

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini berjudul *Komunikasi Digital dan Perubahan Gaya Hidup Generasi Gen Z* yang mengkaji bagaimana penggunaan media digital memengaruhi pola hidup dan interaksi sosial Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media digital yang tinggi menjadikan teknologi sebagai bagian utama dalam kehidupan sehari-hari Gen Z, termasuk dalam berkomunikasi, mencari informasi, hingga hiburan. Perubahan tersebut ditandai dengan pergeseran pola interaksi dari tatap muka ke komunikasi virtual yang dianggap lebih praktis dan nyaman. Media digital juga membuka peluang dalam pengembangan kreativitas dan sumber penghasilan, namun penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif seperti berkurangnya kualitas interaksi langsung. (Sari et al., 2025)

Penelitian berjudul *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Olahraga di Kalangan Remaja* membahas bagaimana media sosial berpengaruh dalam mendorong minat olahraga dan gaya hidup sehat pada remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan platform digital lainnya, berperan sebagai sumber motivasi, informasi, serta ruang interaksi sosial yang mendukung aktivitas olahraga melalui konten inspiratif, komunitas daring, dan fitur berbagi pengalaman olahraga. Media sosial membantu remaja membangun rasa percaya diri, identitas diri, keterhubungan sosial dalam menjalani olahraga. Namun, penelitian ini menunjukkan adanya dampak negatif seperti tekanan sosial, perbandingan diri, dan penyebaran informasi kesehatan yang tidak selalu akurat, sehingga penggunaan media sosial perlu dilakukan secara bijak agar tetap mendukung gaya hidup sehat yang positif dan seimbang. (Asmika et al., 2024)

Kemudian, penelitian berjudul *Efektivitas Media Sosial terhadap Kesadaran Gaya Hidup Sehat Mahasiswa* yang membahas peran media sosial

dalam membentuk kesadaran kesehatan di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya gaya hidup sehat, terutama melalui konten yang informatif dan interaktif seperti video, edukasi kesehatan, dan tantangan aktivitas fisik. Platform TikTok dan Instagram menjadi sumber utama informasi karena penyajiannya yang menarik dan mudah dipahami, serta interaksi di media sosial juga berperan dalam memberikan motivasi dan dukungan sosial. (Suryanti et al., 2025).

Penelitian terdahulu berjudul *Pengaruh Digitalisasi terhadap Gaya Hidup, Kesehatan Mental dan Interaksi Sosial Gen Z dan Alpha: Perspektif GenerasiSwipe di Era Digital* yang membahas dampak penggunaan teknologi digital terhadap kehidupan generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan digitalisasi memiliki pengaruh yang luas terhadap pola hidup Generasi Z dan Alpha, di mana aktivitas sehari-hari semakin bergantung pada teknologi, baik untuk komunikasi, hiburan, maupun konsumsi. Kemudahan akses informasi dan konektivitas digital dapat memberikan manfaat seperti dukungan sosial dan efisiensi aktivitas, namun paparan digital berlebihan dapat memicu masalah kesehatan. (Dira et al., 2025).

Penelitian berjudul *Konstruksi Sosial Healthy Lifestyle dalam Budaya Fitness Gen Z di Lingkungan Perguruan Tinggi* membahas bagaimana mahasiswa Generasi Z memaknai *healthy lifestyle* melalui keterlibatan mereka dalam komunitas *fitness* di lingkungan kampus UNTAR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *healthy lifestyle* awalnya dimaknai secara personal sebagai upaya menjaga penampilan dan kesehatan fisik, kemudian berkembang menjadi nilai kolektif melalui interaksi sosial, kebiasaan komunitas, dan dukungan antar anggota. Komunitas *fitness* berperan penting dalam membentuk disiplin, motivasi, kesehatan mental, serta identitas sosial anggota, sehingga *healthy lifestyle* tidak hanya menjadi rutinitas kesehatan, tetapi juga bagian dari representasi diri dan gaya hidup Generasi Z di lingkungan sosial maupun media sosial. (Djaja & Candraningrum, 2025).

Lalu, penelitian berjudul *Social Platforms as “Digital Playgrounds”: A Study on The New Model of Sports Participation and Identity Formation of Generation Z* menjelaskan media sosial seperti TikTok dan Instagram telah menjadi

ruang utama bagi Generasi Z dalam mengalami dan memaknai olahraga. Hasil menunjukkan bahwa olahraga tidak lagi dipahami sebagai aktivitas fisik semata, tetapi sebagai praktik budaya digital yang interaktif melalui tantangan viral, konten buatan pengguna, dan aktivitas olahraga bersama secara virtual. Interaksi ini membentuk rasa motivasi menjalani gaya hidup sehat di lingkungan digital. (Song, 2025).

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh media digital atau media sosial terhadap perilaku dan gaya hidup Generasi Z secara umum. Selain itu, kajian mengenai gaya hidup sehat dan aktif umumnya hanya melihat media sosial sebagai sarana informasi, tanpa menggali bagaimana pengalaman interaksi digital serta dukungan komunitas olahraga dimaknai secara subjektif oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaruan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman hidup Generasi Z secara langsung dalam menjalani *active lifestyle* melalui interaksi digital di Instagram *Story* dan dukungan komunitas olahraga. Penelitian ini tidak hanya fokus pada pengaruh media sosial, tetapi juga menggali makna pengalaman, motivasi, dukungan sosial, emosi, dan proses perubahan diri yang dialami individu selama menjalani *active lifestyle*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai bagaimana *active lifestyle* dibentuk, dimaknai, dan dijalani oleh Generasi Z di era digital.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>Komunikasi Digital dan Perubahan Gaya Hidup Generasi Gen Z</i>	<i>Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Olahraga di Kalangan Remaja</i>	<i>Efektivitas Media Sosial terhadap Kesadaran Gaya Hidup Sehat Mahasiswa</i>	<i>Pengaruh Digitalisasi terhadap Gaya Hidup, Kesehatan Mental dan Interaksi Sosial Gen Z dan Alpha: Perspektif Generasi Swipe di Era Digital</i>	<i>Konstruksi Sosial Healthy Lifestyle dalam Budaya Fitness Gen Z di Lingkungan Perguruan Tinggi</i>	<i>Social Platforms as “Digital Playgrounds”: A Study on The New Model of Sports Participation and Identity Formation of Generation Z</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun	Rosi Indah Sari, Risa Yuzima, & Rena Ardini.	Asmika, Joti Putri Amelia, Karmanila, & Yudha Rello Pambudi. 2024. Hanoman Journal:	Reny Suryanti, Ade Sissca Villia, & Ade Zayu Cempaka Sari. 2025.	Aldi Friyatna Dira, Kurniawan Prambudi Utomo, & Devy Sofyanty.	Calvin Adiputra Djaja & Diah Ayu Candraningrun.	Xiaojun Song. 2025. Journal of International

Terbit, dan Penerbit	2025. Sagita Academia Journal.	Physical Education and Sport	Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora.	2025. Jurnal Kajian Ilmiah.	2025. Jurnal Koneksi.	Education and Development.
3. Fokus Penelitian	Fokus pada bagaimana komunikasi digital memengaruhi perubahan gaya hidup Generasi Z, terutama dalam aspek interaksi sosial, kebiasaan penggunaan media digital, serta dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dalam kehidupan sehari-hari.	Peran media sosial dalam meningkatkan minat olahraga dan membentuk gaya hidup sehat di kalangan remaja melalui konten digital, komunitas daring, dan interaksi sosial di media sosial.	Bagaimana media sosial berperan dalam meningkatkan kesadaran gaya hidup sehat di kalangan mahasiswa, serta meninjau aspek tersebut dari perspektif hukum kesehatan.	Pengaruh digitalisasi terhadap gaya hidup, kesehatan mental, dan interaksi sosial pada Generasi Z dan Alpha, terutama dalam konteks penggunaan teknologi digital di kehidupan sehari-hari.	Bagaimana mahasiswa Generasi Z mengonstruksi makna healthy lifestyle melalui keterlibatan dan pengalaman sosial dalam komunitas fitness.	Fokus pada bagaimana platform sosial membentuk ulang keterlibatan olahraga dan identitas Gen Z melalui ruang digital yang menggabungkan aktivitas fisik dan ekspresi diri secara online.

4.	Teori	Konsep pendekatan sosiologi komunikasi.	Konsep media sosial, gaya hidup sehat, motivasi olahraga, interaksi sosial digital, serta pengaruh komunitas daring terhadap perilaku dan kebiasaan hidup remaja.	<i>Social Cognitive Theory.</i>	Konsep gaya hidup digital dan pendekatan teori perilaku yang menekankan lingkungan digital, nilai, dan norma memengaruhi pola perilaku individu.	Teori Konstruksi Realitas Sosial.	<i>Integrasi Teori Digital Culture, Mediated Sports, dan Youth Subculture.</i>
5.	Metode Penelitian	Metode Kualitatif Deskriptif.	Metode Kualitatif Deskriptif.	Metode Kualitatif Deskriptif dengan Kuesioner.	Metode Kuantitatif dengan Survei Lapangan.	Metode Kualitatif dengan Studi Kasus.	Metode Kualitatif Teoretis.
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Kedua penelitian membahas Generasi Z dan peran komunikasi digital dalam kehidupan	Membahas peran media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk motivasi olahraga,	Membahas peran media sosial dalam konteks gaya hidup sehat, serta melibatkan Generasi Z sebagai	Persamaan pada objek kajian yaitu Generasi Z serta fokus pada peran digital dalam membentuk gaya	Membahas pemaknaan healthy lifestyle, peran komunitas olahraga, interaksi sosial,	Meneliti pengalaman Gen Z dalam komunitas olahraga digital, peran media

	mereka, terutama terkait perubahan perilaku, interaksi, dan gaya hidup di era digital.	healthy lifestyle, interaksi sosial digital, serta dukungan komunitas terhadap gaya hidup aktif	subjek penelitian. Kedua penelitian juga melihat bagaimana interaksi di media digital dapat memengaruhi perilaku kesehatan.	hidup dan interaksi sosial. Serta membahas bagaimana media digital memengaruhi perilaku dan kehidupan sehari-hari.	dukungan komunitas, serta pengaruh media sosial terhadap pembentukan gaya hidup sehat pada Generasi Z	sosial dalam membentuk motivasi berolahraga, dan pembentukan identitas & <i>healthy lifestyle</i> melalui interaksi digital.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian terdahulu melihat komunikasi digital secara umum terhadap gaya hidup Gen Z, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih spesifik pada pengalaman Gen dalam	Penelitian terdahulu fokus pada pengaruh umum media sosial terhadap minat olahraga remaja, sedangkan penelitian yang dilakukan fokus pada pemaknaan Z pengalaman subjektif partisipan	Penelitian terdahulu lebih menekankan pada pengukuran efektivitas dan tingkat kesadaran secara umum menggunakan kuesioner, serta dikaitkan dengan	Penelitian terdahulu ini bersifat kuantitatif dan menguji pengaruh antar variabel secara umum, termasuk kesehatan mental. Sementara penelitian yang dilakukan menggunakan	Penelitian terdahulu berfokus pada konstruksi makna <i>healthy lifestyle</i> dalam komunitas fitness dengan teori konstruksi sosial, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus pada

	memangun <i>healthy lifestyle</i> melalui interaksi digital di komunitas olahraga.	dalam membangun <i>active lifestyle</i> melalui interaksi Instagram dan dukungan komunitas olahraga	aspek regulasi hukum.	pendekatan kualitatif.	pengalaman subjektif partisipan dengan pendekatan fenomenologi		
8.	Hasil Penelitian	Penggunaan media digital pada Gen Z sangat tinggi dan menjadi bagian utama dalam aktivitas sehari-hari. Komunikasi digital mengubah pola interaksi menjadi lebih virtual, membuka peluang kreativitas dan ekonomi digital,	Media sosial membantu meningkatkan motivasi olahraga remaja melalui konten inspiratif, interaksi digital, dan komunitas daring yang suportif, serta membentuk rasa percaya diri, keterhubungan sosial, dan minat terhadap olahraga. Meskipun juga	Media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran gaya hidup sehat mahasiswa, terutama melalui konten yang menarik dan interaktif seperti video pendek dan tantangan olahraga. Interaksi digital juga berperan	Digitalisasi memiliki dampak besar dan kompleks terhadap kehidupan Gen Z dan Alpha. Teknologi mempermudah aktivitas dan memperluas relasi sosial, namun dapat memicu masalah kesehatan mental seperti	Healthy lifestyle awalnya dimaknai secara personal terkait penampilan dan kesehatan fisik, kemudian berkembang menjadi identitas diri dan nilai kolektif melalui interaksi, dukungan sosial, kebiasaan komunitas	Media sosial telah menghasilkan “digital sports sphere” di mana olahraga dipraktikkan sebagai ekspresi identitas dan budaya.

namun juga
menimbulkan
berkurangnya
interaksi langsung.

dapat memunculkan
tekanan sosial dan
perbandingan diri di
media sosial.

dalam memotivasi
perilaku sehat.

stress dan
kecemasan.

fitness, serta
pengaruh media
sosial yang
membentuk
motivasi, disiplin,
kesehatan mental,
dan eksistensi
sosial Gen Z
UNTAR

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Computer-Mediated Communication (CMC) Theory

Menurut Joseph B. Walther, Computer-Mediated Communication (CMC) merupakan teori yang membahas pada proses komunikasi interpersonal yang terjadi melalui platform teknologi digital, yang menjadi bagian penting dalam membangun, mengembangkan, dan mempertahankan hubungan sosial (Walther, 2011).

“Computer-mediated communication (CMC) systems, in a variety of forms, have become integral to the initiation, development, and maintenance of interpersonal relationships” (Walther, 2011)

Dari kutipan Walther menjelaskan bahwa komunikasi berbasis teknologi membentuk cara individu berinteraksi dan membangun relasi. Individu memanfaatkan fitur dalam media digital untuk membentuk kesan diri, menarik perhatian, dan mengelola hubungan dengan orang lain di ruang digital (Walther, 2011). Teknologi membentuk dinamika komunikasi dan makna hubungan yang terjalin. Dalam penelitian ini, CMC Theory menjadi landasan untuk memahami bagaimana pengalaman subjektif Gen Z dalam menjalani *active lifestyle* melalui interaksi digital, khususnya di Instagram dan komunitas olahraga.

2.2.1.1 Social Influence Theory

Social Influence Theory dalam konteks CMC menjelaskan bahwa cara seseorang memandang dan menggunakan media komunikasi tidak semata-mata ditentukan oleh fitur teknologinya, tetapi juga dibentuk melalui interaksi sosial dengan orang lain di lingkungannya (Walther, 2011).

Fulk et al. (1987) menjelaskan *“the nature of media and their potentials are socially constructed”* (Walther, 2011). Dari kutipan tersebut, makna, fungsi, dan “kekayaan” suatu media terbentuk dari pengalaman bersama, diskusi, serta kebiasaan dalam jaringan sosial. Persepsi seseorang terhadap media juga lebih banyak dipengaruhi oleh orang-orang terdekat. Hal ini menegaskan bagaimana seseorang menilai media, apakah menarik, bermanfaat, atau relevan sangat dipengaruhi oleh apa yang dilihat, dipelajari dan dirasakan dari lingkungannya. (Walther, 2011).

Teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Generasi Z membangun pemahaman tentang *active lifestyle* melalui interaksi digital di Instagram dan komunitas olahraga. Makna tentang hidup sehat dan aktif dikonstruksi bersama melalui paparan konten, interaksi, serta dukungan dari sesama anggota komunitas. Proses ini

membentuk persepsi kolektif mengenai standar, motivasi, dan praktik *active lifestyle* yang kemudian memengaruhi perilaku individu. *Social Influence Theory* membantu menjelaskan bahwa konsistensi dan pemaknaan *active lifestyle* pada Generasi Z merupakan hasil dari proses sosial dan dukungan yang terjadi secara digital.

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Gaya Hidup Aktif (*Active Lifestyle*) di Era Digital

Gaya hidup aktif dipahami sebagai pola hidup yang melibatkan aktivitas fisik secara rutin, serta kebiasaan hidup sehat untuk menjaga kondisi tubuh dan pikiran tetap optimal. *Active lifestyle* mencakup berbagai aktivitas sehari-hari yang membuat tubuh terus bergerak dan aktif, terutama olahraga yang teratur. Hal ini dapat menjaga kesehatan fisik, meningkatkan kesehatan mental, memperkuat hubungan sosial, hingga meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan. (Gabrella S, 2025).

Gen Z menunjukkan tren gaya hidup aktif yang unik di era digital dengan memanfaatkan ruang digital, yaitu media sosial sebagai sumber dan sarana utama untuk membagikan kegiatan atau aktivitas olahraga. Saat ini, Generasi Z cukup aktif dalam mencari aktivitas pergerakan atau olahraga yang sesuai minat pribadi, seperti berolahraga fleksibel yaitu yoga. (Kumparan, 2024).

Di era digital, Gen Z mengembangkan strategi gaya hidup aktif dan sehat dengan cara yang lebih modern dan interaktif melalui media sosial. Kesadaran menjaga kesehatan fisik kini banyak tumbuh dalam bentuk *challenge* seperti *5K steps* per hari yang mendorong aktivitas fisik sederhana namun konsisten. Dengan dukungan aplikasi penghitung langkah dan kebiasaan berbagi hasil di *platform* seperti Instagram dan TikTok, aktivitas seperti berjalan kaki dan lari berubah menjadi bagian dari gaya hidup kekinian bagi Generasi Z yang merubah pola hidup mereka secara bertahap. (Bagaspoetro, 2025).

2.3.2 Generasi Z (Gen Z)

Generasi Z, sebagai generasi *digital native*, tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung dengan teknologi dan informasi, sehingga membentuk karakter yang inklusif, progresif, dan adaptif terhadap perubahan. Mereka terbuka terhadap perbedaan, senang berkolaborasi lintas bidang, dan cenderung mencari otentisitas diri di tengah arus informasi yang berlimpah. Gen Z juga memiliki sisi emosional yang kuat, ditandai dengan kebutuhan akan apresiasi, pengakuan, dan validasi sosial melalui media digital. Selain itu, mereka memiliki kecenderungan pragmatis namun tetap

idealisme, menginginkan hasil nyata dari nilai-nilai sosial yang diyakini, serta menjadikan teknologi dan jaringan sosial sebagai sarana utama dalam berekspresi, berinteraksi, dan membangun identitas diri. (Badan Riset dan Inovasi Nasional, 2023).

Gen Z memiliki pola konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan digital dan tren sosial. Mereka cenderung mencari informasi produk melalui media sosial, *online review*, dan rekomendasi *influencer* sebelum membeli, sehingga keputusan konsumsi didasarkan pada riset dan nilai yang diyakini. Gen Z juga lebih memilih brand yang selaras dengan prinsip keberlanjutan, etika, dan inklusivitas. Mereka lebih menghargai pengalaman dibanding kepemilikan barang, menjadikan aktivitas seperti traveling, konser, dan pergi ke kafe *aesthetic* sebagai bentuk ekspresi diri. Dengan keterlibatan aktif di dunia digital, Gen Z tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga pencipta tren sosial yang membentuk arah baru bagi gaya hidup dan pasar modern. (Alifiana et al., 2025).

2.3.3 Komunitas Olahraga (Dalam dimensi dukungan, berikan motivasi dan konsistensi)

Komunitas olahraga berperan penting dalam membentuk dan mempertahankan perilaku gaya hidup sehat dan aktif karena memberikan dukungan sosial, motivasi, dan rasa kebersamaan bagi anggotanya. Melalui aktivitas fisik yang dilakukan bersama, individu menjadi lebih konsisten berolahraga, termotivasi untuk mencapai tujuan kesehatan, dan merasakan manfaat fisik dan mental. Selain itu, komunitas olahraga juga membantu membangun tanggung jawab diri, memperkuat hubungan sosial, dan menciptakan lingkungan positif yang mendorong pola hidup sehat secara berkelanjutan bagi semua kalangan. (Cicero Leather, 2025).

Komunitas olahraga memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi dan dukungan sosial bagi kalangan muda. Melalui keterlibatan dalam komunitas tersebut, anak muda tidak hanya terdorong untuk berolahraga secara rutin, tetapi juga merasakan rasa kebersamaan dan dukungan emosional dari sesama anggota. Interaksi sosial yang terjalin di dalam komunitas membantu menciptakan lingkungan positif yang memperkuat semangat, disiplin, serta komitmen terhadap gaya hidup aktif. Dukungan dari teman sebaya juga meningkatkan rasa percaya diri dan membuat aktivitas olahraga terasa lebih menyenangkan dan bermakna, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan mental dan motivasi berpartisipasi secara berkelanjutan. (Anwar & Syafruddin, 2025).

2.3.4 Interaksi Digital Generasi Z dan Komunitas

Interaksi digital di media sosial merupakan bentuk komunikasi yang terjadi melalui platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk saling bertukar informasi, merespons pesan, dan membangun hubungan secara langsung maupun tidak langsung. Melalui fitur seperti *comment*, *message*, *post*, dan *reaction*, media sosial menciptakan ruang interaksi dua arah yang bersifat partisipatif dan kolaboratif. Interaksi ini berfungsi sebagai medium komunikasi interpersonal, kelompok, hingga massa yang berlangsung secara cepat dan luas. Dalam konteks komunikasi modern, interaksi digital di media sosial berperan penting dalam membentuk pola komunikasi, cara individu mengekspresikan diri, serta bagaimana makna dan hubungan sosial dibangun di tengah masyarakat digital. (Margaretta, 2025).

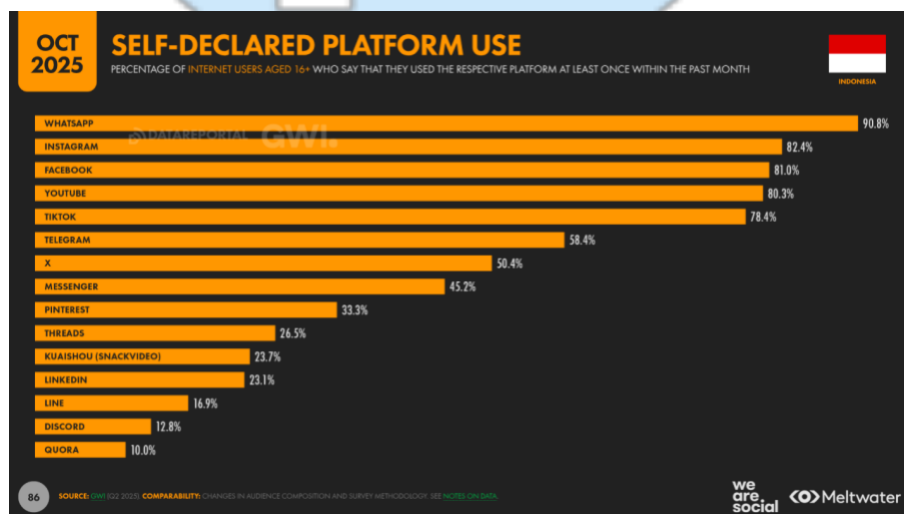
Perkembangan media baru didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi menjadikan media sosial sebagai ruang utama bagi remaja / Generasi Z dalam membangun interaksi digital. Sebagai generasi yang tumbuh bersama internet, Gen Z memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk berkomunikasi, mengekspresikan diri, dan mempertahankan hubungan sosial di ruang virtual. Interaksi digital di media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan sosial Gen Z dan berperan besar dalam membentuk pola komunikasi dan perilaku mereka di era digital. (I. Putri et al., 2022).

Interaksi digital dalam komunitas olahraga berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi yang memungkinkan individu terhubung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada awalnya, komunitas olahraga lebih banyak terbentuk melalui interaksi langsung di lingkungan lokal, seperti berkumpul di stadion atau ruang publik untuk menikmati dan mendiskusikan pertandingan bersama. Kemudian, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola tersebut dengan menghadirkan berbagai *digital platform* yang memfasilitasi interaksi antarindividu secara lebih luas. Melalui media sosial, forum *online*, serta berbagai aplikasi digital, individu yang memiliki minat yang sama terhadap olahraga dapat membangun komunitas dan berinteraksi secara berkelanjutan meskipun berada di lokasi berbeda. Komunitas dalam digital memungkinkan terbentuknya jaringan sosial yang mendukung keterlibatan anggota, pertukaran informasi, serta penciptaan pengalaman olahraga secara kolektif melalui teknologi digital. (Bustad & Abeza, 2025).

Berbagai *platform* digital, seperti aplikasi kebugaran dan perangkat *wearable*, memungkinkan anggota komunitas untuk memantau aktivitas fisik, membagikan progress latihan, serta mengikuti tantangan olahraga. Fitur sosial yang terintegrasi dalam teknologi tersebut juga memungkinkan anggota komunitas untuk saling memberikan dukungan, motivasi, dan apresiasi atas pencapaian yang diraih. Menurut Gashaw Abeza dan Jacob Bustad, keberadaan teknologi digital dalam komunitas olahraga mendorong terbentuknya rasa kebersamaan, identitas kolektif, serta keterikatan emosional antaranggota komunitas melalui pengalaman olahraga yang dibangun secara digital. (Bustad & Abeza, 2025).

2.3.5 Instagram dan Konten Story Instagram

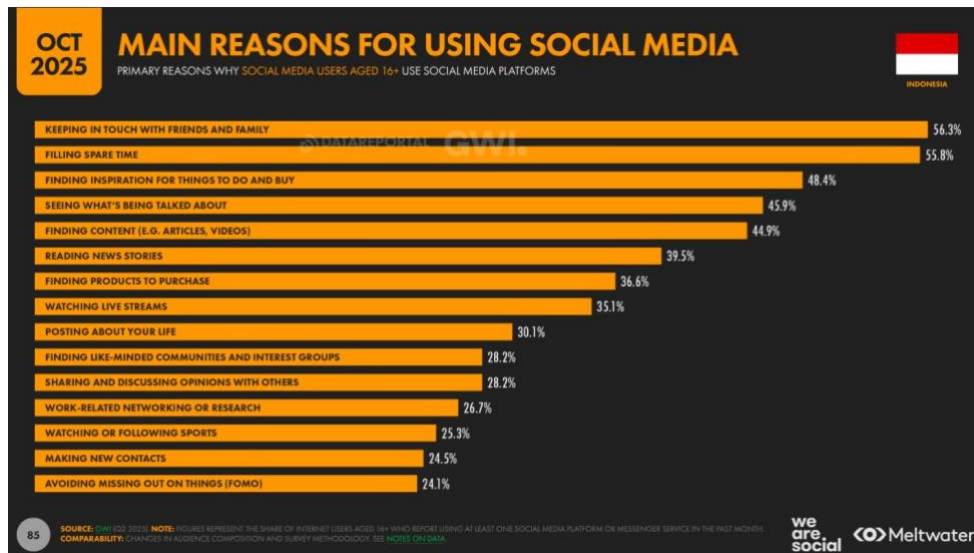
Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang berada di bawah perusahaan Meta. *Platform* media sosial ini digunakan sebagai ruang berbagi konten visual, khususnya foto dan video, yang juga didukung oleh berbagai fitur interaktif. Interaksi, mengekspresikan diri, dan membangun koneksi dapat dilakukan oleh pengguna dalam ruang digital melalui aplikasi Instagram. (Zain & Dwivayani, 2024).



Gambar 2.1 Tingkat Penggunaan Setiap Platform di Indonesia

Sumber: Data Reportal, Digital 2026: Indonesia

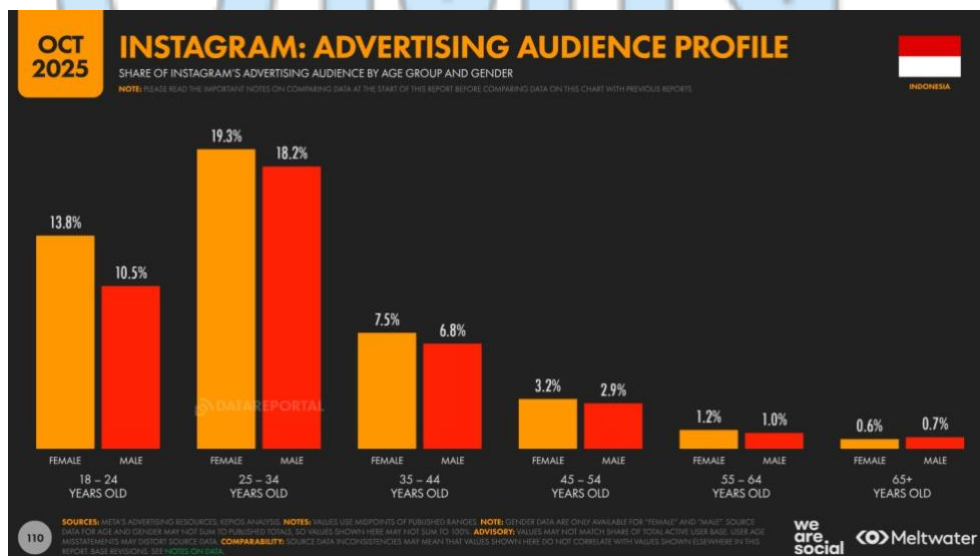
Berdasarkan data report We Are Social, Digital 2026: Indonesia per Oktober 2025 tersebut, Instagram merupakan salah satu platform utama yang digunakan di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 82,4% dari total pengguna internet usia 16+. Angka ini menempatkan Instagram sebagai platform pada peringkat ke-dua dengan jumlah penggunaan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang kuat sebagai ruang interaksi digital, termasuk bagi Generasi Z dalam menjalani dan membentuk gaya hidup mereka. (We Are Social, 2025).



Gambar 2.2 Alasan Utama Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Sumber: Data Reportal, Digital 2026: Indonesia

Dari sisi alasan utama penggunaan media sosial, data menunjukkan beberapa poin yang relevan dengan penelitian ini. Pertama, *finding inspiration for things to do or buy* (48,4%) menunjukkan hampir setengah pengguna memanfaatkan media sosial sebagai sumber inspirasi aktivitas. Kedua, *posting about your life* (30,1%) menunjukkan pengguna aktif membagikan aktivitas personal mereka, yang dalam konteks penelitian ini dapat berupa sharing progress olahraga atau active lifestyle. Ketiga, *finding like-minded communities and interest groups* (28,2%) menegaskan bahwa media sosial juga digunakan untuk mencari komunitas dengan minat yang sama, termasuk komunitas olahraga yang kemudian menjadi ruang interaksi sosial dan dukungan dalam menjalani *active lifestyle*. (We Are Social, 2025).



Gambar 2.3 Usia Pengguna Instagram di Indonesia

Dari segi profil pengguna Instagram berdasarkan usia, kelompok usia 18-24 tahun memiliki persentase sekitar 13,8% (perempuan) dan 10,5% (laki-laki), kemudian usia 25-34 tahun memiliki persentase 19,3% (perempuan) dan 18,2% (laki-laki). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram berada pada rentang usia muda, yang didominasi oleh Generasi Z. (We Are Social, 2025).

Data ini memperkuat bahwa *platform* Instagram menjadi media bagi Gen Z untuk mencari inspirasi *active lifestyle*, membangun identitas diri melalui konten, serta menemukan dan berinteraksi dalam komunitas yang sejalan dengan minat mereka.

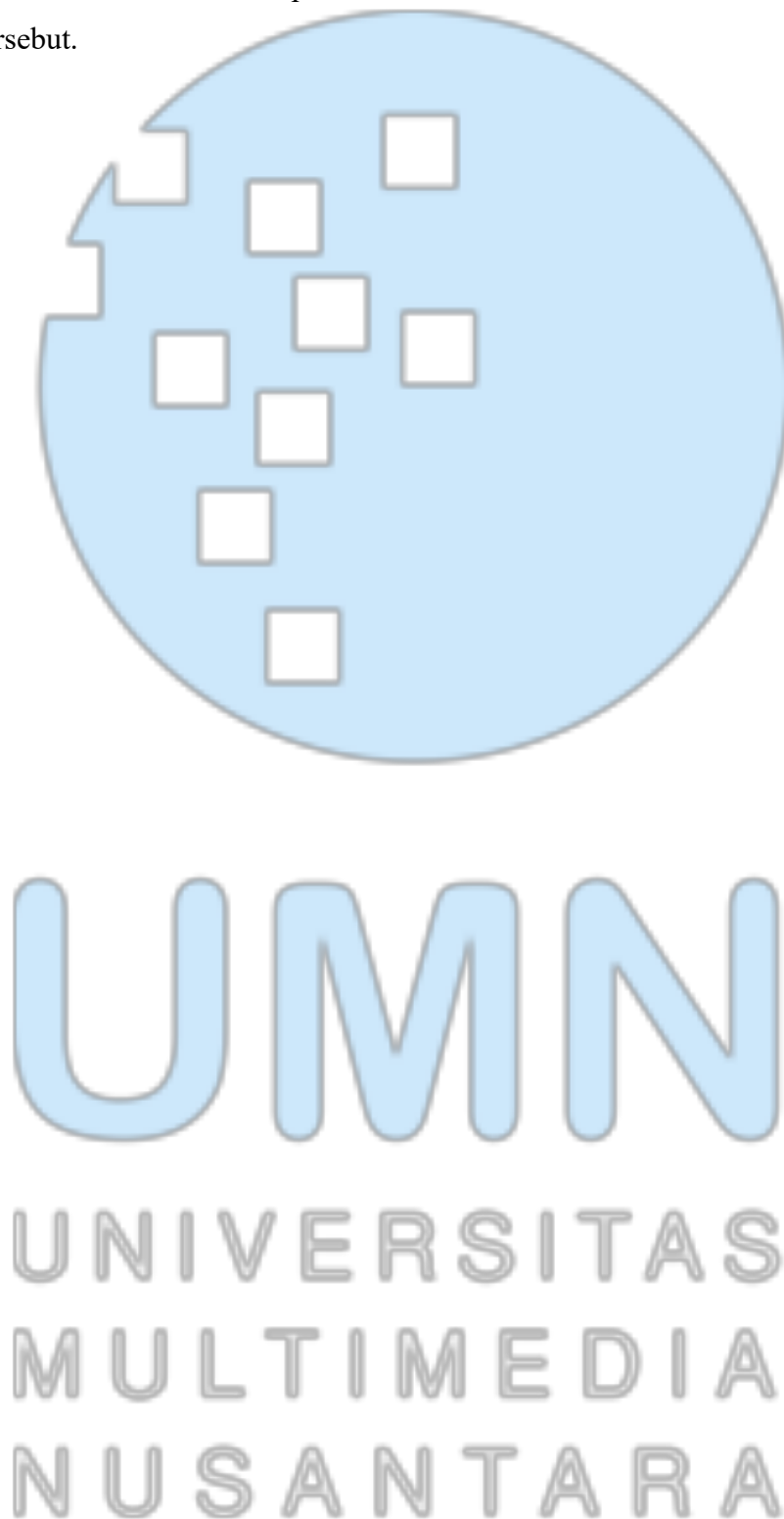
Salah satu fitur utama di Instagram adalah Instagram *Story*, yaitu fitur berbagi foto atau video yang bersifat sementara (hanya 24 jam) dan memungkinkan interaksi cepat melalui respon, *reaction*, atau fitur interaktif lainnya. Dalam konteks Generasi Z, penggunaan Instagram *Story* sering kali didorong oleh dua hal utama, yaitu latar belakang personal dan tujuan yang ingin dicapai. Dari sisi latar belakang, mereka cenderung *post story* karena membutuhkan pengakuan, tidak memiliki ruang bercerita secara langsung, dan ingin menyimpan momen sebagai dokumentasi pribadi. Sementara di sisi tujuan, aktivitas tersebut dilakukan untuk mengekspresikan diri, meredakan emosi, dan berbagi pengalaman atau informasi dengan orang lain. (Firmansyah et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram *Story* menjadi media penting bagi Generasi Z dalam membangun makna diri, berinteraksi secara digital, dan mengekspresikan pengalaman mereka, khususnya dalam konteks penelitian yakni aktivitas *active lifestyle* yang sedang dijalani.

2.4 Kerangka Pemikiran

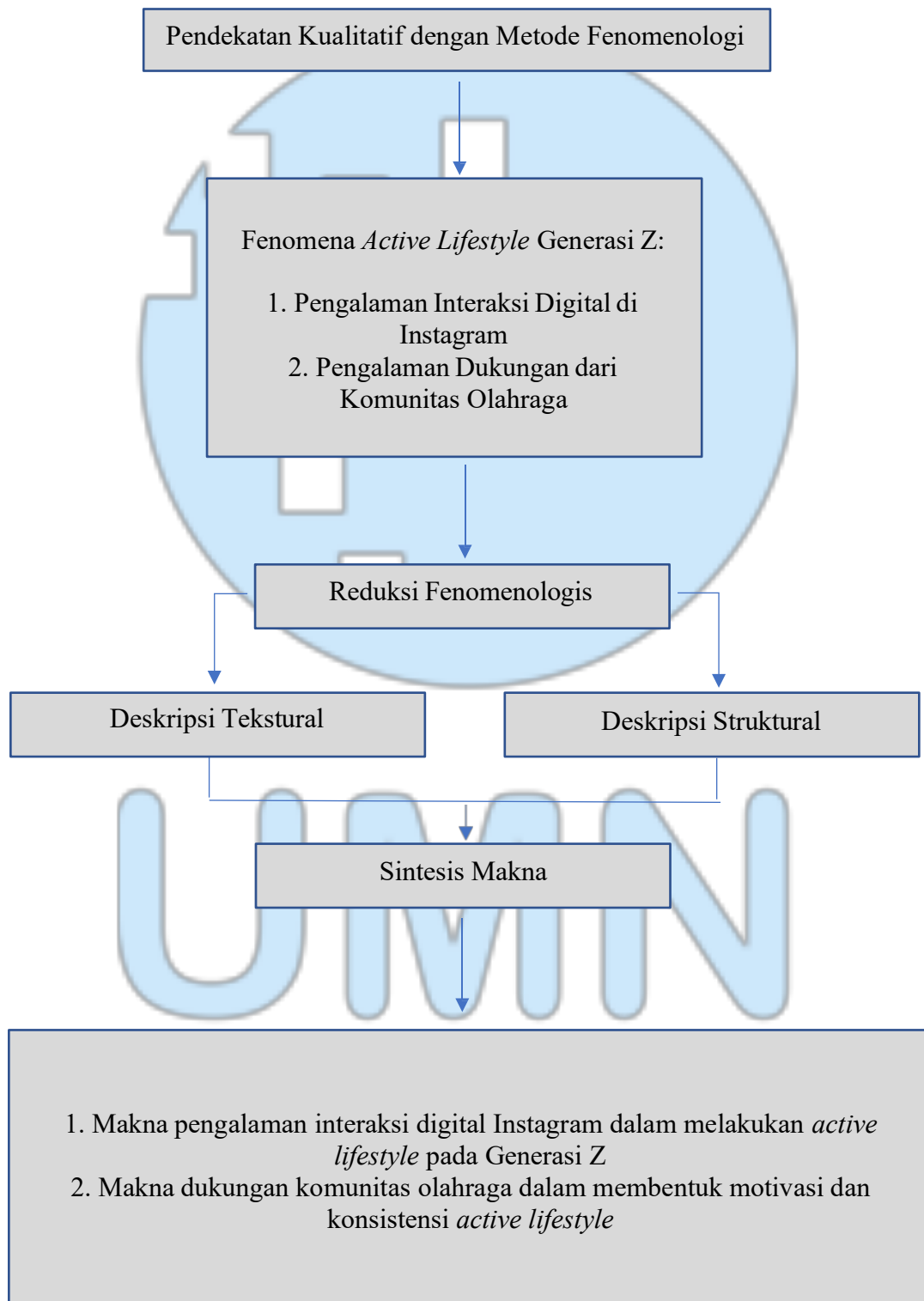
Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran digunakan untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z dalam melakukan *active lifestyle* melalui interaksi digital di Instagram dan dukungan komunitas olahraga. Kerangka ini didasarkan pada pandangan bahwa *active lifestyle* pada Generasi Z dapat dipengaruhi oleh pengalaman sosial, interaksi digital, dan hubungan interpersonal yang mereka alami di lingkungan komunitas olahraga.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode fenomenologi untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai pengalaman mereka secara sadar dan subjektif. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian berfokus pada pengalaman hidup partisipan dalam menjalani *active lifestyle*, mulai dari pengalaman interaksi digital di Instagram, dukungan sosial dalam komunitas olahraga, hingga proses terbentuknya motivasi dan

konsistensi. Peneliti akan melakukan reduksi fenomenologis untuk menggali pengalaman partisipan secara mendalam dengan pengelompokkan tema, kemudian mendeskripsikannya ke dalam deskripsi tekstural dan deskripsi struktural untuk menemukan sintesis makna dari pengalaman tersebut.



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2026