penerapan Communication Theory of Identity (CTI) pada konteks yang relatif baru, yaitu komunitas olahraga lari berbasis gaya hidup di kota kecil dan menengah seperti Tulungagung. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam memahami bagaimana objek material nonverbal, dalam hal ini outfit lari, dapat berfungsi sebagai lapisan enacted identity, sehingga turut memperluas pemahaman tentang relasi antara budaya material dan komunikasi identitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan maupun bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena identitas dalam komunitas olahraga atau komunitas gaya hidup lain, khususnya yang menggunakan pendekatan Communication Theory of Identity.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi komunitas lari di Tulungagung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran reflektif mengenai dinamika sosial dan proses komunikasi identitas yang berlangsung di dalam komunitas mereka, khususnya yang berkaitan

dengan praktik penampilan outfit sebagai bentuk ekspresi diri. Bagi individu pelari kalcer, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi mengenai bagaimana pilihan outfit dan penampilan diri turut memengaruhi cara mereka dipersepsikan serta diterima dalam relasi sosial di dalam komunitas. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pembanding dalam mengembangkan penelitian lain yang relevan dengan topik komunikasi identitas, budaya populer, maupun fenomena gaya hidup dalam komunitas olahraga. Adapun bagi pembaca secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana fenomena sosial yang tampak sederhana, seperti tren berlari, dapat dianalisis secara mendalam melalui perspektif ilmu komunikasi.

E. Penegasan Istilah

1. Pelari Kalcer

Penelitian ini, pelari kalcer merujuk pada individu yang secara aktif terlibat dalam aktivitas lari dan sekaligus memperhatikan secara serius aspek estetika serta visual dari penampilan mereka dalam konteks komunitas lari. Kata "kalcer" berasal dari kata bahasa Inggris *culture* yang dalam bahasa gaul generasi muda Indonesia bermakna modis, trendi, dan memiliki kepekaan estetika terhadap hal yang sedang berkembang. Pelari kalcer tidak merujuk pada tingkat kemampuan fisik berlari seseorang, melainkan pada orientasi gaya hidup yang

menempatkan penampilan visual sebagai komponen yang tidak terpisahkan dari identitas sebagai anggota komunitas lari.

2. Outfit Lari

Outfit lari dalam penelitian ini merujuk pada keseluruhan pilihan pakaian dan perlengkapan yang dikenakan pelari kalcer saat berlari mencakup jersey, celana, dan koherensi warna yang berfungsi sebagai medium penyampaian identitas, bukan sekadar perlengkapan fungsional. Dalam perspektif Hecht, identitas bersifat komunikatif: ia tidak semata dimiliki secara internal, melainkan diciptakan, ditampilkan, dan dipertukarkan melalui tindakan dan simbol yang dapat diamati, termasuk cara berpakaian.[15]

3. Komunikasi Identitas

Komunikasi identitas adalah empat perspektif yang saling melengkapi untuk memahami identitas: personal frame (identitas sebagai konsep diri, perasaan, dan pengetahuan tentang diri sendiri), enacted frame (identitas yang ditampilkan lewat tindakan dan komunikasi, termasuk cara berpakaian), relational frame (identitas yang terbentuk dan dinegosiasikan dalam relasi dengan orang lain), dan communal frame (identitas yang dimiliki bersama oleh suatu kelompok atau komunitas).[16]

---

[15]Michael L. Hecht, Mary Jane Collier, dan Sidney A. Ribeau, African American Communication: Ethnic Identity and Cultural Interpretation (Newbury Park, CA: Sage, 1993), 26–28.

[16]Michael L. Hecht dan Kaitlin E. Phillips, "Communication Theory of Identity," dalam Engaging Theories in Interpersonal Communication: Multiple Perspectives, ed. Dawn O. Braithwaite dan Paul Schrodt, 3rd ed. (New York: Routledge, 2021), bab 20.

4. Habitus

Habitus dalam penelitian ini mengikuti konseptualisasi Bourdieu sebagai sistem disposisi yang terinternalisasi secara sosial, mencakup cara berpikir, cara merasa, dan cara bertindak yang merupakan produk dari posisi individu dalam struktur sosial serta dari sejarah panjang partisipasinya dalam suatu ranah kehidupan tertentu.[17] Dalam konteks komunitas pelari kalcer, *habitus* menjelaskan mengapa kepekaan terhadap kode estetika komunitas terasa seperti "selera alami" padahal sesungguhnya ia adalah produk dari sosialisasi yang panjang.

5. Solidaritas Kelompok

Solidaritas kelompok dalam penelitian ini merujuk pada ikatan sosial yang dirasakan secara kolektif oleh anggota komunitas pelari kalcer, yang termanifestasi dalam rasa "satu frekuensi" sebagai perasaan kesamaan identitas yang cukup kuat untuk memungkinkan dua orang asing merasa saling terhubung hanya karena berbagi sistem simbol yang sama, serta dalam kecenderungan untuk mengembangkan relasi sosial yang melampaui aktivitas berlari itu sendiri.

F. Kajian Teori

1. Teori Komunikasi Identitas

Teori Komunikasi Identitas atau Communication Theory of Identity (CTI) dikembangkan oleh Michael Hecht bersama koleganya

[17] Pierre Bourdieu, The Logic of Practice, trans. Richard Nice (Stanford: Stanford University Press, 1990), 52–65.

sejak akhir 1980-an sebagai respons terhadap pandangan identitas yang terlalu memusatkan diri pada "self" yang tunggal dan statis. CTI menegaskan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang hidupnya berputar pada komunikasi, relasi, dan komunitas, sehingga identitas semestinya dipahami sebagai sesuatu yang majemuk, berlapis, dan senantiasa bergeser, bukan entitas tunggal yang tetap.[18]

Proposisi utama CTI adalah bahwa komunikasi merupakan identitas, dan identitas merupakan komunikasi: identitas tidak semata dimiliki secara internal, melainkan diciptakan, diekspresikan, dan dipertukarkan melalui proses komunikasi. Hecht merumuskan empat lapisan (*frame*) identitas yang saling berkelindan (interpenetrating): personal, *enacted*, *relational*, dan *communal*.[19]

Personal *frame* memandang identitas sebagai konsep diri perasaan, pengetahuan diri, atau kesadaran spiritual tentang siapa diri seseorang. Diterapkan pada penelitian ini, personal *frame* menjelaskan bagaimana pelari kalcer memaknai *outfit* yang mereka kenakan sebagai bagian dari citra diri, bukan sekadar perlengkapan fungsional.

Enacted frame menunjukkan bahwa identitas dikomunikasikan secara sadar maupun tidak sadar melalui tindakan saat

[18]Encyclopedia of Communication Theory, s.v. "Communication Theory of Identity," ed. Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss (Thousand Oaks, CA: Sage, 2009), 139–140.
[19]Hecht, "A Research Odyssey," 76–82.

berinteraksi kita "memerankan" siapa diri kita ketika berbicara dan bertindak, termasuk lewat cara berpakaian dan tampil di ruang publik.[20]

Relational frame memandang identitas sebagai produk bersama yang dinegosiasikan dalam relasi dengan orang lain diterapkan pada penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana pengakuan atas *outfit* seseorang sebagai "satu frekuensi" terbentuk lewat interaksi timbal balik antar pelari, bukan penilaian sepihak.

Communal frame memahami identitas sebagai sesuatu yang muncul dari kelompok dan jejaring sosial, menjadi elemen sentral yang mempersatukan anggotanya. Keempat *frame* ini saling berkelindan: cara seseorang memandang dirinya (personal) dibentuk sebagian oleh bagaimana ia mencoba tampil (*enacted*) dalam relasi dengan orang lain (*relational*), yang sebagian didasarkan pada perilaku yang diharapkan dari kelompok tempat ia merasa menjadi bagian (*communal*).[21]

Konteks penelitian ini, keempat *frame* tersebut memberi kerangka untuk membaca *outfit* pelari kalcer bukan sekadar sebagai objek bermakna yang disepakati lewat interaksi, melainkan sebagai medium sekaligus hasil dari proses komunikasi berlapis: dari cara pelari memaknai outfitnya sendiri (personal), menampilkannya di ruang publik (*enacted*), dinegosiasikan lewat interaksi dengan sesama pelari

[20]Spotlight on Scholars, "Michael L. Hecht," dalam Oxford University Press Companion Website, https://global.oup.com/us/companion.websites/9780199836888/student/ch2/scholars/.
[21]Hecht dan Phillips, "Communication Theory of Identity"; lih. juga Michael L. Hecht, Jennifer R. Warren, Eura Jung, dan Janice L. Krieger, "The Communication Theory of Identity: Development, Theoretical Perspective, and Future Directions," dalam Theorizing About Intercultural Communication, ed. William B. Gudykunst (Thousand Oaks, CA: Sage, 2005), 257–278.

(*relational*), hingga dikukuhkan sebagai identitas bersama komunitas (*communal*).

2. Konsep Habitus, Field, dan Symbolic Violence

Pierre Bourdieu adalah sosiolog Prancis yang dikenal karena kemampuannya menjembatani perdebatan klasik antara struktur dan agen dalam ilmu sosial. Alih-alih memilih salah satu kutub antara kutub objektifisme (sturktur sosial) dan kutub subjektifisme (tindakan individu), Bourdieu mengembangkan kerangka konseptual yang berusaha menjelaskan bagaimana struktur sosial dan tindakan individu saling membentuk satu sama lain secara terus-menerus. Tiga konsep utama Bourdieu yang relevan dengan penelitian ini adalah *habitus* (modal), *field* (ranah), dan *symbolic violence* (kekerasan simbolik), yang ketiganya tidak dapat dipahami secara terpisah satu sama lain karena bekerja sebagai satu sistem yang saling berhubungan.

Habitus didefinisikan Bourdieu sebagai mekanisme yang bertahan lama dan dapat dipindah tangan-kan, yang dihasilkan oleh kondisi-kondisi eksistensi tertentu, yang cenderung menghasilkan dan mereproduksi praktik-praktik serta persepsi-persepsi yang sesuai dengan kondisi tersebut.[22] Lebih sederhana, *habitus* adalah seperangkat cara berpikir, cara merasa, cara menilai, dan cara bertindak yang sudah tertanam sangat dalam pada diri seseorang melalui pengalaman sosialnya dari waktu ke waktu, sehingga *habitus* terasa seperti "selera

[22] Bourdieu, *The Logic of Practice*, 52–65.

alami" atau insting, padahal sesungguhnya ia adalah produk dari proses sosialisasi yang sangat spesifik. *Habitus* tidak bekerja di level kesadaran penuh, ia beroperasi di bawah ambang kesadaran sebagai peta orientasi yang memandu individu dalam menavigasi dunia sosialnya tanpa perlu terus-menerus berpikir atau menghitung.

Konteks komunitas pelari kalcer, *habitus* menjelaskan alasan anggota komunitas yang sudah cukup lama berpartisipasi mampu mengenali sesama pelari kalcer hanya dari sekilas pandang, tanpa perlu melakukan analisis sadar yang panjang. Kepekaan terhadap detail-detail visual seperti jenis bahan *jersey*, cara memadukan warna, atau merek *smartwatch* yang dikenakan bukanlah kemampuan bawaan, melainkan disposisi yang terbentuk secara perlahan melalui partisipasi berulang dalam komunitas. Sebaliknya, anggota baru yang belum memiliki *habitus* komunitas yang cukup kuat akan merasa canggung, tidak yakin, dan sering kali membuat pilihan yang kurang tepat karena mereka belum menginternalisasi kode estetika komunitas secara mendalam.

Konsep *field* atau ranah merujuk pada arena sosial yang terstruktur dimana para agen bersaing untuk memperebutkan bentuk-bentuk kapital yang bernilai dalam ranah tersebut. Setiap *field* memiliki logika internalnya sendiri, aturan mainnya sendiri, dan bentuk kapital yang diakui sebagai sumber kekuasaan di dalamnya. Komunitas pelari kalcer di Tulungagung dapat dipahami sebagai sebuah *field* dalam pengertian Bourdieu, sebuah arena sosial dengan hierarki internal yang

terstruktur, dimana para anggota bersaing secara implisit untuk memperoleh pengakuan, legitimasi, dan posisi sosial melalui penguasaan kode estetika yang berlaku. Kapital yang bernilai dalam *field* ini bukan semata-mata kapital ekonomi berupa harga sepatu atau aksesori, melainkan lebih tepatnya kapital simbolik berupa kepekaan estetika, konsistensi penampilan, dan kemampuan melakukan *mix and match* yang kreatif sesuai kode komunitas.

Konsep *symbolic violence* Bourdieu menjelaskan dominasi sosial dapat berlangsung tanpa paksaan fisik apapun dan bahkan tanpa disadari oleh pihak-pihak yang terlibat, baik yang mendominasi maupun yang terdominasi.[23] Kekerasan simbolik bekerja melalui internalisasi kategori-kategori penilaian oleh pihak yang terdominasi sedemikian rupa sehingga tekanan struktural terasa seperti pilihan bebas yang lahir dari kesadaran dan keinginan sendiri. Mereka yang terdominasi tidak merasa dipaksa karena mereka sendiri sudah mengadopsi sudut pandang dan standar yang menguntungkan pihak yang mendominasi sebagai sudut pandang yang "normal" dan "alami." Mekanisme ini bekerja pada komunitas pelari kalcer ketika anggota yang merasa penampilannya belum memenuhi standar komunitas secara sukarela menghindar dari ruang publik, merasa malu berinteraksi, atau terdorong menghabiskan uang yang sebenarnya tidak mencukupi untuk membeli aksesoris.

[23] Bourdieu, *The Logic of Practice*, 165–175.

G. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian berjudul "Pelari Kalcer: Antara Identitas, Eksistensi, dan Gaya Hidup" oleh Aditya Yohanner Manurung, dkk. yang diterbitkan dalam JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner mengkaji fenomena pelari kalcer dari perspektif sosiologi gaya hidup.[24] Temuan utamanya adalah bahwa atribut olahraga dalam komunitas lari Indonesia kontemporer sudah bertransformasi dari benda fungsional menjadi tanda yang dikonsumsi demi prestise dan pengakuan sosial, dan identitas "kalcer" dibangun secara simultan melalui praktik fisik berlari sekaligus praktik konsumsi visual yang saling memperkuat. Relevansi terhadap penelitian ini sangat langsung karena keduanya mengkaji subjek yang sama, dengan perbedaan bahwa penelitian ini menggali lebih dalam aspek komunikasi nonverbal dan mekanisme pembentukan solidaritas yang tidak dibahas secara mendalam oleh Manurung dkk.
2. Penelitian berjudul "Analisis Budaya Konsumtif Running Gears pada Anggota Komunitas Lari di Sulawesi Selatan" oleh Muhammad Harliawan, dkk. yang diterbitkan dalam Jurnal Performa Olahraga. Mengkaji pola konsumsi perlengkapan lari dalam komunitas lari di Sulawesi Selatan.[25] Penelitian ini menemukan adanya kecenderungan konsumsi yang melampaui kebutuhan fungsional dan secara implisit menciptakan hierarki sosial berbasis kemampuan konsumsi.

[24] Manurung dkk., "Pelari Kalcer," 693–702.

[25] Harliawan, Sudirman, dan Abbas, "Analisis Budaya Konsumtif Running Gears," 55–70.

Relevansinya cukup besar karena keduanya membahas dimensi sosial dari konsumsi perlengkapan lari, meskipun penelitian Harliawan dkk. lebih berfokus pada aspek konsumtif sementara penelitian ini memusatkan perhatian pada bagaimana objek konsumsi tersebut bekerja sebagai simbol komunikasi dalam interaksi sosial sehari-hari.

3. Penelitian berjudul "Peranan Fashion sebagai Media Komunikasi pada Aktivitas Olahraga Lari Generasi Z di Kota Bandung" oleh Danita Puspita Sari, dan Agung Permana. yang diterbitkan dalam JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial. Menelaah bagaimana pilihan pakaian olahraga lari berfungsi sebagai media komunikasi nonverbal bagi generasi Z.[26] Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemilihan *sportswear* secara langsung memengaruhi bagaimana seseorang dipersepsikan kapabilitasnya oleh sesama pelari, sebuah temuan yang sangat relevan dengan analisis simbol dalam penelitian ini. Perbedaan utama terletak pada konteks geografis dan pada kedalaman analisis teoretis, perbedaan utama terletak pada konteks geografis dan kerangka teori, penelitian ini menggunakan *Communication Theory of Identity* untuk membaca outfit sebagai proses komunikasi berlapis, bukan sekadar media komunikasi nonverbal
4. Penelitian berjudul "Self Identity Pelari Kalcer Gen Z melalui Aplikasi Strava" oleh Iin Soraya, dkk. yang diterbitkan dalam Jurnal Cyber PR. Menelaah bagaimana pelari kalcer mengonstruksi identitas diri melalui

[26] Sari dan Permana, "Peranan Fashion sebagai Media Komunikasi," 1115–1130.

platform digital Strava.[27] Penelitian ini menemukan bahwa Strava sudah bertransformasi dari sekadar alat pelacak aktivitas menjadi arena pembentukan identitas yang kompleks. Relevansinya cukup langsung karena relevansinya sekarang terletak pada tema identitas pelari kalcer, sedangkan pendekatan teoretisnya berbeda: Soraya menggunakan interaksionisme simbolik pada ruang digital, penelitian ini menggunakan CTI pada interaksi outfit di ruang fisik.

5. Penelitian berjudul "Perilaku Konsumtif sebagai Sebuah Gaya Hidup: Studi Komunitas Lari LibuRUN di Kota Pekanbaru" oleh Abdul Hafizh, dkk. yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. Mengkaji perilaku konsumtif anggota komunitas lari LibuRUN dari perspektif sosiologi gaya hidup.[28] Penelitian ini menemukan bahwa perilaku konsumtif dalam komunitas lari merupakan bagian integral dari proses pembentukan identitas dan peneguhan solidaritas kelompok yang tidak bisa dipahami secara terpisah dari konteks sosialnya. Sumbangan penelitian ini cukup besar karena memperkuat argumen bahwa konsumsi perlengkapan lari adalah tindakan sosial yang bermakna, bukan sekadar pilihan individual yang bersifat privat dan tertutup.
6. Penelitian berjudul "Eksistensi Fashion Olahraga di Instagram dalam Perspektif Jean Baudrillard" oleh Indriyani Idris, dkk. yang diterbitkan dalam Jurnal Signal. Mengkaji fashion olahraga melalui perspektif

[27] Iin Soraya, Herman, and Laurensia Retno, “Self Identity Pelari Kalcer Gen Z Melalui Aplikasi Strava” 5, no. 2 (2025): 105–24.

[28] Hafizh, Asriwandari, dan Hidir, "Perilaku Konsumtif sebagai Sebuah Gaya Hidup," 210–225.

simulakra Baudrillard melalui analisis konten Instagram.[29] Penelitian ini menemukan bahwa aksesori olahraga premium di era digital lebih banyak didorong oleh keinginan membangun citra diri yang kompeten daripada kebutuhan fungsional. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada pendekatan teoretis, penelitian Idris dkk. menggunakan perspektif Baudrillard terhadap konten digital, sementara penelitian ini menggunakan interaksionisme simbolik dan observasi langsung terhadap interaksi di ruang publik fisik.

7. Penelitian berjudul "Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman" oleh Inosensius Enryco Mokos, dan Salehudin, yang diterbitkan dalam MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi. Mengkaji bagaimana remaja mengonstruksi identitas diri di media sosial melalui perspektif dramaturgi Goffman.[30] Meskipun konteksnya berbeda karena berfokus pada ruang digital dan subjek remaja secara umum, penelitian ini relevan karena memberikan pemahaman tentang mekanisme presentasi diri yang juga berlaku dalam konteks komunitas pelari kalcer. Konsep dramaturgi Goffman dan interaksionisme simbolik Mead sesungguhnya memiliki akar yang sama dan saling memperkuat dalam analisis bagaimana individu mempersiapkan dan menampilkan identitas di hadapan orang lain.

[29] Idris, Ramadhanti, dan Hermin, "Eksistensi Fashion Olahraga di Instagram," 167–175.
[30] Mokos dan Salehudin, "Konstruksi Identitas Diri Remaja di Media Sosial," 638–649.

8. Penelitian berjudul "Analisa Interaksionis Simbolik Nonverbal Frontliner dalam Pelayanan Hotel Berbintang di Kota Bandung" oleh Diana Simanjuntak, yang diterbitkan oleh *Tourism Scientific Journal*. Mengkaji komunikasi nonverbal dalam konteks pelayanan hotel melalui perspektif interaksionisme simbolik.[31] Relevansinya cukup langsung karena relevansi dipindah ke kesamaan tema komunikasi nonverbal, dengan catatan perbedaan kerangka teori. Temuan Simanjuntak bahwa ekspresi wajah dan gestur tubuh mampu membangun kesan dan kepercayaan yang lebih kuat dibandingkan komunikasi verbal secara langsung mendukung analisis tentang efisiensi komunikasi nonverbal komunitas pelari kalcer dalam penelitian ini.
9. Penelitian berjudul "Dampak Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Identitas Budaya Generasi Muda" oleh Novita Sari, dkk. yang diterbitkan oleh DINASTI: Juurnal Soaial dan Budaya. Mengkaji pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas budaya generasi muda Indonesia.[32] Penelitian ini menemukan bahwa di era media sosial, identitas budaya tidak lagi sekadar diterima secara pasif dari tradisi melainkan aktif dikonstruksi melalui pilihan konsumsi dan gaya hidup yang dikomunikasikan secara visual. Relevansinya terhadap penelitian ini adalah memberikan konteks makro tentang bagaimana media sosial mengubah cara identitas dikonstruksi, sebuah konteks yang sangat

[31] D. Simanjuntak, "Analisa Interaksionis Simbolik Nonverbal Frontliner dalam Pelayanan Hotel Berbintang di Kota Bandung," Tourism Scientific Journal 5, no. 1 (2020): 14–29.
[32] Sari, Munfarida, dan Andrasari, "Dampak Media Sosial terhadap Gaya Hidup," 12–25.

penting untuk memahami mengapa komunitas pelari kalcer mengembangkan sistem identitas visual yang begitu elaboratif.

10. Penelitian berjudul "Symbolic Interaction of Nonverbal Communication in Volleyball: Case Study on the Volleyball Team of Rimbo Kedui Village" oleh Deri Apriani, dkk. yang diterbitkan oleh *Journal of Multidisciplinary Research*. Mengkaji interaksi simbolik dalam komunikasi nonverbal komunitas olahraga voli.[33] Meskipun konteks olahraganya berbeda, penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa dalam komunitas olahraga pada umumnya, simbol visual berfungsi sebagai sistem komunikasi yang memungkinkan identifikasi anggota kelompok berlangsung secara cepat dan efisien tanpa perlu introduksi verbal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa komunitas pelari kalcer adalah salah satu manifestasi dari pola yang lebih umum tersebut.

H. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini dibangun di atas Communication Theory of Identity (CTI) dari Michael Hecht sebagai teori utama, yang memandang identitas bukan sebagai entitas tunggal yang dimiliki secara internal, melainkan sebagai proses komunikasi yang diciptakan, ditampilkan, dan dinegosiasikan melalui empat frame yang saling berkelindan: personal, enacted, relational, dan communal. Konsep habitus, field, dan symbolic violence dari Pierre Bourdieu digunakan sebagai teori pendukung untuk

[33] Apriani, Deri, Yanto, dan Bayu Risdiyanto "Symbolic Interaction of Nonverbal Communication in Volleyball: Case Study on the Volleyball Team of Rimbo Kedui Village," Jurnal Komunikasi Olahraga 1, no. 4 (2025): 209–216.

menjelaskan mekanisme di balik perpindahan antar frame tersebut, khususnya bagaimana kepekaan terhadap kode estetika komunitas terinternalisasi hingga terasa seperti “selera alami”.

Titik berangkat kerangka berpikir ini adalah fenomena munculnya budaya “pelari kalcer” di Tulungagung, yaitu pergeseran outfit lari dari sekadar perlengkapan fungsional menjadi medium ekspresi gaya hidup dan identitas sosial. Fenomena ini dianalisis melalui tiga tahap yang selaras dengan tiga rumusan masalah dan tiga bab pembahasan.

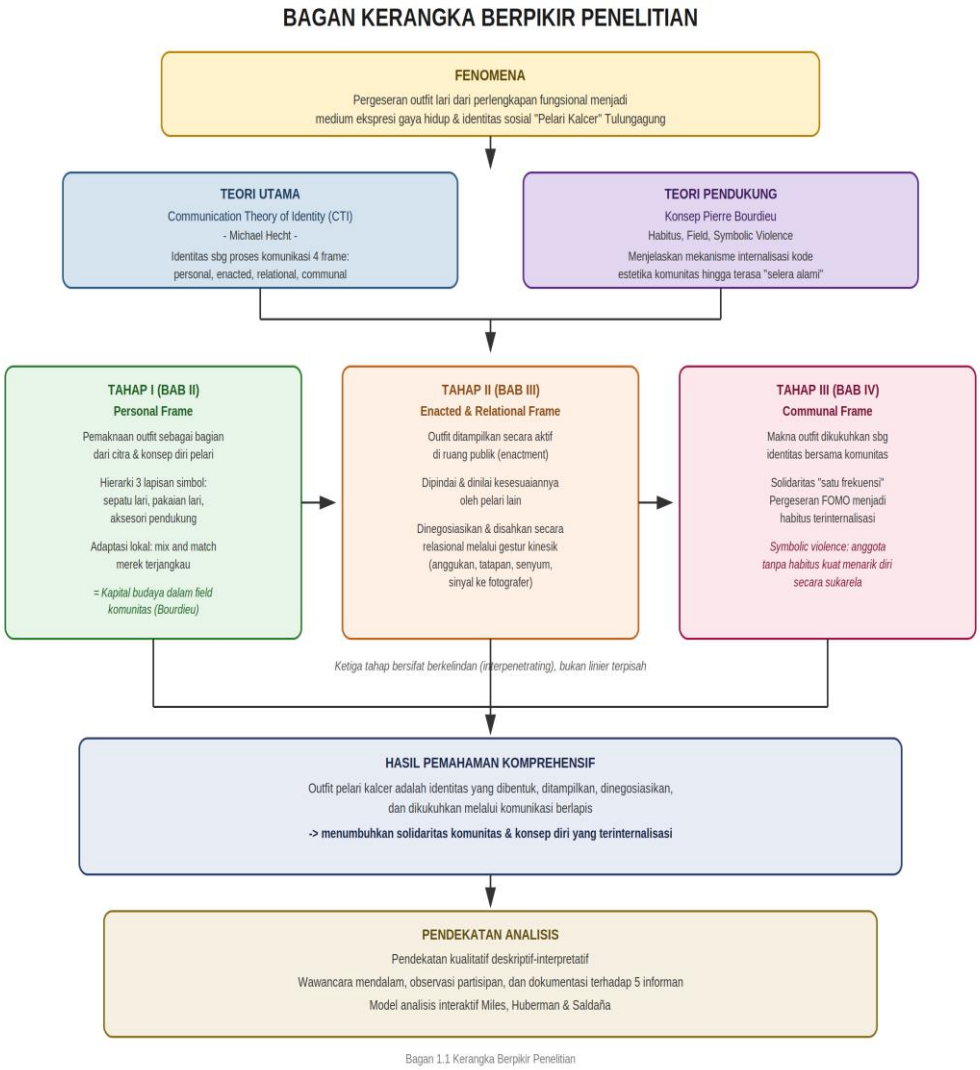
Tahap pertama (BAB II) menelaah personal frame, yaitu bagaimana pelari kalcer memaknai outfit yang dikenakan sebagai bagian dari citra dan konsep dirinya, yang tampak dari hierarki tiga lapisan simbol, sepatu lari, pakaian lari, dan aksesori pendukung, serta kemampuan adaptasi lokal berupa mix and match merek terjangkau, yang dalam perspektif Bourdieu berfungsi sebagai kapital budaya di dalam field komunitas.

Tahap kedua (BAB III) menelaah enacted frame dan relational frame secara bersamaan, yaitu bagaimana outfit ditampilkan secara aktif di ruang publik (enactment), kemudian dipindai dan dinilai kesesuaiannya oleh pelari lain, hingga akhirnya dinegosiasikan dan disahkan maknanya secara relasional melalui gestur kinesik seperti anggukan kepala, tatapan, senyum, dan sinyal kepada fotografer.

Tahap ketiga (BAB IV) menelaah communal frame, yaitu bagaimana makna outfit yang telah dinegosiasikan secara relasional dikukuhkan sebagai identitas bersama komunitas, ditandai oleh tumbuhnya solidaritas “satu

frekuensi" serta pergeseran keterlibatan dari yang semula didorong FOMO (Fear of Missing Out) menjadi habitus yang terinternalisasi secara mendalam. Pada tahap ini pula konsep symbolic violence Bourdieu relevan untuk menjelaskan mengapa anggota yang belum memiliki habitus komunitas yang kuat cenderung secara sukarela menarik diri dari ruang publik ketika merasa penampilannya belum memenuhi standar.

Ketiga tahap tersebut bersifat berkelindan (interpenetrating), bukan linier terpisah, sebagaimana ditegaskan Hecht: cara seseorang memandang dirinya (personal) dibentuk oleh cara ia tampil (enacted) dalam relasi dengan orang lain (relational), yang pada gilirannya berakar pada norma kelompok tempat ia menjadi bagian (communal). Seluruh proses ini menghasilkan pemahaman komprehensif bahwa outfit pelari kalcer adalah identitas yang dibentuk, ditampilkan, dinegosiasikan, dan dikukuhkan melalui komunikasi berlapis, yang pada akhirnya menumbuhkan solidaritas komunitas dan konsep diri yang terinternalisasi, dianalisis melalui pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif dengan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi terhadap lima informan, mengikuti model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña.



Bagan 1.1 Kerangka Teori Penelitian.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif interpretatif yang berorientasi pada pemahaman mendalam tentang makna dan dinamika sosial dalam komunitas pelari kalcer Tulungagung. Pendekatan kualitatif dipilih karena pertanyaan penelitian yang diajukan bersifat interpretatif dan bertujuan untuk memahami makna dari sudut pandang para aktor sosial yang terlibat, bukan untuk mengukur frekuensi atau menguji hubungan antar variabel secara statistik. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses inkuiri yang berupaya membangun pemahaman tentang suatu fenomena berdasarkan perspektif partisipan dalam suasana alami mereka.[34]

Moleong memperkuat bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah.[35] Pilihan pendekatan kualitatif ini selaras dengan Communication Theory of Identity yang digunakan sebagai kerangka teori, karena CTI memandang identitas sebagai proses komunikasi yang dikonstruksi bersama (co-created) oleh peneliti dan

[34] John W. Creswell, Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2013), 41–42.

[35] Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, ed. rev. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), 6.

partisipan, sehingga mengharuskan peneliti memahami makna outfit dari sudut pandang pelari kalcer sendiri, bukan mengukurnya sebagai variabel yang berdiri bebas dari konteks interaksinya.[36]

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa lokasi publik yang menjadi ruang berkumpul komunitas pelari kalcer di Tulungagung, terutama area sekitar alun-alun kota dan taman-taman publik yang biasa digunakan sebagai rute lari pada pagi hari. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa ruang-ruang tersebut adalah arena utama di mana interaksi sosial komunitas pelari kalcer berlangsung secara natural dan dapat diamati secara langsung tanpa gangguan yang berarti. Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan dengan periode observasi intensif yang terpusat pada sesi lari pagi akhir pekan di mana kehadiran anggota komunitas paling ramai dan interaksi paling kaya untuk diamati.

3. Subjek Penelitian dan Teknik Pemilihan Informan

Subjek penelitian ini adalah anggota komunitas pelari kalcer Tulungagung yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria utama pemilihan informan meliputi tiga hal berikut: sudah aktif sebagai anggota komunitas pelari kalcer Tulungagung minimal selama satu tahun, aktif berlari di ruang publik minimal dua kali seminggu, dan

[36] Communication Theory of Identity, 139.

bersedia untuk diwawancarai secara mendalam tentang pengalaman dan pandangannya terkait komunitas. Jumlah informan ditetapkan berdasarkan prinsip saturasi data, yaitu ketika data yang dikumpulkan dari informan baru tidak lagi menghasilkan tema atau perspektif yang secara signifikan berbeda dari yang sudah diperoleh sebelumnya. Dalam penelitian ini, saturasi data dicapai setelah wawancara dengan lima informan utama yang mencakup anggota lama dan baru dengan latar belakang yang beragam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi untuk memastikan kedalaman dan keluasan data yang diperoleh:

a. Teknik pertama adalah observasi partisipan, di mana peneliti secara langsung hadir dalam sesi-sesi lari komunitas dan mengamati interaksi sosial yang terjadi, termasuk pertukaran gestur, proses pembacaan simbol visual, dan dinamika pembentukan kelompok. Observasi ini dilakukan dengan panduan pengamatan yang disusun berdasarkan kerangka teoritis penelitian namun tetap terbuka terhadap hal-hal yang tidak terantisipasi sebelumnya.

b. Teknik kedua adalah wawancara mendalam dengan para informan yang dipilih secara purposive sampling. Wawancara dilakukan dengan panduan yang bersifat semi-terstruktur,

artinya ada daftar pertanyaan panduan namun peneliti bebas mengembangkan pertanyaan lanjutan berdasarkan arah percakapan yang berkembang.

c. Teknik ketiga adalah dokumentasi berupa catatan lapangan yang dibuat setiap kali peneliti melakukan observasi di lapangan, mencatat hal-hal yang diamati beserta konteks situasionalnya secara mendetail dan segera setelah sesi observasi berakhir agar detail tidak hilang dari ingatan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana, yang terdiri dari tiga komponen yang berlangsung secara simultan dan berulang: kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.[37] Kondensasi data dilakukan dengan cara membuat catatan, memo, dan ringkasan dari data mentah yang dikumpulkan, kemudian mengidentifikasi tema-tema yang muncul secara berulang dan bermakna dalam keseluruhan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang mengintegrasikan kutipan langsung dari wawancara dengan interpretasi teoretis yang mengacu pada kerangka teori yang telah ditetapkan. Penarikan kesimpulan dilakukan secara

[37] Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014), 14.

bertahap dan diverifikasi terus-menerus melalui konfirmasi dengan data lapangan yang baru.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui beberapa strategi yang saling melengkapi. Strategi pertama adalah triangulasi sumber, di mana informasi dari satu informan diverifikasi dengan informasi dari informan lain yang memiliki perspektif berbeda terhadap fenomena yang sama.[38] Strategi kedua adalah triangulasi metode, di mana data dari wawancara divalidasi melalui observasi langsung dan catatan lapangan secara konsisten. Strategi ketiga adalah *member checking*, di mana interpretasi awal peneliti dikonfirmasi kepada informan kunci untuk memastikan bahwa interpretasi tersebut akurat merepresentasikan perspektif dan pengalaman mereka. Moleong menegaskan bahwa keabsahan data dalam penelitian kualitatif harus dipenuhi melalui upaya yang sistematis dan konsisten, bukan hanya melalui klaim subjektif peneliti semata.[39]

[38] Wiyanda Vera Nurfajriani dkk., "Triangulasi Data dalam Analisis Data Kualitatif," Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 10 (2024): 827.

[39] Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, 330.