

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu di dalam kegunaan penelitian merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mempelajari penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan. Hal ini bertujuan apakah terkait topik yang diangkat tersebut mempunyai kepentingan di dalam kajian penelitian, dan juga penelitian terdahulu juga mampu memberikan sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya untuk menghasilkan pembaharuan penelitian.

Ardianto & Elvinaro, (2014, p. 37) mengungkapkan bahwa penelitian terdahulu berfungsi sebagai tinjauan pustaka bagi setiap orang yang akan melakukan proses penelitian, meliputi identifikasi secara sistematis baik penemuan, dan analisis dokumen dalam memberikan informasi terkait dengan penelitian.

Menurut Ardianto & Elvinaro, (2014, p. 38) tujuan mempelajari penelitian sejenis terdahulu memiliki 5 fungsi terkait, yaitu

1. Memberikan pedoman terkait kerangka konsep dan kerangka teori dalam mendukung penelitian baru yang akan dilakukan.
2. Melengkapi kebutuhan akademis mengenai penelitian yang sudah dilakukan. Di dalam proses ini memberikan wawasan bahwa apakah tema penelitian yang sedang diangkat merupakan penelitian penting dalam kajian ilmu penelitian, lalu juga berupaya untuk memberikan gambaran yang lebih luas terkait kedalaman tema yang sedang diteliti.

3. Memberikan rasa aman dan memperkuat keyakinan terhadap tema yang diangkat. Pada saat sudah menemukan kajian penelitian terdahulu melalui sumber terkait, maka akan lebih mendapatkan ke dalam tema beserta konsep yang diteliti.
4. Memberikan informasi dalam metode penelitian, populasi dan sampel, serta instrumen pengumpulan data.
5. Memperkaya keterkaitan antara kesimpulan penelitian terdahulu untuk dijadikan gambaran terhadap penelitian yang sedang dikaji.

Dalam menyusun penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan agar dapat memperoleh informasi mengenai garis besar topik yang diteliti. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk menguatkan faktor budaya *participatory* dan *engagement* yang dibangun dalam komunitas terkait.

2.1.1 Penelitian 1

Penelitian (Smith, 2014) dengan judul “*Mobile Interactive Fitness Technologies and The Recreational Experience of Bicycling: A Phenomenological Exploration of The Strava Community.*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan baru mengenai perkembangan teknologi Strava dalam memediasi orang, sehingga setiap orang mampu memberikan sebuah pengalaman baru bersepeda, namun juga bertujuan untuk memotivasi seseorang berolahraga. Studi ini mengungkapkan bahwa Strava masih merupakan teknologi yang relatif baru, kemudian efek pembentukan dan konstruksi sosial jauh lebih mudah diperiksa dalam jangka waktu yang lebih panjang, beserta dengan mempelajari aplikasi teknologi berbasis Strava. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini

adalah konsep konstruksi sosial teknologi (SCOT), dan teknologi pembentukan sosial (SST). Jenis penelitian ini adalah kualitatif, *interpretive* dengan pendekatan fenomenologis untuk pengumpulan dan analisis data, sehingga melibatkan observasi mendalam dan wawancara dengan 11 partisipan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa eksplorasi studi fenomenologis untuk Strava di Amerika Serikat penting untuk dipelajari, dikarenakan Strava berpotensi dapat mengatasi epidemi obesitas yang dihadapi negara tersebut, dan juga membentuk sebuah kedisiplinan berolahraga. Penelitian ini juga mengolongkan lima *cluster* terhadap partisipan berdasarkan (1) *King of the Mountain*, yaitu orang akan menjadi lebih termotivasi berolahraga (khususnya bersepeda), jika terdapat hal yang bisa dilombakan dan juga berdasarkan hasil pengguna Strava orang menjadi lebih bersemangat dikarenakan memiliki pencapaian dalam *self-testing* (batas maksimal yang dapat ditempuh saat bersepeda, (2) *Ethical Dilemmas*, pengguna Strava dalam *men-tracking* aktivitas berolahraga masih ditemukan beberapa data pengguna yang melakukan manipulasi data, sehingga beberapa hal dinilai kurang eti, (3) *A Social Technology*, pengguna Strava mampu meningkatkan sosialitas konektivitas terhadap pengguna lainnya, baik secara individu maupun komunitas, (4) *An Emotion-Laden Experience*, bersepeda dengan menggunakan aplikasi Strava dapat mempengaruhi pengguna secara emosional (rasa ingin mengekspresikan atau memotivasi diri dalam bersepeda dengan bantuan teknologi, dan (5) *An Augmented Experience*, yaitu teknologi baru yang diberikan oleh Strava dapat meningkatkan pengalaman baru yang dapat dialami oleh pengguna, seperti fitur Strava *tracking location* dalam membantu pengguna ketika mereka tersesat.

2.1.2 Penelitian 2

Penelitian (Wardani, 2018, pp. 1-16) dengan judul “Budaya partisipasi (*Participatory Culture* di kalangan vlogger).” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena kemunculan vlog yang menggantikan bentuk konten media blog menjadi bukti bahwa masyarakat saat ini berubah menjadi prosumer yang turut serta memproduksi dan mengonsumsi informasi dari konten media lainnya. Studi ini ingin mengkaji mengenai bagaimana penggunaan teknologi informasi mendorong vlogger untuk berpartisipasi secara online, lalu budaya partisipasi yang dikembangkan, serta mengungkapkan makna partisipasi yang terbangun di kalangan vlogger. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknologi dan *internet culture, participatory culture*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menghasilkan tiga tipologi partisipasi berdasarkan aktivitas prosumsi, bentuk partisipasi, dan pemaknaan berdasarkan apresiasi, eksistensi dan kesenangan. Data yang diperoleh melalui metode etnografi virtual dan dibantu dengan teori budaya partisipasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa proses keterlibatan penggunaan teknologi termasuk orang yang mempunyai *gadget*, internet akses, dan penggunaan social media serta bentuk kecanggihan teknologi bukan alasan kuat untuk berpartisipasi secara online, melainkan terdapat hobi, kesenangan, *reward* dan keuntungan. Lalu terdapat empat kategori budaya partisipasi yang dikaitkan terhadap vlogger yaitu afiliasi atau bergabung ke dalam komunitas, mengungkapkan ekspresi dalam bentuk kreativitas, melakukan kolaborasi pemecahan masalah, serta sirkulasi untuk membentuk aliran media guna mempertajam informasi.

2.1.3 Penelitian 3

Penelitian ketiga yang dijadikan referensi dan rujukan dalam penyusunan penelitian ini adalah penelitian (Delannon, Raufflet, & Baba, 2016, pp. 714-723) dengan judul “Corporate Community Engagement Strategies and Organizational Arrangements : A Multiple Case Study in Canada.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang strategi keterlibatan komunitas dan perusahaan terkait dampak 17 perusahaan yang menimbulkan resiko lingkungan yang serius dengan menggarisbawahi diperlukannya sebuah pengaturan organisasi, termasuk sumber daya manusia, keuangan beserta kompetensi. Studi ini mengeksplorasi tentang hubungan masyarakat baik secara empiris maupun konseptual. Pertama, memberikan pemeriksaan rinci tentang pengalaman manajer yang terlibat secara langsung dengan komunitas lokal. Pemeriksaan ini menjelaskan strategi yang terintegrasi, baik secara inheren maupun melintang. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *community engagement strategy*, *corporate social responsibility*, *environmental risk* dan *integrational strategy*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus dalam menyelidiki fenomena kontemporer dengan menggunakan dua sumber bukti yaitu, wawancara dan data arsip yang bertujuan untuk melihat keterlibatan komunitas dengan perusahaan, maupun perusahaan melalui tantangan komunitas lokal, serta memungkinkan untuk mencerminkan kekayaan dan kompleksitas kondisi kontekstual yang diselidiki secara lebih baik. Dalam pengumpulan data dikumpulkan berdasarkan kolaborasi dengan ketiga mitra perusahaan yang terkait.

Penelitian yang dilakukan saat ini yaitu membahas penelitian mengenai budaya partisipatif di komunitas sepeda *road bike* Rogue Cycling dalam

membangun *engagement* melalui aplikasi Strava. Kesamaan dalam penelitian yang dilakukan terhadap penelitian terdahulu yang sudah didapatkan adalah mengenai konteks budaya partisipatif di dalam mengetahui aktivitas komunitas komunikasi online dalam hal ingin melihat proses pendekatan yang dilakukan oleh budaya partisipatif dalam hal afiliasi (*affiliations*), ekspresi (*expressions*), kolaborasi pemecahan masalah (*collaborative problem-solving*), dan sirkulasi (*circulations*), serta *consumer engagement* melalui *virtual brand community*. Dari segi topik penelitian yang diangkat adalah ingin membahas mengenai pendekatan maupun konsep budaya partisipatif di dalam membangun *engagement* serta partisipasi *brand online* dari Strava yang memang mempunyai beberapa fitur yang dapat membantu proses *engagement* di dalam komunitas.

Perbedaan dalam segi topik penelitian yang diangkat dari ketiga pilihan penelitian terdahulu adalah lebih membahas mengenai budaya partisipatif di dalam budaya *vlogger* yang sebelumnya berasal dari *blogger* dan juga adanya pendekatan strategi *consumer engagement*. Berdasarkan penggunaan metodologi terdapat perbedaan signifikan karena penelitian terkait lebih membahas pendekatan budaya sehingga menggunakan metode etnografi. Sedangkan pada penelitian ini berfokus terhadap budaya partisipatif yang berada pada komunitas sepeda *road bike* Rogue Cycling, yaitu untuk melihat *engagement* yang timbul melalui aplikasi Strava tersebut. Penelitian Strava merupakan sebuah bentuk media baru yang mengalami perkembangan pesat berhubungan dengan data statistik setiap pengguna. Hal ini terus mengalami perkembangan signifikansi data bagi pengguna sepeda di era

sekarang ini dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan *lifestyle*, serta komunikasi di mana saja dan kapan saja pada setiap jenis komunitas olahraga.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
1	Nama Penulis	William Smith	Pramudika Kusuma Wardani	Nolwye Delannon
2	Judul	<i>Mobile Interactive Fitness Technologies and The Recreational Experience of Bicycling: A Phenomenological Exploration of The Strava Community</i>	“Budaya partisipasi (<i>Participatory Culture</i>) di kalangan vlogger.”	<i>Corporate Community Engagement Strategies and Organizational Arrangements : A Multiple Case Study in Canada.</i> ”
3	Teori dan Konsep	Konsep konstruksi sosial teknologi (SCOT), dan teknologi pembentukan sosial (SST)	Teknologi dan <i>internet culture</i> , <i>participatory culture</i>	<i>Environmental risk</i> dan <i>Integrational strategy</i> .
4	Jenis Laporan	Thesis Communication, Technology, and Society Clemson University	Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga	Jurnal of Claner Production Universite Laval Canada
5	Tahun Penelitian	2014	2018	2016
6	Tujuan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran akurat mengenai pengalaman hidup bersepeda yang dimediasi	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena kemunculan vlog yang	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang strategi keterlibatan komunitas dan perusahaan terkait dampak 17

		oleh teknologi kebugaran interaktif Strava, Studi ini juga memahami dan mendeskripsikan bagaimana pengendara sepeda menggunakan Strava, yaitu aplikasi smartphone berbasis gps yang dapat melacak aktivitas bersepeda dan mengunggah data ke komunitas online pengguna lain.	menggantikan bentuk konten media blog. Masyarakat berubah menjadi prosumer yang turut serta memproduksi dan mengkonsumsi.	perusahaan yang menimbulkan resiko lingkungan yang serius dengan menggaris bawahi diperlukannya sebuah pengaturan organisasi.
7	Jenis dan Sifat Penelitian	Kualitatif, interpretive	Kualitatif, deskriptif	Kualitatif, deskriptif
8	Metode Penelitian	Metode Fenomenologi	Metode etnografi	Metode Studi kasus, dengan Teknik wawancara dan data arsip.
9	Hasil Penelitian	Bahwa eksplorasi studi fenomenologis untuk Strava di amerika serikat penting untuk dipelajari, dikarenakan Strava berpotensi dapat mengatasi epidemi obesitas yang dihadapi negara tersebut, dan juga membentuk sebuah kedisiplinan berolahraga. Penelitian ini juga mengelompokan kelima cluster terhadap	Dapat diketahui bahwa proses keterlibatan penggunaan teknologi termasuk orang yang mempunyai <i>gadget</i> , internet akses, dan penggunaan social media serta bentuk kecanggihan teknologi bukan alasan kuat untuk berpartisipasi	Bahwa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam upaya untuk melibatkan diri dengan masyarakat lokal memiliki konteks yang sangat beragam. Kepentingan dalam penelitian ini adalah pentingnya sebuah pengaturan organisasi untuk mengimplementasikan strategi <i>community</i>

	partisipan berdasarkan (1) <i>King of the Mountain</i> , (2) <i>Ethical Dilemmas</i> , (3) <i>A Social Technology</i> , (4) <i>An Emotion- Laden Experience</i> , dan (5) <i>An Augmented Experience</i> .	secara online, melainkan terdapat hobi, kesenangan, <i>reward</i> dan keuntungan.	<i>engagement</i> yaitu merujuk kepada <i>transactional strategies</i> .
--	--	---	--

Sumber: Olahan Data Penelitian

2.2 Konsep yang digunakan dalam Penelitian

2.2.1 *Participatory Culture*

Budaya partisipatif yang dikembangkan oleh Henry Jenkins merupakan sebuah budaya dengan hambatan yang relatif rendah dalam mengekspresikan konten atau artistik serta keterlibatan sipil (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009, p. 6). Budaya partisipatif muncul pada saat budaya menghadapi respon dari aktivitas media baru yang terus berkembang dan memungkinkan untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, serta mengedarkan ulang konten dengan cara yang lebih kuat. Anggota tersebut juga turut berpartisipasi secara aktif melalui proses produksi, diseminasi dan interpretasi budaya yang dilakukan individu melalui anggota yang terbentuk dari suatu komunitas (Wardani, 2018, p. 4).

Bentuk budaya partisipatif menurut Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison (2009, p. 8) dapat dikategorikan menjadi empat jenis yaitu, afiliasi (*Affiliations*), ekspresi (*expressions*), kolaborasi pemecahan masalah (*Collaborative Problem-Solving*), dan sirkulasi (*Circulations*). Afiliasi (*Affiliations*) merupakan bentuk budaya partisipatif yang menggabungkan diri baik secara formal maupun informal dalam komunitas online yang berpusat terhadap berbagai bentuk media, seperti Friendster, Facebook, Myspace, forum, metagaming, dan klan game. Bentuk budaya partisipasi kedua yaitu ekspresi (*Expressions*) berkaitan dengan menciptakan karya bentuk baru seperti sampel digital, *skinning*, *modding*, video penggemar, fiksi dan juga *mash-up* yang bermain dalam ranah media online. Bentuk selanjutnya dari budaya partisipatif adalah

kolaborasi pemecahan masalah (*Collaborative Problem-Solving*) yaitu timbulnya bentuk kerjasama komunikasi yang terjalin di antara anggota baik secara formal maupun informal di dalam suatu kelompok dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru. Terakhir dalam bentuk budaya partisipatif adalah sirkulasi (*Circulations*) yaitu aktivitas yang dengan sengaja membentuk aliran informasi di dalam media dengan tujuan untuk memperkuat struktur informasi di dalam media tersebut, seperti contohnya *podcasting* atau *blogging*.

2.2.2 Komunitas

Carter, S (Tiwari, Lommerse, & Smith, 2014, p. 107) mengungkapkan bahwa komunitas merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan terhadap minat atau kesukaan yang dalam kapasitas anggotanya terdiri dari tiga hingga ribuan orang. Orang-orang yang pada dasarnya bergabung ke dalam sebuah komunitas karena didasari oleh sebuah tujuan ke dalam arah yang sama. Oleh karena itu di dalam kelompok selain memiliki kesamaan atau minat yang sama, juga mereka saling berpartisipasi dan memiliki rasa tanggung jawab secara bersama-sama untuk mempertahankan komunitas yang dimilikinya.

Menjadi bagian dari suatu komunitas merupakan sebuah karakteristik yang umum baik pada manusia maupun *spesies*. Komunitas juga berperan dalam membentuk identitas sosial, karena mekanisme di dalam identitas sosial membantu menjelaskan bagaimana anggota mengidentifikasikan dirinya di dalam kelompok, dan menciptakan rasa loyalitas di dalam kelompok. Thomas & Schau (Martinez, Anaya, Aguilar, & Molinillo, 2016, p. 107) hal yang menarik di dalam komunitas

adalah awalnya komunitas itu disebut sebagai kelompok kecil dan homogen, ditandai dengan hubungan keluarga atau emosional. Namun karakteristik tersebut berkembang sangat pesat bahwa komunitas tumbuh sebagai persatuan individu heterogen yang memiliki tujuan bahkan karakteristik tertentu.

Orang yang mengidentifikasi diri mereka adalah bagian dari komunitas tersebut perlu diartikan sebagai “*sense of community*.” Menurut Sarason (Martinez, Anaya, Aguilar, & Molinillo, 2016, p. 108) di dalam komunitas memunculkan beberapa kaidah yaitu

1. Persepsi kesamaan dengan orang lain. Bahwa komunitas terbentuk karena misi di dalam berjalannya komunitas adalah sekumpulan terhadap minat yang sama, sehingga dapat dipastikan bahwa orang yang tergabung di dalam komunitas mempunyai perilaku yang sama satu dengan lainnya.
2. Saling ketergantungan yang diakui oleh orang lain. Bahwa di dalam komunitas terdapat anggota yang memang secara resmi menjadi *member* dan masing-masing dari pada setiap anggota mampu mengenali karakteristik, serta mampu menggali peluang positif dari potensi anggota yang terlibat.
3. Ketersediaan dalam mempertahankan dan memberi masukan. Bahwa masing-masing anggota juga turut serta berperan aktif dalam memberikan kontribusi, bahkan dampak *persuasive* yang mampu mempengaruhi orang lain untuk bertahan. Gagasan terpenting dari setiap anggota adalah semua orang yang terlibat dalam komunitas merupakan orang penting yang dapat diandalkan, serta mampu mengalami

perubahan secara signifikan dari interaksi setiap anggota. Masukan di dalam komunitas baik terhadap *owner* maupun anggota juga perlu terus dibangun agar arah komunitas dapat semakin berkembang, dan mampu merangkul setiap orang yang memiliki kesamaan yang sama.

2.2.3 Community Engagement

Community Engagement merupakan suatu proses kerja secara kolaboratif di tengah orang-orang yang terdapat di dalam kelompok berdasarkan kedekatan geografis, minat khusus, maupun sejenisnya (McCloskey, Gaxiola, & Michener, 2011, p. 7). Orang yang terlibat di dalam *community engagement* biasanya dapat menyertakan kelompok yang terorganisir, lembaga maupun individu. Proses keterlibatan kelompok di tengah masyarakat mengidentifikasi representasi nilai yang ditimbulkan secara positif. Menurut McCloskey, Gaxiola, & Michener (2011, p. 8) terdapat 9 bidang dan strategi terkait yaitu.

1. *Agenda*. Bagaimana mereka yang terlibat di dalam komunitas memulai untuk melihat arah dan menitikberatkan fokus proyek dalam melibatkan pendanaan yang secara langsung mengaitkan individu tersebut, sehingga menimbulkan akses jangka panjang yang teridentifikasi.
2. *Design and delivery*. Proses pengembangan dalam mempelajari desain, alat, tindakan, partisipasi, serta analisis dalam mengumpulkan data. Kecepatan dan efisiensi proyek bisa menjadi peluang positif yang erat kaitannya dengan mitra atau peserta yang menarik dalam memberikan sumber informasi baru.

3. *Implementation and change*. Perbaikan dapat digunakan sebagai metode untuk menghasilkan sebuah perubahan yang positif. Seperti contohnya, kebijakan, perubahan pendanaan, atau transformasi utama dari praktik profesional komunitas. Hal ini sangat berdampak bagi eksistensi dan pemenuhan kapasitas secara jangka panjang dan terus mengalami inovasi.
4. *Ethics*. Keterlibatan dalam etika sangat menciptakan peluang untuk meningkatkan proses persetujuan, mengidentifikasi peraturan, dan memuat proses aturan untuk menyelesaikan masalah ketika timbul.
5. *The public involved in the project*. Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki anggota yang terlibat dalam komunitas dapat dimaknai lebih dalam lagi supaya kontribusi mereka dapat diakui.
6. *Academic partner*. Anggota akademik dapat meningkatkan pemahaman atas masalah yang timbul di dalam komunitas tersebut. Penemuan yang diperoleh dari anggota berbasis akademik menghasilkan manfaat dan meningkatkan peluang untuk berdiskusi antar sesama anggota di komunitas.
7. *Individual research participants*. Melalui partisipasi studi anggota yang dilakukan dapat memudahkan untuk menyesuaikan diri dalam komunitas tersebut, dan membawa manfaat bagi anggota lainnya.
8. *Community Organization*. Komunitas yang terbentuk dapat memperoleh pengetahuan secara lebih tinggi melalui keterkaitan dengan komunitas lain.

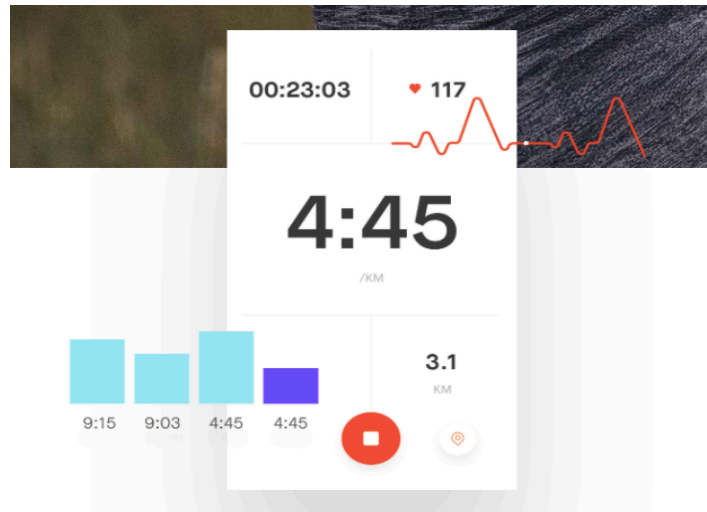
9. *The general public*. Masyarakat umum cenderung lebih menerima keterbukaan pengetahuan, dan mampu memberikan manfaat besar yang diperoleh.

2.2.4 Strava

Strava merupakan sebuah jejaring sosial untuk para atlet yang ditemukan pada tahun 2009. Pendirian Strava bertujuan untuk menghubungkan para atlet melalui teknologi yang dibuat berdasarkan pengalaman yang tim peroleh. Strava terhubung dalam aplikasi seluler yang tersedia melalui Playstore dan IOS. Strava menghubungkan jutaan orang dimana pun dan kapan pun yang dapat bergabung di Strava.com.

Strava di dalam *verb of language* adalah “*strive*” yang artinya berjuang. Strava terbentuk di dalam bahasa Swedia yang memang secara langsung berjuang untuk berpartisipasi membangun komunitas atlet yang paling terlibat di dunia. Strava juga melakukan sebuah *research and development* dalam menginspirasi para atlet dan membuat olahraga menjadi semakin menyenangkan, serta bukan hanya untuk mencapai suatu pencapaian, namun hal besar yang ingin dibangun adalah Strava sebagai tim inklusif berdedikasi untuk mengangkat baik anggota, maupun komunitas.

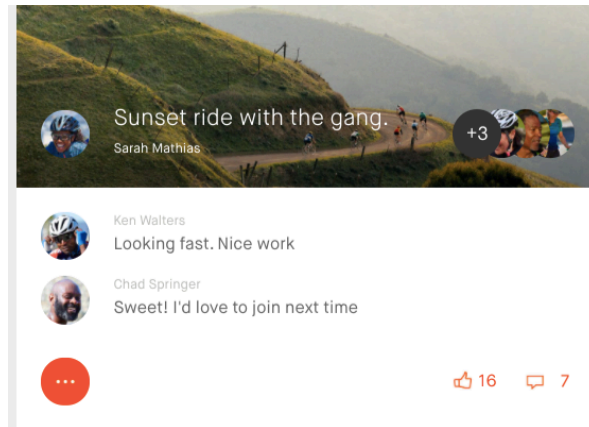
Gambar 2.1 Features of Track and Analyze



Sumber : Strava, 14 September 2020

Tiga fitur utama yang menjadi keterkaitan para atlet dengan Strava melalui; *Track and Analyze* yaitu Strava mengubah *device* baik Iphone dan Android menjadi sebuah komputer berlari dan bersepeda yang canggih. Strava secara langsung dapat mengukur kemampuan aktivitas olahraga dalam bentuk monitor detak jantung, sinkronisasi GPS, dan juga mengukur daya/usaha. Aktivitas yang dilakukan akan secara otomatis tersinkronisasi melalui aplikasi dan perangkat yang digunakan.

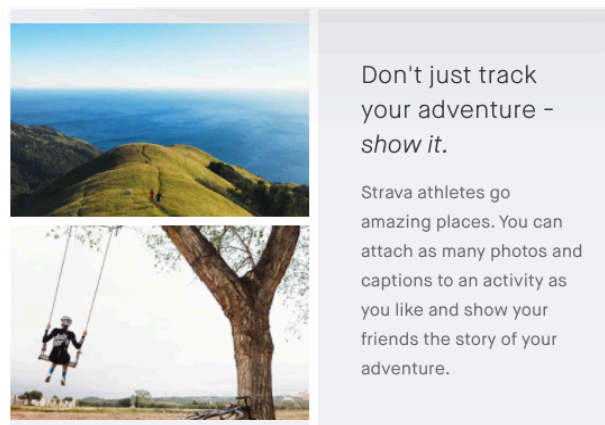
Gambar 2.2 Features of Share and Connect



Sumber : Strava, 14 September 2020

Selanjutnya Strava juga mempunyai kemampuan *Share and connect*. Yaitu setiap pengguna Strava yang beraktivitas tersimpan secara otomatis aktivitasnya sehingga mampu dibagikan kepada pengguna lainnya. Hal yang biasanya dilakukan adalah dengan memposting berbagai macam latihan dan orang bisa meninggalkan komentar pada aktivitas tersebut.

Gambar 2.3 Features of Explore and Competition



Sumber : Strava, 14 September 2020

Keunikan Strava ini tidak hanya membagikan seputar hasil dari kegiatan berolahraga, namun Strava juga berharap dapat berbagi cerita melalui foto dan aktivitas yang kalian tuangkan. Melalui bentuk unggahan yang juga turut

mendesripsikan aktivitas tersebut Strava juga mempunyai peranan penting dalam memberikan dukungan kepada komunitas melalui *Clubs on Strava*.

Klub di Strava ini juga mempunyai mekanisme baik bagi minat bersepeda, lari maupun atlet apapun yang dapat menjadi bagian partisipasi klub di Strava. Strava juga menyediakan fitur di dalam klub seperti, *find a club*, *create a club*, serta *club members* yang dapat menggunakan fitur tersebut untuk melihat partisipasi *members*, *club leaderboard*, dan *club feeds* berupa aktivitas post.

Create a club mempunyai 2 kebijakan klub yang dibuat dengan 2 opsi pemilihan yaitu, klub yang bersifat terbuka dan *private*. Klub yang bersifat *private*, maka jika dibuat hanya admin dari *owners* tersebut yang akan mempunyai otoritas untuk mengundang atlet atau memberikan persetujuan masuk atlet yang akan *join*. Untuk klub yang bersifat terbuka maka siapapun yang melihat boleh bergabung secara langsung.

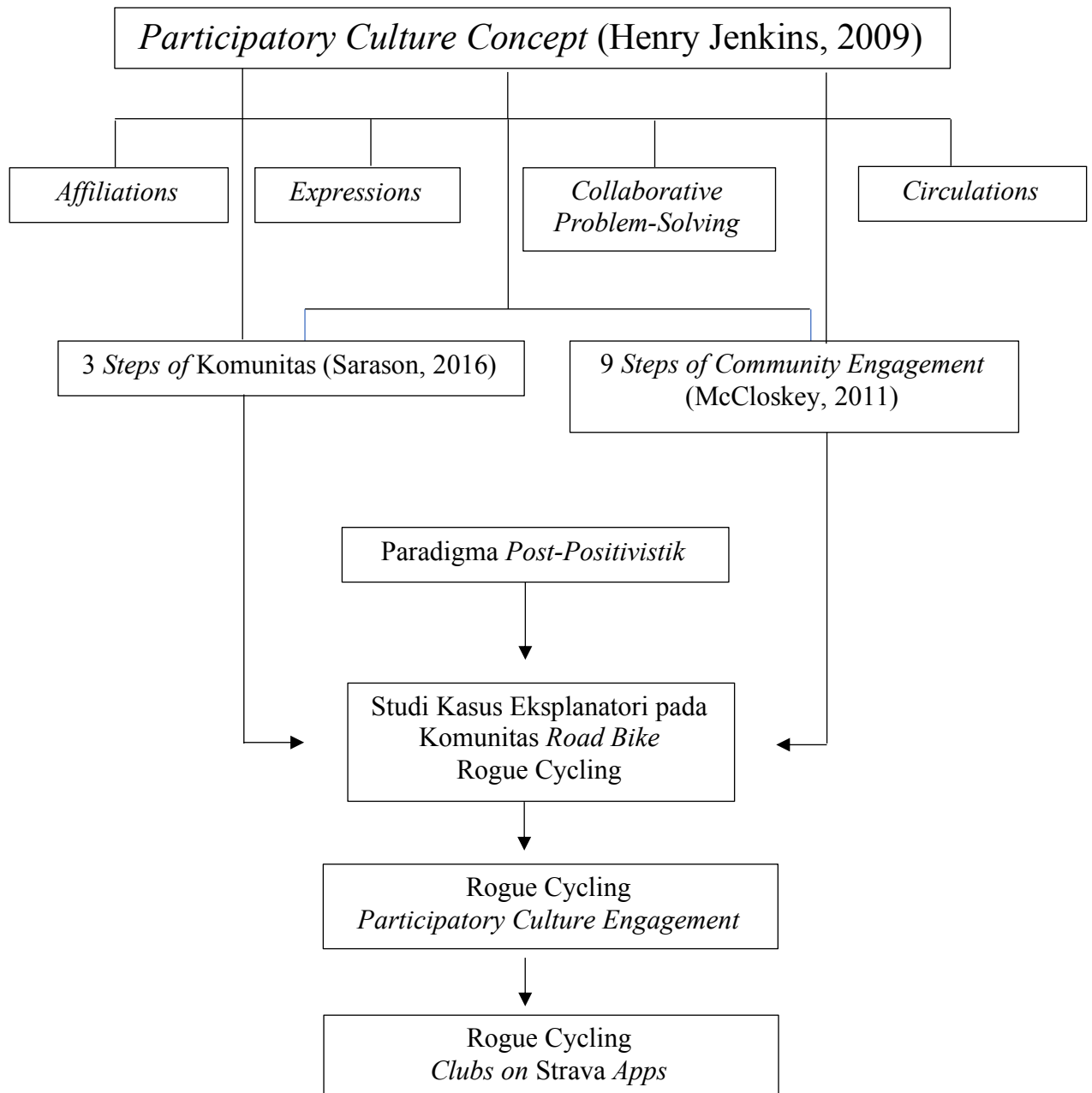
Menurut Strava *support*, *club members* mempunyai beberapa otoritas yang diperlu diperhatikan yaitu.

1. *Club leaderboard*, yaitu papan peringkat anggota klub dengan statistik urutan, yang setiap pukul 23:59 pada hari minggu di zona waktu telah diatur melakukan pengupdatean. Statistik ini diatur juga berdasarkan total jarak aktivitas, dengan menampilkan 100 anggota teratas setiap minggunya.
2. *Recent Activity*, yaitu menampilkan aktivitas terkini yang menjadi bagian dari aktivitas anggota di dalam klub.

3. *Post*, yaitu anggota klub dapat membuat postingan dengan menavigasi ke tab posting lalu memilih untuk membuat postingan. Postingan yang sudah dibuat akan muncul di *feed* atau *recent activity*, sehingga anggota secara langsung terlibat untuk melihat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Diagram 2.1
Kerangka Penelitian



Sumber : Olahan Data Penelitian