

Konstruksi Identitas Pelari Digital: Manajemen Kesan Pengguna Strava dalam Perspektif Dramaturgi

Lubnatul Syarbanu¹, Meistra Budiasa²

Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945, Jakarta^{1,2}

*Email Korespodensi: lubnatul06@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted 25-07-2026

Received 27-07-2026

Published 01-08-2026

Keywords:

Identity Construction;
Dramaturgy;
Strava

Kata Kunci:

Konstruksi Identitas,
Dramaturgi,
Strava

ABSTRACT

This study examines the construction of digital identity among runners who use Strava through Erving Goffman's dramaturgical perspective, focusing on the management of front stage and back stage in the practice of sharing running activities in digital space. The study aims to analyze how urban runners who use Strava construct their digital identity through self-presentation, impression management, and digital social interaction such as kudos and comments. This research applies a qualitative approach with a descriptive research type. Data were collected through in-depth interviews with eight informants who are active Strava users in Jakarta, nonparticipant observation of the informants' Strava accounts, and documentation of running activity uploads. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman and interpreted through Goffman's dramaturgical theory. The results show that the use of Strava is not merely understood as a sports-tracking application, but also as a medium of self-documentation and self-evaluation, a space for self-presentation, and an arena of impression management. The main findings reveal that Strava users selectively display their best-performing activities on the front stage (public uploads) and conceal negative experiences such as fatigue, injury, or failure to reach targets on the back stage. Social interactions in the form of kudos and comments function as a form of social recognition that reinforces motivation, although not all users regard them as determinants of identity. Authenticity remains a value strongly upheld by the majority of users, who prefer to display genuine progress rather than manipulate their performance. This study concludes that the construction of runner identity on Strava is the result of negotiation between personal experience, impression management, and social response, positioning Strava as a digital space that not only records sporting activity but also becomes an arena for the formation of meaning and social identity.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konstruksi identitas digital pelari pengguna Strava melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman, dengan fokus pada pengelolaan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) dalam praktik membagikan aktivitas lari di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pelari urban pengguna Strava mengonstruksi identitas

digitalnya melalui presentasi diri, pengelolaan kesan, serta interaksi sosial digital seperti kudos dan komentar. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap delapan informan yang merupakan pengguna aktif Strava di Jakarta, observasi nonpartisipan terhadap akun Strava informan, dan dokumentasi unggahan aktivitas lari. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta dianalisis dengan teori dramaturgi Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Strava tidak hanya dimaknai sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga sebagai media dokumentasi dan evaluasi diri, ruang presentasi diri, serta arena pengelolaan kesan. Temuan utama mengungkapkan bahwa pengguna Strava secara selektif menampilkan aktivitas dengan performa terbaik di *front stage* (unggahan publik) dan menyembunyikan pengalaman negatif seperti kelelahan, cedera, atau kegagalan mencapai target di *back stage*. Interaksi sosial berupa kudos dan komentar berfungsi sebagai bentuk pengakuan sosial yang memperkuat motivasi, namun tidak semua pengguna menjadikannya sebagai faktor penentu identitas. Nilai autentisitas tetap dijaga oleh mayoritas pengguna, yang lebih memilih menampilkan progres nyata dibandingkan manipulasi performa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi identitas pelari di Strava merupakan hasil negosiasi antara pengalaman personal, pengelolaan kesan, dan respons sosial, yang menjadikan Strava sebagai ruang digital yang tidak hanya merekam aktivitas olahraga tetapi juga menjadi arena pembentukan makna dan identitas sosial.

PENDAHULUAN

Aktivitas lari telah mengalami transformasi yang signifikan di Indonesia. Kegiatan yang semula dipandang sebagai aktivitas untuk menjaga kebugaran fisik kini telah berkembang menjadi fenomena sosial yang sarat makna budaya (Dwianto & Rahardini, 2021). Transformasi tersebut terlihat dari ramainya ruang publik seperti taman kota dan kawasan olahraga yang dipenuhi oleh pelari dari berbagai latar belakang usia dan profesi (Manurung et al., 2025). Perubahan tersebut juga ditandai dengan semakin berkembangnya komunitas lari di berbagai kota besar Indonesia serta meningkatnya partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan lari (Dwianto & Rahardini, 2021). Perkembangan komunitas dan budaya lari tersebut kemudian semakin diperkuat oleh hadirnya teknologi digital yang mengubah cara individu berinteraksi, mendokumentasikan, dan memaknai aktivitas olahraga. Kemajuan media digital juga telah mengubah cara individu membangun identitas dan citra diri (Hollenbaugh, 2021). Media sosial tidak lagi hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang presentasi diri yang memungkinkan aktivitas sehari-hari, termasuk olahraga, dipublikasikan, dikonsumsi, dan memperoleh penilaian dari orang lain (Luik, 2011).

Aktivitas yang sebelumnya bersifat privat, seperti olahraga, kini dapat dikonsumsi dan dinilai secara sosial melalui platform digital. Dalam konteks komunitas lari, dokumentasi aktivitas melalui kamera, unggahan media sosial, serta penggunaan aplikasi kebugaran tidak lagi sekadar berfungsi sebagai arsip kegiatan, tetapi menjadi sarana representasi diri dan kolektif (Rahmi et al., 2025). Perkembangan tersebut turut mendorong meningkatnya penggunaan aplikasi kebugaran digital yang mengintegrasikan pencatatan aktivitas olahraga dengan interaksi sosial. Salah satu platform yang paling menonjol adalah Strava. Laporan Strava (2025) menunjukkan bahwa aplikasi ini telah digunakan oleh lebih dari 180 juta pengguna di 185 negara. Selain itu, jumlah klub dalam platform tersebut meningkat hampir empat kali lipat hingga mencapai satu juta klub, sementara *running club* menjadi kategori dengan pertumbuhan tercepat, yaitu sekitar 3,5 kali dibandingkan tahun sebelumnya. Sepanjang tahun 2025, pengguna Strava juga saling memberikan sekitar 14 miliar *kudos*, yang menunjukkan bahwa Strava tidak lagi sekadar berfungsi sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial yang memungkinkan pengguna membangun jejaring, memperoleh pengakuan, serta mengonstruksi identitasnya melalui aktivitas olahraga yang dibagikan.

Sebagai aplikasi pelacakan olahraga berbasis GPS, Strava memungkinkan pengguna merekam berbagai aktivitas fisik, seperti lari dan bersepeda, melalui data jarak, waktu, kecepatan, tempo, rute, serta estimasi kalori yang terbakar (Faizah et al., 2024; Nasution et al., 2025). Data tersebut dapat disimpan sebagai catatan pribadi maupun dibagikan kepada pengguna lain disertai foto, deskripsi aktivitas, dan berbagai bentuk interaksi sosial. Sejak diluncurkan pada tahun 2009, Strava telah menghimpun jutaan data aktivitas olahraga dari pengguna di berbagai belahan dunia (Simanungkalit et al., 2025). Secara ideal, Strava dikembangkan sebagai aplikasi yang mendukung gaya hidup sehat melalui pencatatan aktivitas fisik secara personal dan objektif. Namun, dalam praktiknya, pengguna tidak hanya memanfaatkan Strava sebagai alat pemantau kebugaran, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun dan menampilkan citra diri kepada audiens digital. Pengguna cenderung memilih aktivitas tertentu untuk dipublikasikan sebagai bagian dari strategi manajemen kesan, sementara pengalaman yang kurang sesuai dengan citra yang ingin dibangun, seperti kelelahan, cedera, kegagalan mencapai target, atau bahkan penggunaan foto lama maupun manipulasi data aktivitas, tetap disembunyikan dari publik.

Bahkan, fenomena "joki Strava" (*Strava mules*) muncul di mana pengguna membayar orang lain untuk merekam aktivitas lari atas nama mereka demi memperoleh pengakuan sosial (Ziebart, 2024), menunjukkan bahwa tekanan untuk menampilkan citra pelari yang ideal telah mendorong praktik manipulasi identitas yang ekstrem. Fenomena tersebut sejalan dengan perspektif dramaturgi Goffman (1959), yang menjelaskan bahwa individu menampilkan "panggung depan" (*front stage*) kepada audiens, sedangkan pengalaman yang tidak ingin diperlihatkan berada pada "panggung belakang" (*back stage*). Selain itu, fitur interaksi seperti *kudos* dan komentar turut menghadirkan bentuk pengakuan sosial yang dapat memengaruhi perilaku olahraga maupun persepsi diri pengguna (Afriza et al., 2025; Aldila & Widayatama,

2025). Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara fungsi ideal Strava sebagai alat kesehatan pribadi dan praktik penggunaannya sebagai sarana konstruksi identitas digital yang performatif (Nor & Setyastuti, 2025). Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Strava tidak lagi cukup dipahami hanya sebagai aktivitas pencatatan olahraga, tetapi juga sebagai proses komunikasi yang melibatkan pembentukan identitas digital.

Sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara olahraga, media digital, dan pembentukan identitas. Dwianto & Rahardini (2021) menunjukkan bahwa fenomena pelari di perkotaan merupakan bagian dari praktik gaya hidup dan pencitraan kelas menengah urban yang menjadikan lari sebagai simbol status sosial. Manurung et al. (2025) menjelaskan bahwa fenomena pelari "kalcer" tidak hanya tentang gaya hidup, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan identitas dan eksistensi diri di ruang publik. Sementara itu, Faizah et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan aplikasi kebugaran berbasis insentif dipengaruhi oleh faktor motivasi dan dukungan sosial yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji bagaimana pelari pengguna Strava melakukan manajemen kesan melalui pengelolaan *front stage* dan *back stage* dalam membangun identitas digital. Selain itu, belum banyak penelitian yang menelaah bagaimana proses kurasi aktivitas lari, pemilihan waktu unggahan, serta respons terhadap *kudos* dan komentar menjadi bagian dari strategi presentasi diri pengguna Strava. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji konstruksi identitas pelari pengguna Strava melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana pelari urban pengguna Strava mengonstruksi identitas digitalnya melalui pengelolaan *front stage* dan *back stage* dalam praktik membagikan aktivitas lari di ruang digital, serta bagaimana interaksi sosial digital, seperti *kudos* dan komentar, turut berperan dalam membentuk presentasi diri pengguna di dalam platform Strava. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses konstruksi identitas pelari urban pengguna Strava melalui pengelolaan *front stage* dan *back stage* dalam praktik membagikan aktivitas lari di ruang digital. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam memahami konstruksi identitas digital, presentasi diri, dan manajemen kesan dalam konteks penggunaan media digital berbasis kebugaran. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi pengguna aplikasi kebugaran, komunitas lari, serta pengembang platform digital dalam memahami dampak sosial penggunaan aplikasi kebugaran terhadap pembentukan identitas digital serta perilaku pengguna dalam memanfaatkan platform tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses konstruksi identitas pelari pengguna Strava melalui pengalaman, pemaknaan, serta

praktik penggunaan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang dijelaskan Creswell (2018), pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi bagaimana pengguna memaknai aktivitas berlari, mengelola presentasi diri, serta membangun identitas digital melalui interaksi yang berlangsung di dalam platform Strava. Jenis penelitian deskriptif digunakan karena penelitian ini berupaya menggambarkan fenomena konstruksi identitas pelari pengguna Strava sebagaimana terjadi di lapangan berdasarkan pengalaman para informan. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis maupun menjelaskan hubungan sebab akibat, melainkan mendeskripsikan bagaimana pengguna Strava membangun, menampilkan, dan mengelola identitas digitalnya melalui aktivitas yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan kepada audiens.

Penelitian ini dilakukan di kota Jakarta, tepatnya di Gelora Bung Karno (GBK). Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua pengguna Strava memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian mengenai konstruksi identitas digital. Kriteria informan meliputi: pengguna yang telah aktif menggunakan aplikasi Strava selama minimal enam bulan, menggunakan Strava untuk merekam aktivitas lari, pernah membagikan aktivitas lari melalui fitur Strava maupun media sosial, serta bersedia menjadi informan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian, namun tetap memberikan keleluasaan kepada informan untuk mengembangkan jawaban sesuai pengalaman yang dimiliki. Wawancara difokuskan untuk menggali pengalaman informan mengenai makna aktivitas berlari, alasan menggunakan Strava, bentuk identitas yang ingin ditampilkan, aktivitas yang dipilih untuk dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan, pertimbangan dalam mengelola unggahan, serta pengalaman mereka terhadap berbagai bentuk interaksi sosial seperti pemberian *kudos* dan komentar. Selain itu, wawancara juga menggali pengalaman informan mengenai berbagai bentuk *impression management*, seperti kecenderungan memilih aktivitas tertentu untuk dipublikasikan, penggunaan dokumentasi yang diambil pada waktu berbeda, maupun pandangan mereka terhadap praktik manipulasi data aktivitas. Seluruh proses wawancara dilakukan atas persetujuan informan, direkam, kemudian ditranskripsikan secara verbatim sebagai data utama penelitian.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan observasi nonpartisipan terhadap akun Strava para informan untuk mengamati bentuk presentasi diri yang ditampilkan melalui unggahan aktivitas lari, seperti data jarak tempuh, *pace*, waktu, dokumentasi foto, deskripsi aktivitas, serta bentuk interaksi yang muncul pada setiap unggahan. Observasi dilakukan tanpa keterlibatan peneliti dalam aktivitas informan sehingga data yang diperoleh menggambarkan praktik penggunaan Strava sebagaimana berlangsung secara alami. Dokumentasi berupa tangkapan layar aktivitas Strava, dokumentasi proses wawancara, serta dokumen pendukung

lainnya digunakan untuk melengkapi sekaligus memperkuat data hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai *human instrument*, yaitu instrumen utama yang terlibat secara langsung dalam seluruh proses penelitian, mulai dari menentukan informan, melakukan wawancara, melakukan observasi, mengumpulkan dokumentasi, hingga menginterpretasikan data penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman (1994) yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasi data hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti memahami hubungan antardata, membandingkan pengalaman antar informan, serta mengidentifikasi pola yang muncul. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan menginterpretasikan temuan penelitian menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman untuk memahami bagaimana pelari pengguna Strava mengonstruksi identitas digitalnya melalui praktik *front stage*, *back stage*, dan *impression management*. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, hasil observasi terhadap akun Strava informan, serta dokumentasi yang diperoleh selama penelitian. Peneliti juga melakukan klarifikasi kepada informan apabila terdapat informasi yang belum jelas.

Tabel 1. Ringkasan Desain dan Prosedur Penelitian

Aspek	Keterangan
Pendekatan	Kualitatif deskriptif
Lokasi penelitian	Jakarta (Gelora Bung Karno/GBK)
Teknik pengambilan informan	<i>Purposive sampling</i>
Jumlah informan	8 Orang (pengguna aktif Strava)
Kriteria informan	Aktif menggunakan Strava ≥ 6 bulan; menggunakan Strava untuk merekam aktivitas lari; pernah membagikan aktivitas lari; bersedia menjadi informan
Teknik pengumpulan data	Wawancara mendalam semi terstruktur, observasi nonpartisipan, dokumentasi
Teknik analisis data	Model interaktif Miles & Huberman (1994): reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi
Kerangka interpretasi	Teori dramaturgi Erving Goffman (<i>front stage</i> , <i>back stage</i> , <i>impression management</i>)

Aspek	Keterangan
Keabsahan data	Triangulasi teknik dan klarifikasi kepada informan

HASIL DAN PEMBAHASAN

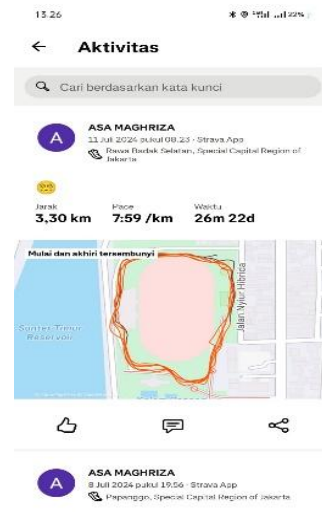
Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Strava tidak hanya dimaknai sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga sebagai media yang membentuk identitas pelari dalam ruang digital. Berdasarkan proses analisis data menggunakan model Miles & Huberman (1994), diperoleh empat tema utama yang menggambarkan bagaimana pengguna memaknai aktivitas berlari, menampilkan diri melalui Strava, serta mengelola identitasnya di hadapan pengguna lain.

Tabel 2. Tema Utama Hasil Penelitian

No.	Tema	Inti Temuan
1	Strava sebagai Media Dokumentasi dan Evaluasi Diri	Strava berfungsi sebagai arsip digital dan alat evaluasi performa; identitas dibangun melalui refleksi terhadap data pribadi sebelum dipresentasikan ke publik
2	Presentasi Diri sebagai Pelari di Ruang Digital	Pengguna menampilkan identitas sebagai individu sehat-konsisten, pelari yang sedang berkembang, dan melakukan seleksi informasi yang ditampilkan
3	Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management</i>) dalam Unggahan	Pengelolaan kesan terwujud melalui seleksi aktivitas, pengelolaan dokumentasi visual, pengelolaan interaksi dengan audiens, dan upaya mempertahankan autentisitas
4	Respons Sosial, Autentisitas, dan Konstruksi Identitas Pelari	<i>Kudos</i> dan komentar dimaknai berbeda-beda antarpengguna; autentisitas tetap menjadi nilai utama dalam membangun identitas pelari

Strava sebagai Media Dokumentasi dan Evaluasi Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strava tidak hanya dimanfaatkan sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga menjadi media dokumentasi dan evaluasi diri bagi para pengguna. Melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti pencatatan jarak tempuh, durasi latihan, *pace*, detak jantung (*heart rate*), elevasi, hingga riwayat aktivitas, pengguna dapat melihat perkembangan performa olahraga secara berkelanjutan.



Gambar 1. Screenshot riwayat aktivitas lari informan di aplikasi Strava.

Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan memaknai aktivitas berlari sebagai proses untuk menjaga kesehatan, meningkatkan kebugaran, mengurangi stres, sekaligus mengembangkan kemampuan diri secara bertahap. Salah satu informan menjelaskan bahwa fungsi utama Strava adalah untuk mengetahui apakah performa lari mengalami peningkatan atau justru mengalami penurunan dari waktu ke waktu: "*Kalau bagusnya kalau sudah di-upload kita bisa melihat performa kita ada peningkatan atau tidak*" (Ali Mustafa). Pandangan serupa disampaikan oleh Rama yang menekankan fungsi Strava sebagai alat untuk melihat kebugaran diri: "*Kalau saya buat melihat kebugaran diri kita*" (Rama). Informan lain menyatakan bahwa setiap aktivitas olahraganya selalu direkam menggunakan Strava karena aplikasi tersebut berfungsi sebagai alat untuk mengukur hasil latihan: "*Setiap aku lari, aku program latihan, kardio, terus sepedaan juga aku pakai Strava karena penting buat nge-track seberapa jauh kita latihan*" (Nopal). Haikal juga mengatakan hal serupa: "*Strava itu wajib buat saya setiap kali lari. Karena dari situ saya tahu apakah latihan saya efektif atau enggak*" (Haikal). Iqbal menambahkan bahwa Strava membantunya melihat perubahan dan progres: "*Kalau saya ingin merubah diri supaya lebih baik*" (Iqbal).

Menariknya, hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar pengguna tidak memaknai keberhasilan berlari berdasarkan kecepatan atau capaian waktu tertentu, melainkan lebih menekankan pentingnya konsistensi dan perkembangan diri: "*Menurut aku, lari itu tentang progres. Bukan tentang kecepatan, tapi bagaimana aku bisa lebih baik dari hari kemarin*" (Nopal). Pernyataan ini memperlihatkan bahwa identitas pelari dikonstruksi melalui narasi perkembangan (*progress narrative*), bukan semata hasil akhir. Haikal menambahkan: "*Yang penting buat saya itu konsistensi. Saya nggak peduli pace-nya berapa, yang penting saya rutin lari dan merasa lebih baik dari minggu lalu*" (Haikal). Selain sebagai alat evaluasi performa, Strava juga berfungsi sebagai arsip digital (*digital archive*) bagi aktivitas olahraga pengguna: "*Aku selalu nara progres. Jadi aku tahu, oh aku pernah lari segini. Aku pernah lari dengan pace segini. Jadi aku tahu progres aku sendiri*" (Nopal).

Dalam perspektif dramaturgi Goffman (1959), proses pendokumentasian tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari pembentukan identitas diri (*self-presentation*). Sebelum seorang individu menampilkan dirinya kepada orang lain, ia terlebih dahulu membangun pemahaman mengenai siapa dirinya melalui pengalaman sehari-hari. Berbeda dengan media sosial seperti Instagram atau TikTok yang lebih menonjolkan aspek visual dan estetika, Strava justru menampilkan data performa olahraga secara objektif sehingga identitas yang terbentuk juga berasal dari rekam jejak aktivitas yang menunjukkan konsistensi. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pengguna merasakan kehilangan ketika aktivitas olahraga tidak berhasil direkam oleh Strava: "*Kalau sudah lari ternyata belum di-start, itu nyesek*" (Ali Mustafa). Hal ini memperlihatkan bahwa fungsi dokumentasi menjadi lebih dominan dibandingkan fungsi komunikasi sosial. Strava juga menjadi media evaluasi terhadap target latihan; salah satu informan menjelaskan bahwa ketika mengalami cedera atau gagal mencapai target, ia tetap mengunggah hasil aktivitas tersebut sebagai bahan evaluasi: "*Aku tetap upload. Terus aku recovery, aku evaluasi gimana supaya lebih baik ke depannya*" (Nopal).

Dari keseluruhan temuan tersebut dapat dipahami bahwa konstruksi identitas pelari pada pengguna Strava diawali dari hubungan antara individu dengan dirinya sendiri. Sebelum memperoleh pengakuan dari pengguna lain, individu terlebih dahulu membangun identitas melalui proses mendokumentasikan aktivitas, mengevaluasi perkembangan, serta merefleksikan pengalaman berlari yang telah dilakukan. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa Strava telah mengalami pergeseran fungsi dari sekadar aplikasi pelacak olahraga menjadi ruang digital yang menyimpan perjalanan personal pengguna, sehingga dokumentasi digital melalui Strava menjadi fondasi awal dalam proses konstruksi identitas pelari sebelum identitas tersebut kemudian dipresentasikan kepada khalayak.

Presentasi Diri sebagai Pelari di Ruang Digital

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Strava tidak hanya dimaknai sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga menjadi ruang bagi pengguna untuk membangun dan menampilkan identitas dirinya sebagai pelari. Meskipun setiap informan memiliki motivasi yang berbeda, seluruhnya melakukan proses presentasi diri ketika memutuskan aktivitas apa yang akan dibagikan, bagaimana aktivitas tersebut ditampilkan, serta kepada siapa aktivitas tersebut diperlihatkan. Berdasarkan hasil reduksi data, presentasi diri yang dilakukan informan dapat dipahami melalui tiga bentuk utama: menampilkan identitas sebagai individu yang sehat dan konsisten, membangun citra sebagai pelari yang sedang berkembang, serta melakukan pengelolaan terhadap informasi yang ditampilkan kepada audiens.



Gambar 2. Dokumentasi unggahan aktivitas lari informan di Instagram Story dari aplikasi Strava

Sebagian besar informan memaknai unggahan Strava sebagai cara menunjukkan bahwa mereka menjalani gaya hidup sehat, bukan semata-mata sebagai atlet profesional. Beberapa informan secara eksplisit mengakui bahwa unggahan mereka memiliki unsur *personal branding*. Hal ini sejalan dengan temuan Pahalmas et al. (2025) bahwa dalam budaya lari kontemporer, pelari tidak lagi hanya mengejar kesehatan, tetapi juga membangun citra diri melalui media sosial dan konsumsi simbol-simbol status tertentu. Salah seorang informan yang aktif mengikuti berbagai kegiatan lari menyatakan bahwa Strava juga digunakan sebagai media *branding* dirinya sebagai *running enthusiast*, bahkan mengakui pernah mengunggah foto dokumentasi lama ketika tidak memiliki dokumentasi terbaru yang layak dibagikan; baginya, penggunaan foto lama bukan bertujuan memalsukan aktivitas, melainkan mempertahankan representasi dirinya sebagai seseorang yang aktif berlari. "*misalkan saya butuh foto untuk branding biasanya saya pakai foto lama, mungkin satu minggu yang lalu atau race minggu yang lalu*" (Ali Mustafa). Meskipun demikian, tidak semua informan memandang Strava sebagai media untuk membangun citra diri. Beberapa informan menolak anggapan bahwa mereka melakukan *branding*, dan menegaskan bahwa tujuan utama menggunakan Strava adalah mencatat aktivitas, mengukur performa, dan menjaga kesehatan. Rama menyatakan: "*Saya sih enggak terlalu peduli sama branding-branding gitu. Yang penting saya lari, terus saya catat di Strava. Kalau ada yang lihat ya sudah, kalau enggak ya enggak apa-apa*" (Rama).

Hasil penelitian juga menemukan adanya bentuk kurasi terhadap konten yang diunggah. Temuan ini selaras dengan Russell et al. (2026) bahwa tidak semua pengalaman selama berlari dipublikasikan kepada pengguna lain. Beberapa informan mengakui bahwa mereka memilih untuk tidak mengunggah aktivitas ketika performa sedang buruk, *pace* terlalu lambat, atau jarak yang ditempuh dianggap kurang memuaskan, dan hanya membagikan aktivitas yang dianggap "bagus" agar memberikan kesan positif. "*Kalau misalnya lagi jelek performnya atau memang niatnya*

fun doang larinya, biasanya nggak aku upload. Kalau pace-nya jelek juga malu" (Haikal). "Yang ditampilkan tuh yang menurut saya bagus aja" (Rafa).

Sebaliknya, terdapat pula informan yang memilih tetap mengunggah seluruh aktivitas tanpa memedulikan hasil akhirnya, karena menunjukkan proses yang sebenarnya dianggap jauh lebih penting dibandingkan mempertahankan citra sebagai pelari yang selalu berhasil: *"Aku tetap upload sih. Terus cara aku menyikapi itu ya recovery, evaluasi gimana supaya lebih baik ke depannya"* (Nopal). Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa praktik presentasi diri di Strava tidak bersifat seragam – ada yang menekankan pencitraan positif melalui seleksi konten, ada pula yang lebih menonjolkan autentisitas.

Di sisi lain, mayoritas informan menolak penggunaan manipulasi data Strava. Mereka mengaku tidak pernah mengubah data *pace*, jarak, maupun waktu tempuh hanya untuk terlihat lebih hebat, bahkan sebagian baru mengetahui bahwa manipulasi data semacam itu dapat dilakukan. Hanya satu informan yang mengaku pernah mencoba manipulasi data, tetapi dalam konteks profesional ketika menjadi juri sebuah kompetisi lari, dengan tujuan memahami celah kecurangan agar dapat melakukan penilaian secara lebih objektif. Interaksi sosial melalui fitur *kudos* dan komentar juga menjadi bagian dari proses presentasi diri. Hal ini sejalan dengan temuan Aryatama et al. (2024) yang menunjukkan bahwa fitur-fitur sosial di Strava dapat membantu pengguna menemukan motivasi dan memperluas keterlibatan dalam berolahraga. Namun terdapat pula informan yang mengaku tidak terlalu memedulikan jumlah *kudos* maupun komentar karena motivasi utama berasal dari diri sendiri: *"Aku sih nggak berpengaruh ya, karena aku sendiri berlari untuk menghilangkan stres"* (Asha).

Apabila dikaitkan dengan teori dramaturgi Goffman, temuan ini menunjukkan bahwa Strava dapat dipahami sebagai *front stage*, yaitu ruang tempat pengguna menampilkan identitas yang ingin dilihat oleh orang lain, sedangkan pengalaman seperti rasa lelah, cedera, kegagalan mencapai target, atau keraguan terhadap kemampuan diri lebih sering berada pada wilayah *back stage*. Meskipun demikian, batas antara *front stage* dan *back stage* pada Strava tidak selalu bersifat kaku, karena sebagian pengguna justru memilih membagikan pengalaman yang kurang menyenangkan sebagai bagian dari proses latihan – menunjukkan bahwa autentisitas juga menjadi strategi presentasi diri.

Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) dalam Unggahan Strava

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengguna Strava juga melakukan proses pengelolaan kesan (*impression management*) ketika membagikan aktivitas larinya kepada publik. Berdasarkan hasil reduksi data, pengelolaan kesan yang dilakukan pengguna Strava dapat dipahami melalui empat bentuk utama, yaitu seleksi terhadap aktivitas yang diunggah, pengelolaan dokumentasi visual, pengelolaan interaksi dengan audiens, serta upaya mempertahankan autentisitas sebagai pelari.

Tabel 3. Bentuk Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) Pengguna Strava

Bentuk Pengelolaan Kesan	Contoh Praktik	Kutipan Informan
Seleksi aktivitas yang diunggah	Tidak mengunggah aktivitas dengan performa buruk atau <i>pace</i> lambat	"...kalau misalnya lagi jelek performanya atau memang niatnya fun doang larinya, biasanya nggak aku upload. Kalau <i>pace</i> -nya jelek juga malu" (Haikal); "...yang ditampilin tuh yang menurut saya bagus aja" (Rafa)
Konsistensi mengunggah tanpa seleksi	Tetap mengunggah seluruh aktivitas sebagai bagian dari proses, termasuk kegagalan	"Aku tetap upload sih. Terus cara aku menyikapi itu ya <i>recovery</i> , evaluasi gimana supaya lebih baik ke depannya" (Nopal)
Pengelolaan dokumentasi visual	Menggunakan foto lama atau menjadwalkan unggahan demi kelengkapan representasi visual	"...misalkan saya butuh foto untuk branding biasanya saya pakai foto lama, mungkin satu minggu yang lalu atau <i>race</i> minggu yang lalu" (Ali Mustafa)
Menjaga autentisitas data	Menolak manipulasi <i>pace</i> , jarak, atau waktu tempuh	"Pure berapapun <i>pace</i> -nya ini aku nggak peduli sih. Yang penting itu progres diri aku sendiri" (Nopal); "Sesuai aja hasilnya. Real aja" (Faisal)
Pengecualian manipulasi (konteks profesional)	Mencoba manipulasi data untuk memahami celah kecurangan sebagai juri lomba	"Pernah nyoba karena untuk penelitian saya sih. Waktu itu saya jadi juri lomba Strava, jadi saya harus tahu celah-celah <i>cheating</i> supaya bisa menilai peserta" (Ali Mustafa)
Pengelolaan interaksi dengan audiens	Memaknai <i>kudos</i> /komentar sebagai motivasi, atau justru mengabaikannya	"Komentar positif itu bikin senang karena berarti kita berhasil memotivasi orang. Kalau komentar negatif justru jadi bahan bakar buat latihan lagi" (Nopal); "Aku sih nggak berpengaruh ya, karena aku sendiri berlari untuk menghilangkan stres" (Asha)

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengguna membedakan secara jelas antara pengelolaan kesan dengan manipulasi identitas. Pengelolaan kesan dilakukan melalui pemilihan konten, dokumentasi, maupun narasi, sedangkan manipulasi data dianggap sebagai tindakan yang bertentangan dengan nilai sportivitas dalam komunitas pelari. Haikal menegaskan: "Saya nggak akan pernah manipulasi data. Buat apa? Lari itu kan buat diri sendiri, bukan buat pamer. Kalau saya curang, saya hanya bohongin diri sendiri" (Haikal). Selain itu, beberapa informan mengaku pernah mengalami fase ketika mereka merasa terdorong untuk terus mengunggah aktivitas olahraga pada masa awal menggunakan Strava: "Pernah. Pas lagi rajin-rajinnnya, kayak ada target

untuk lari per minggu. Kalau nggak lari rasanya pengen lari terus" (Asha); "Pernah waktu lagi semangat-semangatnya lari" (Rafa). Namun setelah penggunaan berlangsung lebih lama, sebagian besar informan mengaku tidak lagi merasa harus selalu membagikan aktivitas olahraga, dan mulai memandang Strava lebih sebagai alat dokumentasi dibandingkan media untuk memperoleh perhatian dari orang lain. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa strategi pengelolaan kesan bersifat dinamis dan berkembang mengikuti pengalaman pengguna.

Apabila dikaitkan dengan teori dramaturgi Goffman, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strava berfungsi sebagai *front stage* tempat pengguna menentukan aktivitas yang akan dipublikasikan, memilih dokumentasi visual, serta mengelola interaksi dengan audiens agar kesan yang muncul sesuai dengan citra yang diharapkan, sementara pengalaman seperti rasa lelah, cedera, latihan yang gagal, maupun keraguan terhadap kemampuan diri lebih banyak berada pada wilayah *back stage*. Meskipun demikian, batas antara keduanya tidak sepenuhnya tegas, karena sebagian pengguna justru memilih membagikan kegagalan sebagai bentuk kejujuran terhadap proses latihan – menunjukkan bahwa autentisitas juga merupakan bentuk pengelolaan kesan. Secara keseluruhan, pengelolaan kesan dalam penggunaan Strava tidak identik dengan pencitraan yang berlebihan ataupun manipulasi identitas, melainkan lebih banyak berupa pengelolaan informasi agar mampu merepresentasikan identitas yang ingin ditampilkan.

Respons Sosial, Autentisitas, dan Konstruksi Identitas Pelari

Temuan penelitian menunjukkan bahwa identitas pelari yang dibangun melalui Strava tidak hanya berasal dari aktivitas berlari itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana pengguna memaknai respons sosial yang diterima, menjaga autentisitas aktivitasnya, serta mengonstruksi identitas dirinya di ruang digital. Dalam perspektif dramaturgi Goffman (1959), identitas seseorang tidak pernah berdiri sendiri, melainkan selalu terbentuk melalui interaksi dengan audiens – dalam konteks Strava, audiens hadir dalam bentuk pengikut (*followers*), teman lari, komunitas, maupun pengguna lain yang memberikan *kudos* atau komentar.

Bagi sebagian informan, *kudos* dan komentar memang memberikan motivasi: "Oh iya itu pengaruh juga sih. Bikin makin motivasi juga" (Faisal); "Kalau komentar positif, terkadang kita merasa berhasil memotivasi orang, kita tuh senang. Kalau komentar negatif sendiri tuh aku ngerasa jadi bahan bakar buat diri aku sendiri buat lebih semangat lagi latihan" (Nopal). Rama menambahkan: "Kudos dan komentar sih menurut saya jadi motivasi tambahan. Apalagi kalau dari teman-teman komunitas, rasanya senang aja karena kita saling support" (Rama). Iqbal justru memiliki pandangan berbeda, ia mengaku tidak terlalu memedulikan *kudos* dan memilih menjaga akunnya tetap privat: "Kalau aku sih sejauh ini, aku nggak mau kayak gitu sih. Cuman sekedar private aja. Sama karena nggak terlalu penting juga" (Iqbal).

Dalam perspektif Goffman, audiens memiliki peran penting dalam mempertahankan keberhasilan sebuah pertunjukan (*performance*); respons audiens memengaruhi bagaimana individu melanjutkan atau memperbaiki penampilan dirinya. Namun, tidak semua informan

menganggap respons sosial sebagai sesuatu yang penting: "Nggak terlalu pengaruh sih buat saya" (Ali Mustafa); "Aku sih nggak berpengaruh ya, karena aku sendiri berlari untuk menghilangkan stres. Kalau ada yang komen ya syukur, aku suka lari soalnya" (Asha); "Nggak juga sih sebenarnya" (Rafa). Haikal juga menyatakan pandangan serupa: "Saya lari buat diri sendiri, bukan buat orang lain. Kalau dapat kudos ya senang, tapi kalau enggak juga nggak masalah. Yang penting saya sudah lari" (Haikal).

Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik seperti kesehatan, kebugaran, maupun kesenangan berlari pada sebagian pengguna jauh lebih dominan dibandingkan motivasi ekstrinsik berupa respons dari orang lain.

Tabel 4. Variasi Makna Respons Sosial (*Kudos* dan Komentar) di Kalangan Informan

Orientasi	Deskripsi	Kutipan Perwakilan
Respons sosial sebagai motivasi	<i>Kudos/komentar</i> dimaknai sebagai pengakuan yang memperkuat semangat berlatih	"Oh iya itu pengaruh juga sih. Bikin makin motivasi juga" (Faisal); "Kudos dan komentar sih menurut saya jadi motivasi tambahan" (Rama)
Respons sosial sebagai refleksi	Komentar positif maupun negatif sama-sama dijadikan dorongan untuk berkembang	"Kalau komentar negatif sendiri tuh aku ngerasa jadi bahan bakar buat diri aku sendiri buat lebih semangat lagi latihan" (Nopal)
Respons sosial tidak berpengaruh	Aktivitas berlari dan mengunggah tetap dilakukan tanpa bergantung pada respons audiens	"Nggak terlalu pengaruh sih buat saya" (Ali Mustafa); "Sama karena nggak terlalu penting juga" (Iqbal)
Motivasi intrinsik lebih dominan	Berlari dimaknai sebagai kebutuhan pribadi (mis. pereda stres), bukan demi validasi sosial	"Aku sih nggak berpengaruh ya, karena aku sendiri berlari untuk menghilangkan stres" (Asha); "Saya lari buat diri sendiri, bukan buat orang lain" (Haikal)

Selain respons sosial, autentisitas menjadi nilai yang sangat dijaga oleh para pengguna Strava. Hampir seluruh informan menolak praktik manipulasi data ataupun rekayasa performa karena dianggap bertentangan dengan makna olahraga itu sendiri: "Oh nggak pernah sih, belum pernah selama ini. Sesuai aja hasilnya" (Faisal); "Jujur belum pernah. Lebih baik emang nggak ditampilin aja" (Rafa); "Belum pernah denger" (Asha); "Malah aku baru tahu ada manipulasi kayak gitu. Aku nggak pernah pakai kayak gitu-gitu. Pure berapapun pace-nya aku nggak peduli, yang penting progres diri aku sendiri" (Nopal). Dalam perspektif dramaturgi, kondisi ini menarik karena pada umumnya individu cenderung berusaha menampilkan kesan terbaik di hadapan audiens; namun pada komunitas pelari Strava, keberhasilan pertunjukan justru sangat bergantung pada keaslian performa yang ditampilkan, karena apabila seorang pelari diketahui memalsukan data aktivitasnya, kredibilitas identitas yang telah dibangun akan runtuh. Temuan berbeda disampaikan oleh Ali Mustafa, yang mengaku pernah mencoba manipulasi data bukan untuk

kepentingan personal, melainkan untuk kebutuhan profesional sebagai juri lomba: "*Pernah nyoba karena untuk penelitian saya sih. Saya pernah jadi juri lomba Strava, jadi saya harus mencoba kecurangannya di mana, celahnya di mana*" (Ali Mustafa).

Selain persoalan manipulasi data, autentisitas juga terlihat dari bagaimana informan memandang unggahan aktivitas yang kurang memuaskan. Sebagian besar tetap memilih mengunggah hasil lari meskipun performanya tidak maksimal: "*Aku tetap upload sih. Aku recovery, aku evaluasi gimana supaya lebih baik ke depannya*" (Nopal). Sebaliknya, beberapa informan memilih tidak mengunggah aktivitas yang dianggap kurang baik: "*Kalau misalnya lagi jelek performnya biasanya nggak aku upload*" (Haikal); "*Yang ditampilin tuh yang menurut saya bagus aja*" (Rafa). Perbedaan ini menunjukkan bahwa autentisitas tidak selalu berarti seluruh pengalaman ditampilkan secara lengkap – sebagian pengguna tetap melakukan proses seleksi, yang dalam konsep dramaturgi merupakan bentuk *impression management*.

Identitas pelari yang terbentuk melalui Strava juga dibangun melalui nilai-nilai personal yang berbeda antarindividu. Ali Mustafa memaknai dirinya sebagai "*running enthusiast dan juga untuk performance*." Nopal lebih menekankan nilai progres dibandingkan kompetisi: "*Lari tuh semua tentang progres, bukan tentang kecepatan*." Asha memandang identitas pelarinya secara lebih sederhana: "*Aku suka berlari karena buat ngurangin stres*." Sedangkan Faisal menganggap Strava hanya sebagai alat bantu: "*Strava itu aplikasi buat alat pengukur aja*." Perbedaan makna tersebut menunjukkan bahwa identitas digital tidak dibangun secara seragam, melainkan berdasarkan pengalaman hidup, tujuan olahraga, serta nilai yang dianggap penting oleh masing-masing individu.

Dalam perspektif konstruksi sosial, identitas pelari terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi (Berger & Luckmann, 1966). Pada tahap eksternalisasi, pengguna mengekspresikan dirinya melalui aktivitas lari yang direkam menggunakan Strava dan dibagikan kepada publik. Aktivitas tersebut kemudian menjadi objek yang dapat diamati oleh pengguna lain melalui statistik lari, foto, maupun cerita yang menyertainya. Selanjutnya, melalui proses internalisasi, pengguna memaknai kembali identitas yang terbentuk berdasarkan pengalaman pribadi maupun respons sosial yang diterimanya, sehingga identitas pelari bukanlah sesuatu yang statis, melainkan terus berkembang seiring interaksi yang berlangsung di ruang digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Strava tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat pengguna membangun, mempertahankan, dan menegosiasikan identitas dirinya sebagai pelari. Meskipun terdapat variasi motivasi antarpengguna, hampir seluruh informan menunjukkan komitmen terhadap nilai autentisitas – mereka lebih memilih menampilkan progres yang nyata dibandingkan membangun citra melalui manipulasi performa. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunitas Strava, identitas yang dianggap bernilai bukanlah identitas yang sempurna, melainkan identitas yang autentik, konsisten, dan mencerminkan perjalanan olahraga yang sesungguhnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa konstruksi identitas pelari pengguna Strava berlangsung melalui proses yang kompleks dan dinamis. Strava tidak hanya dimanfaatkan sebagai aplikasi pencatat aktivitas olahraga, tetapi juga menjadi media bagi individu untuk mendokumentasikan perjalanan berlari, mengevaluasi perkembangan kemampuan, membangun citra diri, serta berinteraksi dengan pengguna lain. Melalui berbagai fitur yang dimiliki, pengguna memiliki kesempatan untuk menampilkan identitas yang ingin mereka tunjukkan kepada publik.

Analisis menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman menunjukkan bahwa pengguna Strava melakukan berbagai bentuk presentasi diri (*front stage*) melalui unggahan aktivitas, statistik lari, foto, maupun narasi yang dibagikan. Di balik pertunjukan tersebut terdapat proses *impression management*, yaitu pemilihan informasi yang ingin ditampilkan maupun disembunyikan agar sesuai dengan identitas yang ingin dibangun. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa tidak semua pengguna berorientasi pada pencitraan; sebagian besar informan justru memaknai Strava sebagai media dokumentasi progres, evaluasi diri, dan motivasi untuk hidup lebih sehat.

Selain itu, respons sosial berupa *kudos* dan komentar memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap setiap pengguna. Bagi sebagian informan, respons tersebut menjadi bentuk apresiasi yang meningkatkan motivasi, sedangkan bagi informan lain, keberadaan *kudos* dan komentar tidak terlalu memengaruhi aktivitas berlari mereka. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa identitas digital yang terbentuk melalui Strava dipengaruhi oleh pengalaman, tujuan penggunaan aplikasi, serta makna yang diberikan oleh masing-masing individu terhadap aktivitas berlari.

Temuan lain yang menonjol adalah kuatnya nilai autentisitas di kalangan pengguna Strava. Mayoritas informan menolak praktik manipulasi data karena menganggap bahwa nilai utama dalam berlari terletak pada proses, konsistensi, dan perkembangan diri, bukan sekadar pencapaian statistik. Dengan demikian, identitas pelari yang dikonstruksi melalui Strava lebih banyak didasarkan pada pengalaman nyata dibandingkan pencitraan semata.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi identitas pelari pada aplikasi Strava merupakan hasil interaksi antara pengalaman personal, praktik presentasi diri, pengelolaan kesan, serta respons sosial yang diterima dalam ruang digital. Identitas tersebut tidak bersifat tetap, melainkan terus dinegosiasikan melalui setiap aktivitas, unggahan, dan interaksi yang dilakukan pengguna. Dengan demikian, Strava berperan sebagai ruang digital yang tidak hanya merekam aktivitas olahraga, tetapi juga menjadi arena pembentukan makna, representasi diri, dan identitas sosial bagi para pelari.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, R., Syaibani, R., Lubis, I. H., Hrp, N. A., & Sundari, L. (2025). *Media sosial dan pengaruhnya terhadap pembentukan identitas diri remaja di Kelas XII SMAN 1 Kota Langsa*. 3, 359–368.
- Aldila, F., & Widyatama, U. (2025). *Identitas maya dan pengaruh validasi sosial di era media digital*. June.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge* (1st ed.). Doubleday.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dwianto, R. D., & Rahardini, A. (2021). Indonesian middle class as cultural intermediaries, 'running' for trendy urban lifestyle. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(4), 837–844. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2021.42.4.18>
- Faizah, A., Hardian, A. F. A., Nandini, R. D., Handayani, P. W., & Harahap, N. C. (2024). The influence of incentive-based mobile fitness apps on users' continuance intention with gender moderation effects: Quantitative and qualitative study. *JMIR Human Factors*, 11(August 2022), 1–16. <https://doi.org/10.2196/50957>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80–98. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027>
- Luik, J. (2011). *Media sosial dan presentasi diri* (F. Junaedi, Ed.), 108–129.
- Manurung, A. Y., Wira Saragih, H., Ricardo Hutajulu, I., Muhammad Yusuf Siregar, I., & Rafi, M. (2025). Pelari kalcer: Antara identitas, eksistensi, dan gaya hidup. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 4(1), 693–702.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Nasution, W. W., Dirbawanto, N. D., & Siregar, O. M. (2025). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap kepuasan pengguna aplikasi Strava di Kota Medan*. 4(1), 4734–4739.
- Nor, T., & Setyastuti, Y. (2025). *Pengaruh self control terhadap sikap fear of missing out (FoMO) pada pengguna Strava di Kota Banjarmasin*. 2.
- Pahalmas, J. Z., Marleni, Pratiwi, D. P., & Santoso, B. (2025). *Strava and the social reality of Palembang running sports in the study of Pierre Bourdieu*. Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-466-2_8
- Rahmi, S., Awaru, A. O. T., & Idrus, I. I. (2025). *Masyarakat digital dan olahraga urban: Reproduksi identitas sosial komunitas lari di ruang publik Kota Makassar*. 4, 110–119.
- Russell, H. C., Potts, C., King, M., Henrich, L., & Tracey, J. (2026). Strava use in competitive female runners: A qualitative exploration of perceived utility and psychosocial implications. *Psychology of Sport and Exercise*, 85(November 2025), 103136. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2026.103136>
- Simanungkalit, E. T., Andini Triana, A., Soemantri, H. R., Cantika Indraguna, K., Agung, M., Topik, A., Wulandari, Y., & Sukaesih, N. S. (2025). *Olahraga Strava terhadap kebugaran fisik seseorang*. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(1), 1965–1974.
- Strava. (2025, December 3). *Strava releases 12th annual Year in Sport trend report, revealing that*

doomscrolling is out, movement is in [Press release].
Ziebart, G. (2024). *Strava users are paying "mules" to fake their workouts and impress followers*. ITV News. <https://www.itv.com/news/2024-09-09/strava-users-are-paying-mules-to-fake-their-workouts-and-impress-followers>