

Strategi Komunikasi Komunitas Lari Di Kota Bandung Dalam Menjaga Eksistensi Komunitas

Rayhan Kafi Pratama ¹, Dindin Dimiyati ²,

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
rayhankafi@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, rakeanwastu@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The development of running communities in Bandung City indicates that sport activities are no longer understood merely as physical exercise, but also function as social spaces where interaction, collective identity, and community sustainability are formed. In this context, communication strategies play a crucial role in determining how running communities maintain their existence amid urban social dynamics and the rapid growth of digital media. This study is grounded in community communication theory, communication strategy, and digital media utilization, which view communication as a participatory process that fosters engagement and shared meaning within communities. This research employs a qualitative descriptive method to comprehensively understand the communication strategies implemented by running communities in Bandung City. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving community leaders, social media coordinators, community members, and an expert informant. The findings reveal that internal communication serves as the foundation for building social interaction and member solidarity through open and dialogic communication patterns. External communication strategies are conducted to shape community image and identity in the public sphere through consistent and well-planned messaging. Digital media function as a connecting space that integrates internal and external communication, sustains member engagement, and strengthens community visibility to the public. This study concludes that the sustainability of running communities in Bandung City is formed through the interconnection of internal communication, external communication, and digital media utilization as an integrated communication strategy. This research recommends further studies to explore communication strategies in broader community contexts and provides practical insights for community managers in designing participatory, consistent, and adaptive communication strategies in response to digital media developments.

Keywords : Communication Strategy, Community Communication, Running Community, Digital Media, Community Sustainability.

Abstrak

Perkembangan komunitas lari di Kota Bandung menunjukkan bahwa aktivitas olahraga tidak lagi dipahami semata sebagai kegiatan fisik, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang membentuk relasi, identitas bersama, dan keberlanjutan komunitas. Dalam konteks tersebut, strategi komunikasi menjadi aspek penting yang menentukan bagaimana komunitas lari mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika sosial perkotaan dan perkembangan media digital. Penelitian ini berpijak pada teori komunikasi komunitas, strategi komunikasi, serta pemanfaatan media digital yang memandang komunikasi sebagai proses partisipatif dalam membangun keterlibatan dan makna bersama di dalam komunitas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas lari di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap ketua komunitas, koordinator media sosial, anggota komunitas, serta informan ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal berperan sebagai fondasi pembentukan interaksi sosial dan solidaritas anggota melalui pola komunikasi yang terbuka dan dialogis. Strategi komunikasi eksternal dijalankan untuk membangun citra dan identitas komunitas di ruang publik melalui penyampaian pesan yang konsisten dan terencana. Media digital berperan dalam menghubungkan komunikasi internal dan eksternal, menjaga keterlibatan anggota, serta memperkuat visibilitas komunitas di hadapan publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan komunitas lari di Kota Bandung terbentuk melalui keterkaitan antara komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan pemanfaatan media digital sebagai satu kesatuan strategi komunikasi. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kajian lanjutan pada konteks komunitas yang lebih beragam, serta secara praktis menjadi acuan bagi pengelola komunitas dalam merancang strategi komunikasi yang partisipatif, konsisten, dan adaptif terhadap perkembangan media digital.

Kata kunci : Strategis Komunikasi, Komunikasi Komunitas, Komunitas Lari, Media Digital, Keberlanjutan Komunitas.

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, olahraga lari mengalami pergeseran makna dari sekadar aktivitas fisik menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Perubahan ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran publik terhadap pentingnya kesehatan, kebugaran, dan keseimbangan hidup, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Lari tidak lagi dipahami semata sebagai kegiatan olahraga individual, tetapi berkembang menjadi aktivitas sosial yang melibatkan interaksi, solidaritas, serta pembentukan relasi sosial melalui komunitas. Fenomena tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah komunitas lari yang tumbuh dan aktif di berbagai kota besar, termasuk di Indonesia.

Secara global, laporan Global Wellness Institute (2023) menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam olahraga lari mengalami peningkatan signifikan hingga mencapai 27 persen. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan komunitas lari tertinggi di kawasan Asia Tenggara, menunjukkan bahwa olahraga lari telah menjadi bagian dari dinamika sosial masyarakat urban. Tren ini diperkuat oleh data Garmin Connect yang mencatat peningkatan aktivitas lari di Indonesia sepanjang 2024 hingga 2025. Pada Desember 2024 tercatat sebanyak 142.975 aktivitas lari, meningkat menjadi 175.969 aktivitas pada April 2025, dan melonjak hingga 242.627 aktivitas pada Mei 2025. Peningkatan ini tidak hanya merefleksikan tingginya minat masyarakat terhadap olahraga lari, tetapi juga menandai berkembangnya lari sebagai praktik sosial yang melibatkan komunikasi, interaksi, dan pembentukan relasi berkelanjutan.

Perkembangan tersebut juga tercermin di Kota Bandung sebagai salah satu kota dengan ekosistem komunitas lari yang aktif dan beragam. Bandung secara konsisten menjadi lokasi penyelenggaraan berbagai kegiatan lari berskala besar yang melibatkan ribuan peserta, baik secara luring maupun daring. Salah satu contohnya adalah Pocari Sweat Run 2025 yang menghadirkan lebih dari 16.000 pelari secara langsung serta lebih dari 30.000 peserta virtual dari ratusan kota di Indonesia. Peningkatan jumlah peserta dari sekitar 5.000 orang pada tahun 2013 menjadi 46.000 orang pada tahun 2025 menunjukkan bahwa lari telah menjadi bagian dari praktik sosial yang terintegrasi dengan gaya hidup masyarakat. Selain itu, kegiatan seperti Eagle Sana Sini Berlari 2025 juga melibatkan komunitas lari lokal Bandung sebagai ruang penguatan ikatan sosial dan komunikasi antarkomunitas.

Di Kota Bandung, komunitas lari tidak hanya berfungsi sebagai wadah olahraga, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mempertemukan individu dengan latar belakang beragam. Komunitas seperti Running Is Our Therapy (RIOT) Bandung, Keluarga Cemara Run (Kecerun), dan Fake Runners Bandung menjadi contoh bagaimana komunitas lari berkembang sebagai sistem sosial yang mengandalkan komunikasi dalam menjaga keberlangsungan aktivitas dan relasi antaranggota. RIOT Bandung, yang berdiri sejak 2018, memiliki ratusan anggota dengan jadwal latihan rutin dan struktur komunitas yang terorganisir. Fake Runners Bandung dikenal sebagai komunitas lari terbuka yang mengedepankan suasana santai dan inklusif, sementara Kecerun menampilkan karakter kekeluargaan sebagai identitas utama komunitas. Keberagaman karakter tersebut menunjukkan bahwa komunitas lari di Bandung memiliki dinamika komunikasi yang berbeda-beda, namun sama-sama mengandalkan interaksi sosial sebagai fondasi utama.

Dalam konteks ini, komunikasi memegang peranan penting dalam membentuk, mengelola, dan mempertahankan eksistensi komunitas lari. Komunikasi internal menjadi sarana untuk mengoordinasikan kegiatan, membangun solidaritas, serta menjaga keterlibatan anggota. Sementara itu, komunikasi eksternal berfungsi untuk memperkenalkan identitas komunitas, membangun citra, serta menjalin relasi dengan publik dan pihak eksternal. Perkembangan teknologi digital turut memperluas ruang komunikasi komunitas melalui pemanfaatan media sosial dan aplikasi olahraga seperti Instagram, WhatsApp, dan Strava. Media digital memungkinkan komunikasi berlangsung secara berkelanjutan, melampaui batas ruang dan waktu, serta memperkuat keterhubungan antaranggota dan antara komunitas dengan publik.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji komunitas olahraga dan penggunaan media sosial dalam konteks komunikasi. Penelitian Gumilar et al. (2018) menyoroti peran media sosial sebagai sarana publikasi dan pembentukan citra komunitas olahraga urban di Bandung. Rachmawati dan Lestari (2019) menekankan interaksi sosial sebagai faktor penting dalam keberlangsungan komunitas lari, sementara Aryatama et al. (2024) menunjukkan peran aplikasi Strava dalam meningkatkan motivasi dan konsistensi berlari. Meskipun demikian, kajian yang secara khusus menelaah strategi komunikasi komunitas lari secara komprehensif—meliputi komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan pemanfaatan media digital—masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks masyarakat urban seperti Kota Bandung.

Berdasarkan pengamatan awal dan penelusuran data pendukung, komunitas lari di Kota Bandung menunjukkan dinamika komunikasi yang melampaui fungsi olahraga semata. Komunitas lari berperan sebagai ruang interaksi sosial, media pembentukan gaya hidup sehat, serta bagian dari ekosistem komunikasi digital yang membangun identitas kolektif dan solidaritas sosial. Karakter masyarakat Bandung yang dikenal kreatif, terbuka, dan adaptif terhadap teknologi turut memengaruhi cara komunitas lari mengelola komunikasi secara lebih terencana dan strategis. Komunitas seperti RIOT Bandung, Kecerun, dan Fake Runners Bandung menunjukkan praktik komunikasi yang berbeda namun saling melengkapi dalam menjaga keterlibatan anggota dan membangun eksistensi di ruang publik.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi komunitas lari di Kota Bandung diterapkan dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan komunitas. Penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai bagaimana komunikasi internal, komunikasi eksternal, serta pemanfaatan media digital dijalankan dan saling terhubung dalam praktik komunitas lari. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi komunitas dan komunikasi organisasi. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi bagi komunitas lari dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, serta menjadi masukan bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan gaya hidup sehat berbasis komunitas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Lari di Kota Bandung dalam Menjaga Eksistensi Komunitas”, dengan tujuan untuk memahami secara komprehensif bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam komunitas lari sebagai bagian dari dinamika sosial dan perkembangan teknologi komunikasi di masyarakat urban.

II. TINJAUAN LITERATUR

a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menjadi landasan konseptual utama dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana komunitas lari di Kota Bandung merancang, mengelola, dan mengimplementasikan proses komunikasinya dalam menjaga eksistensi komunitas. Strategi komunikasi dipahami sebagai suatu rangkaian proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi yang dilakukan secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif. Dalam konteks organisasi sosial seperti komunitas lari, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai mekanisme pengelolaan relasi sosial, pembentukan identitas, serta pemeliharaan keberlanjutan komunitas.

Abidin (2015) menegaskan bahwa pencapaian tujuan komunikasi tidak cukup hanya mengandalkan kerangka konseptual yang bersifat normatif, melainkan memerlukan taktik operasional yang konkret, sistematis, dan terukur. Strategi komunikasi, dengan demikian, harus diterjemahkan ke dalam praktik nyata yang mempertimbangkan karakteristik komunikator, pesan, media, serta khalayak sasaran. Pendekatan ini menekankan bahwa komunikasi yang efektif lahir dari perencanaan yang matang dan implementasi yang kontekstual sesuai dengan situasi lapangan.

Cangara (2013) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan proses terstruktur yang terdiri dari lima tahapan utama, yaitu penelitian (research), perencanaan (plan), pelaksanaan (execute), evaluasi (measure), dan pelaporan (report). Tahap penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal, permasalahan komunikasi, serta karakteristik khalayak. Tahap perencanaan digunakan untuk merumuskan tujuan komunikasi, menentukan pesan utama, memilih media yang tepat, serta menetapkan pendekatan komunikasi yang sesuai. Tahap pelaksanaan berkaitan dengan implementasi strategi ke dalam aktivitas komunikasi nyata, sementara tahap evaluasi berfungsi untuk menilai efektivitas strategi yang dijalankan. Tahap pelaporan menjadi dasar refleksi dan pengambilan keputusan untuk pengembangan strategi komunikasi selanjutnya.

Dalam konteks komunikasi berbasis digital, Susmann et al. (2022) menekankan bahwa strategi komunikasi yang efektif ditandai oleh kemampuan merancang pesan yang relevan, memilih platform digital yang sesuai, serta mengelola umpan balik secara berkelanjutan. Strategi komunikasi digital menuntut kesiapan sumber daya manusia, pemahaman terhadap perilaku audiens, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi dan dinamika sosial. Hal ini diperkuat oleh Nofiasari et al. (2024) yang menyebutkan bahwa model perilaku konsumen seperti AISAS dapat membantu meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun komunikasi dua arah dalam konteks digital.

Middleton dalam Cangara (2013) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari seluruh elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, media, komunikan, hingga efek yang ingin dicapai. Dengan demikian, strategi komunikasi tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan sebagai suatu kesatuan sistem yang saling terkait. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi digunakan sebagai kerangka analisis untuk menjelaskan bagaimana komunitas lari di Kota Bandung merancang komunikasi internal dan eksternal, memilih media digital seperti Instagram, WhatsApp, dan Strava, serta menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan karakteristik dan kebutuhan anggotanya.

b. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran pesan yang terjadi dalam suatu organisasi dan dipengaruhi oleh lingkungan internal maupun eksternal organisasi tersebut. Suranto (2018) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi melibatkan berbagai unit analisis komunikasi yang menjalankan fungsi berbeda sesuai dengan struktur organisasi. Tujuan utama komunikasi organisasi adalah menjaga koordinasi, keharmonisan kerja, serta kelangsungan hubungan antara individu-individu yang terlibat dalam organisasi melalui pertukaran pesan yang terstruktur.

Katz dan Kahn dalam Hardjana (2018) memandang komunikasi organisasi sebagai sistem sosial yang terbuka dan dinamis. Organisasi dapat bertahan karena adanya aliran informasi dan tindakan komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus antarindividu dengan peran yang berbeda. Dalam konteks ini, komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan makna, budaya, dan identitas organisasi.

Aliran komunikasi dalam organisasi dibedakan ke dalam beberapa bentuk. Pertama, komunikasi vertikal ke bawah (*downward communication*), yaitu arus komunikasi dari pimpinan kepada anggota. Robbins dan Judge menjelaskan bahwa komunikasi ini mencakup penyampaian instruksi kerja, penjelasan kebijakan, pemberian motivasi, serta umpan balik atas kinerja. Kedua, komunikasi vertikal ke atas (*upward communication*), yang memungkinkan anggota menyampaikan laporan, saran, maupun kritik kepada pimpinan. Ketiga, komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara individu atau kelompok dengan kedudukan yang setara untuk tujuan koordinasi dan penyelesaian masalah. Keempat, komunikasi diagonal, yang terjadi lintas fungsi dan lintas struktur untuk mempercepat aliran informasi dan pengambilan keputusan (Suranto, 2018).

Dalam konteks komunitas lari, pola komunikasi organisasi ini dapat terlihat dalam interaksi antara pengurus inti, koordinator, dan anggota komunitas. Komunikasi organisasi menjadi penting untuk memahami bagaimana informasi disampaikan, bagaimana koordinasi kegiatan dilakukan, serta bagaimana hubungan sosial dibangun dan dipelihara di dalam komunitas.

c. Komunitas

Istilah komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti kesamaan atau kebersamaan. Nasrullah (2018) menyebutkan bahwa komunitas terbentuk dari sekelompok individu yang saling berinteraksi, memiliki kesamaan tujuan atau kepentingan, serta berbagi ruang sosial tertentu. Tutiasri (2016) menekankan bahwa komunitas tidak hanya merujuk pada kesamaan geografis, tetapi juga pada rasa memiliki dan identitas bersama.

Abercrombie (2010) memandang komunitas sebagai konstruksi sosial yang terbentuk melalui batas-batas simbolik yang membedakan kelompok “kita” dan “mereka”. Dalam konteks modern, komunitas tidak selalu terikat oleh wilayah geografis, tetapi juga oleh kesamaan minat dan aktivitas, termasuk dalam komunitas lari.

Terbentuknya komunitas dipengaruhi oleh faktor kedekatan dan kesamaan (Suardi, 2018). Kedekatan memungkinkan terjadinya interaksi yang intensif, sementara kesamaan minat, nilai, atau tujuan memperkuat ikatan sosial antaranggota. Dalam komunitas lari, kesamaan minat terhadap olahraga lari menjadi dasar terbentuknya interaksi sosial yang berkelanjutan.

Crow dan Allan dalam Dailami et al. (2023) membagi komunitas berdasarkan wilayah dan minat. Setiadi (2020) menyebutkan bahwa komunitas memiliki ciri utama berupa interaksi sosial, komunikasi yang berkelanjutan, serta tujuan bersama. Ciri-ciri ini relevan dalam memahami komunitas lari sebagai kelompok sosial yang aktif, dinamis, dan berbasis partisipasi.

New media merujuk pada media berbasis teknologi digital yang memungkinkan interaksi, konektivitas, dan partisipasi audiens secara aktif. McQuail dalam Gora (2019) menjelaskan bahwa media baru ditandai oleh digitalisasi, konvergensi, mobilitas, serta perubahan peran audiens menjadi lebih aktif. Media digital memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat, fleksibel, dan melampaui batas ruang dan waktu.

Dalam konteks komunitas lari, media digital menjadi sarana penting untuk mendukung komunikasi internal dan eksternal, memperluas jangkauan interaksi, serta membangun keterhubungan sosial di luar pertemuan fisik.

Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan interaksi sosial, pertukaran informasi, dan pembentukan relasi secara luas (Yusuf et al., 2023). Widada menegaskan bahwa media sosial berpusat pada kehadiran pengguna dan memfasilitasi kolaborasi serta partisipasi aktif. Dalam komunitas lari, media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Strava digunakan sebagai sarana komunikasi strategis untuk membangun keterlibatan anggota, memperkuat identitas komunitas, serta menjaga eksistensi di ruang publik digital.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil dari proses konstruksi makna yang dibangun melalui pengalaman, interaksi, dan interpretasi individu dalam konteks sosial tertentu. Paradigma ini menempatkan realitas sebagai sesuatu yang tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan terbentuk melalui proses komunikasi dan pemaknaan yang terus berlangsung di antara para pelaku sosial. Moleong (2017) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme menekankan pemahaman terhadap makna subjektif yang dimiliki individu dalam memahami realitas sosial di sekitarnya.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Creswell dan Poth (2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap strategi komunikasi dalam komunitas lari diperoleh melalui penelusuran makna yang dikonstruksi oleh para anggota komunitas berdasarkan pengalaman dan interaksi mereka.

Pemilihan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik komunitas lari sebagai kelompok sosial yang praktik komunikasinya terbentuk melalui interaksi antaranggota, dinamika relasi sosial, serta proses pemaknaan yang berkembang secara berkelanjutan. Strategi komunikasi dalam komunitas lari tidak dapat dipahami sebagai praktik yang seragam, melainkan dimaknai secara berbeda oleh setiap aktor komunikasi sesuai dengan peran, pengalaman, dan tingkat keterlibatan mereka dalam komunitas.

Paradigma konstruktivisme juga menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam penelitian, yang berperan untuk menggali, menafsirkan, dan memahami realitas komunikasi berdasarkan perspektif informan. Dengan demikian, paradigma ini menjadi landasan dalam menentukan pendekatan pengumpulan dan analisis data, agar strategi komunikasi komunitas dapat dipahami secara kontekstual dan mendalam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas lari di Kota Bandung dalam menjaga eksistensinya. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berupaya menggambarkan proses, pola, serta dinamika komunikasi yang terbentuk melalui interaksi sosial dalam komunitas

Ghony dan Almanshur (dalam Saputri, 2023) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis fenomena sosial, aktivitas, serta persepsi individu maupun kelompok secara mendalam. Sementara itu, Saifullah (2015) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam konteks alami dengan menghasilkan gambaran yang komprehensif dan sistematis mengenai suatu fenomena sosial.

Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci strategi komunikasi internal, strategi komunikasi eksternal, serta pemanfaatan media digital yang dijalankan oleh komunitas lari di Kota Bandung. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus komunitas, koordinator media sosial, dan anggota aktif komunitas, observasi terhadap aktivitas lari bersama, serta dokumentasi aktivitas komunitas melalui media sosial dan platform digital.

Melalui pendekatan ini, peneliti berperan aktif dalam menginterpretasikan data yang diperoleh untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dikonstruksi, dijalankan, dan dimaknai oleh para pelaku komunitas. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menyajikan temuan penelitian dalam bentuk narasi yang utuh, kontekstual, dan mencerminkan realitas komunikasi yang berlangsung dalam komunitas lari di Kota Bandung.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Interaksi sosial menjadi fondasi utama dalam strategi komunikasi internal komunitas lari di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal tidak ditempatkan sekadar sebagai mekanisme penyampaian informasi kegiatan, melainkan sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terbangunnya hubungan berkelanjutan antaranggota komunitas. Praktik komunikasi internal yang dijalankan komunitas memperlihatkan bahwa keterhubungan sosial, rasa kebersamaan, serta keterlibatan anggota merupakan tujuan penting yang terus dipelihara melalui proses komunikasi sehari-hari. Dengan demikian, komunikasi internal berfungsi sebagai mekanisme sosial yang menopang keberlanjutan komunitas.

Dalam perspektif komunikasi komunitas, Iriantara (2019:36) menjelaskan bahwa komunitas terbentuk melalui proses komunikasi yang bersifat partisipatif dan berorientasi pada kepentingan bersama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi internal dalam komunitas lari dijalankan melalui mekanisme komunikasi dua arah yang membuka ruang dialog antara pengurus dan anggota. Anggota tidak diposisikan sebagai penerima pesan pasif, tetapi sebagai bagian dari proses komunikasi yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna secara berkelanjutan. Pola komunikasi ini mencerminkan proses pembentukan makna bersama yang memperkuat identitas kolektif komunitas.

Dari sudut pandang strategi komunikasi, hasil penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi internal dikelola melalui pemilihan saluran komunikasi yang diperuntukkan khusus bagi anggota komunitas. Pemanfaatan grup komunikasi internal menunjukkan adanya kesadaran dalam mengelola pesan dan saluran agar informasi dapat diterima secara tepat oleh sasaran yang sesuai. Cangara (2013:192) menegaskan bahwa strategi komunikasi berfungsi untuk mengelola pesan, saluran, dan interaksi agar tujuan komunikasi tercapai secara efektif serta mendukung tercapainya kesamaan makna. Dalam konteks komunitas lari, pengelolaan saluran komunikasi internal mencerminkan adanya perencanaan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan anggota dan karakter komunitas.

Interaksi sosial yang berlangsung melalui komunikasi internal juga membentuk pola komunikasi yang terbuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota memiliki ruang untuk menyampaikan pertanyaan, masukan, serta gagasan dalam forum komunikasi internal. Dalam teori komunikasi organisasi, Pace dan Faules

menjelaskan bahwa pola komunikasi terbuka ditandai oleh adanya kepercayaan, keterbukaan terhadap umpan balik, serta partisipasi anggota dalam proses komunikasi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi internal berfungsi sebagai mekanisme sosial yang memperkuat rasa memiliki anggota terhadap komunitas.

Selain berperan dalam koordinasi, komunikasi internal juga menjadi medium pemeliharaan solidaritas sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa interaksi antaranggota tidak terbatas pada aktivitas lari, tetapi diperluas melalui berbagai bentuk interaksi sosial yang bersifat informal. Praktik komunikasi informal tersebut memperkuat kedekatan emosional antaranggota dan menjaga keberlanjutan keanggotaan komunitas. Dalam kerangka komunikasi komunitas, hubungan sosial yang berlangsung secara intensif dan berulang menjadi faktor penting dalam memperkuat solidaritas kelompok (Iriantara, 2019:36).

Peran pengurus dalam mengelola komunikasi internal juga menjadi bagian dari strategi komunikasi yang terencana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian informasi internal melalui proses koordinasi terlebih dahulu di tingkat pengurus sebelum disampaikan kepada anggota. Praktik ini mencerminkan tahap perencanaan komunikasi yang bertujuan menjaga kejelasan makna dan konsistensi pesan. Cangara (2013:192) menegaskan bahwa perencanaan pesan diperlukan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan menghindari kesalahpahaman dalam proses penyampaian informasi.

Dari sudut pandang anggota, komunikasi internal yang bersifat terbuka dan interaktif mendorong keterlibatan serta konsistensi partisipasi dalam komunitas. Interaksi sosial yang terbangun melalui komunikasi internal menciptakan keterikatan emosional antaranggota. Dalam kerangka komunikasi komunitas, keterikatan tersebut dapat dipahami sebagai bentuk modal sosial, yaitu sumber daya relasional yang muncul dari kepercayaan, kedekatan, dan partisipasi anggota (Iriantara, 2019:230). Modal sosial ini memperkuat rasa memiliki anggota terhadap komunitas dan mendukung keberlanjutan aktivitas komunitas.

Secara keseluruhan, interaksi sosial yang terbangun melalui strategi komunikasi internal berperan penting dalam membentuk relasi sosial, solidaritas, dan identitas kolektif komunitas lari di Kota Bandung. Komunikasi internal yang dikelola secara terbuka dan partisipatif memungkinkan anggota terlibat aktif dalam kehidupan komunitas. Iriantara (2019:36) menegaskan bahwa keberlanjutan komunitas sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang mampu menjaga partisipasi dan rasa memiliki anggota. Dengan demikian, strategi komunikasi internal berfungsi sebagai mekanisme sosial yang menopang stabilitas dan keberlanjutan komunitas lari.

Pembentukan citra dan identitas komunitas lari di Kota Bandung di ruang publik menjadi aspek penting yang berkaitan dengan strategi komunikasi eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi eksternal diposisikan sebagai sarana representasi komunitas dalam memperkenalkan nilai, karakter, dan orientasi komunitas kepada masyarakat. Melalui komunikasi eksternal, komunitas membangun persepsi publik mengenai siapa mereka, apa yang mereka perjuangkan, dan bagaimana posisi mereka di antara komunitas lain. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi eksternal dijalankan secara sadar sebagai bagian dari pembentukan identitas kolektif komunitas.

Dalam perspektif strategi komunikasi, pembentukan citra merupakan tujuan yang dirancang secara sadar dan berkelanjutan. Cangara (2013:177) menegaskan bahwa strategi komunikasi mencakup perencanaan pesan dan pengelolaan saluran agar citra yang dibangun dapat dipahami secara konsisten oleh khalayak. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi eksternal komunitas disusun dengan memperhatikan kesesuaian dengan nilai dan identitas internal komunitas, sehingga citra yang ditampilkan kepada publik tidak terlepas dari realitas internal komunitas.

Perencanaan komunikasi eksternal dilakukan melalui proses koordinasi internal pengurus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan kepada publik tidak bersifat spontan, melainkan melalui tahapan penyusunan dan penyesuaian internal. Praktik ini mencerminkan adanya kesadaran bahwa komunikasi eksternal memengaruhi cara publik memaknai komunitas. Dalam teori strategi komunikasi, perencanaan pesan menjadi tahap penting untuk memastikan tujuan komunikasi tercapai dan pesan dipahami secara seragam oleh khalayak (Cangara, 2013:177).

Selain membangun citra, strategi komunikasi eksternal juga berfungsi memperluas jejaring sosial komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi eksternal membuka ruang interaksi dengan komunitas lain dan pihak di luar komunitas. Relasi sosial yang terbangun bersifat horizontal dan memperkuat posisi komunitas dalam ekosistem sosial yang lebih luas. Dalam kerangka komunikasi komunitas, jejaring sosial merupakan bagian dari modal sosial yang memungkinkan komunitas bertahan dan berkembang (Iriantara, 2019:230).

Strategi komunikasi eksternal juga berkontribusi pada penguatan penerimaan sosial komunitas di mata publik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsistensi pesan dan keterbukaan komunikasi mendorong terbentuknya kepercayaan dan pengakuan sosial dari pihak luar. Penerimaan sosial berkembang melalui proses komunikasi yang berulang dan dapat dipahami oleh publik, sehingga komunitas dipersepsikan memiliki arah dan nilai yang jelas. Dalam teori komunikasi organisasi, penerimaan sosial dipahami sebagai hasil dari proses komunikasi yang berkesinambungan antara organisasi dan lingkungannya (Mulyana, 2010 dalam Banjarnahor et al., 2022).

Pandangan informan ahli memperkuat temuan tersebut dengan menegaskan bahwa strategi komunikasi eksternal berfungsi sebagai sarana legitimasi sosial komunitas. Komunitas yang mampu mengelola komunikasi

eksternal secara konsisten cenderung lebih mudah diterima oleh lingkungan sosial karena memiliki identitas yang jelas dan dapat dikenali. Dengan demikian, strategi komunikasi eksternal berperan penting dalam menjaga eksistensi komunitas di ruang publik.

Perkembangan media digital menjadi konteks penting dalam membentuk cara komunitas lari di Kota Bandung membangun dan mempertahankan relasi komunikasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital dimanfaatkan sebagai ruang interaksi sosial yang memperluas praktik komunikasi komunitas, baik dalam ranah internal maupun eksternal. Media digital memungkinkan komunikasi berlangsung secara berkelanjutan tanpa bergantung pada pertemuan tatap muka.

Dalam konteks komunikasi internal, media digital berfungsi memfasilitasi alur informasi, koordinasi, dan interaksi antaranggota. Ruang digital memungkinkan anggota tetap terhubung meskipun tidak berada dalam satu ruang fisik. Iriantara (2019:168) menegaskan bahwa ruang komunikasi yang partisipatif berperan penting dalam menjaga keterlibatan anggota komunitas.

Pada ranah komunikasi eksternal, media digital berfungsi sebagai ruang representasi identitas komunitas. Melalui media digital, komunitas mengelola cara mereka dikenali dan dimaknai oleh publik. Proses ini menunjukkan bahwa media digital menjadi ruang pembentukan makna sosial yang memengaruhi persepsi publik. Cangara (2013:190) menjelaskan bahwa representasi melalui media merupakan bagian dari proses konstruksi makna sosial.

Media digital juga berperan dalam pembentukan jejaring sosial yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang digital membuka peluang interaksi antara komunitas dengan komunitas lain dan masyarakat umum. Relasi yang terbangun memperluas cakupan hubungan sosial komunitas dan memperkuat posisinya dalam lingkungan sosial yang lebih luas (Cangara, 2013:190).

Secara keseluruhan, media digital berperan sebagai ruang komunikasi yang mengintegrasikan interaksi sosial, representasi identitas, dan pembentukan jejaring komunitas lari. Media digital memungkinkan komunikasi komunitas berlangsung secara berkelanjutan dan relevan. Iriantara (2019:67) menegaskan bahwa keberlanjutan relasi sosial yang dimediasi oleh media digital memperkuat identitas kolektif dan rasa memiliki anggota terhadap komunitas.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi komunitas lari di Kota Bandung merupakan rangkaian proses komunikasi yang saling berkaitan antara komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan pemanfaatan media digital. Strategi komunikasi dipahami sebagai upaya terencana dalam mengelola pesan, saluran, dan interaksi untuk menjaga kesinambungan hubungan sosial dan kejelasan identitas kolektif komunitas (Cangara, 2013:190). Dengan demikian, strategi komunikasi komunitas lari berperan sebagai mekanisme utama dalam menopang eksistensi dan keberlanjutan komunitas di tengah dinamika kehidupan urban.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi komunitas lari di Kota Bandung dibangun melalui keterkaitan antara komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan pemanfaatan media digital sebagai satu kesatuan proses komunikasi komunitas. Komunikasi internal berperan sebagai fondasi dalam membentuk interaksi sosial, solidaritas, dan keterlibatan anggota. Pola komunikasi yang terbuka dan partisipatif memungkinkan terjadinya pertukaran informasi serta pembentukan hubungan sosial yang berkelanjutan antaranggota komunitas. Dukungan media digital memperluas ruang interaksi tersebut sehingga anggota tetap merasa terhubung dan terlibat dalam dinamika komunitas, meskipun tidak selalu hadir secara langsung dalam kegiatan lari bersama.

Selanjutnya, komunikasi eksternal berperan dalam membentuk citra, identitas, dan relasi komunitas dengan lingkungan sosial yang lebih luas. Strategi komunikasi eksternal dijalankan melalui pengelolaan pesan, pemanfaatan media digital, serta pembangunan jejaring dengan pihak di luar komunitas. Media digital menjadi sarana yang menghubungkan komunikasi internal dan eksternal, memungkinkan komunitas menjaga visibilitas, konsistensi komunikasi, dan keberlanjutan interaksi di ruang publik. Dengan demikian, strategi komunikasi komunitas lari di Kota Bandung dapat dipahami sebagai proses komunikasi yang dikelola secara berkelanjutan untuk menjaga eksistensi, identitas kolektif, dan keberlangsungan komunitas di tengah dinamika sosial perkotaan dan perkembangan teknologi komunikasi..

1. Saran Teoritis :

- a) Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian strategi komunikasi komunitas dengan memperluas objek penelitian pada jenis komunitas lain, seperti komunitas olahraga non-lari, komunitas hobi, atau komunitas berbasis kepentingan sosial tertentu. Hal ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai variasi praktik komunikasi komunitas di lingkungan perkotaan. Selain itu, penelitian mendatang dapat memperdalam fokus pada aspek tertentu, seperti dinamika komunikasi antaranggota, peran kepemimpinan komunikasi, atau perubahan strategi komunikasi komunitas dalam jangka waktu yang lebih panjang melalui pendekatan longitudinal..

2. Saran Praktis :

- a) Berdasarkan temuan penelitian, komunitas lari di Kota Bandung disarankan untuk terus mengelola komunikasi internal secara terbuka dan konsisten guna menjaga keterlibatan serta solidaritas anggota. Pengelolaan komunikasi eksternal juga perlu dilakukan secara terencana agar citra dan identitas komunitas yang ditampilkan kepada publik tetap selaras dengan nilai dan praktik yang dijalankan di dalam komunitas. Selain itu, pemanfaatan media digital dapat terus dioptimalkan sebagai ruang komunikasi yang mendukung interaksi, penyebaran informasi, serta pembangunan relasi dengan publik. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi komunitas lari maupun komunitas sejenis dalam mengelola strategi komunikasi untuk menjaga keberlanjutan dan relevansi komunitas.

REFERENSI

- Abercrombie, N. (2010). KAMUS SOSIOLOGI. Putra Pelajar.
- Abidin, Y. Z. (2015). Manajemen Komunikasi. Pustaka Setia.
- Adems. (2025). Riot Bandung, Komunitas Lari Terbuka untuk Semua Kalangan. BANDUNGOKE. https://bandungoke.com/2025/02/06/riot-bandung-komunitas-lari-terbuka-untuk-semua-kalangan/?utm_source=chatgpt.com
- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'atMi Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–178. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i2.4940>
- Aryatama, B., Shodiq, B., Hufadz, M. I., Ramadhani, A., Tarigan, B. S., & Nabillah, A. A. (2024). Pengaruh Aplikasi Strava Terhadap Kesehatan Dan Motivasi Komunitas Lari Di Kota Metro. *Jurnal Performa Olahraga*, 9(2), 66–71.
- Aulia, A. (2025). Komunitas Lari Malam Bandung. SekitarBANDUNGcom. <https://www.sekitarbandung.com/komunitas-lari-malam-bandung/>
- Azizah, F., & Tri Lestari, M. (2025). Strategic Digital Communication for Empowering Online Communities: A Case Study of Youtz Community Hub. *Jurnal The Messenger*, 17(1), 54–69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v17i1.11897>
- Bandung, D. K. (2025). Riot Bandung, Komunitas Lari Terbuka untuk Semua Kalangan. JABARPROV. https://www.jabarprov.go.id/berita/riot-bandung-komunitas-lari-terbuka-untuk-semua-kalangan-17416?utm_source=.com

- Banjarnahor, A. R., Handiman, S. P. U. T., Sesilia, A. P., Kato, S. S. I., Purba, A. T. L., Sahir, S. H., Widarman, A., Bonaraja, D. G., & Sianipar, J. H. (2022). Dasar Komunikasi Organisasi (Issue August).
- Baskoro, W. (2025). Strava: 41% Pengguna Indonesia Masih On Track Capai Target Olahraga 2025. HYBRID. <https://hybrid.co.id/post/strava-41-pengguna-indonesia-masih-on-track-capai-target-olahraga-2025/>
- Brilyana, Y. A. (2025). Pocari Sweat Run 2025 Sukses Gaet 16.000 Runners ke Kota Bandung. Bandung.Go.Id. <https://bandung.go.id/news/read/11814/pocari-sweat-run-2025-sukses-gaet-16-000-runners-ke-kota-bandung>
- Cangara, H. (2013). PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Chandra, S., & Loisa, R. (2024). Strategi Komunikasi Digital Komunitas Peduli Kesehatan Mental ETIQ Official di Ranah Media Sosial. 516–526.
- Chiandita, R., Saleh, A., Tri Harpin, R., Manisya, N., Zahra Maharani, K., Widia, A., & Azzahra, M. (2024). Communicative: (27-35) Komunikasi Organisasi Dalam Mendorong Kinerja Karyawan Pada Divisi Corporate and Government Trans Tv. 5, 27–35. <https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/communicative>
- Corry Novrica AP Sinaga. (2014). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO KOMUNITAS USUKOM FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA. Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
- Creswell, J.W. and Poth, C. . (2018). Qualitative Inquiry & Research Design. SAGE Publications.
- Dailami, Moh. Thandzir, Tito Pratama, & Haufi Sukmamedian. (2023). Pengaruh Komunitas - Komunitas Terhadap Minat Beli Konsumen Di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam. Jurnal Manajemen Kuliner, 2(2), 107–115. <https://doi.org/10.59193/jmn.v2i2.220>
- Eagle. (2025). 300 Peserta Dari 16 Komunitas Lari di Bandung, Ambil Bagian Diajang Eagle Sana Sini Berlari. Eagle.Co.Id. https://eagle.co.id/300-peserta-dari-16-komunitas-lari-di-bandung-ambil-bagian-diajang-eagle-sana-sini-berlari/?utm_source=chatgpt.com
- Fakerunners Bandung, Siap Mewadahi Pehobi Lari. (2023). WJTODAY. https://www.westjavatoday.com/fakerunners-bandung-siap-mewadahi-pehobi-lari?utm_source=chatgpt.com
- Garmin. (2025). GARMIN MEMPERINGATI GLOBAL RUNNING DAY 2025: KEBANGKITAN OLAHRAGA LARI, KEBANGKITAN KESEHATAN INDONESIA. Garmin.Co.Id.
- Gora, R. (2019). RISET KUALITATIF PUBLIC RELATIONS. Jakad Media Publishing.
- Gumilar, G., Kusmayadi, I. M., & Zulfan, I. (2018). Komunitas Olah Raga Untuk Kaum Urban Bandung: Membangun Jaringan Komunikasi Melalui Media Sosial. Jurnal Riset Komunikasi, 1(1), 158–169. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.22>
- Handayani, O. D., & Putri, Y. R. (2025). Analisis Aliran Komunikasi dalam Mendukung Kinerja Pegawai: Studi Kasus Pada Organisasi Non-Profit. Jurnal Pendidikan Indonesia, 6(2), 754–765. <https://doi.org/10.59141/japendi.v6i2.7335>
- Iriantara, Y. (2019). Community Relations: Konsep dan Aplikasinya. Simbiosis Rekatama Media.
- Kurniadi, I. (2025). Garmin Catat Peningkatan Aktivitas Lari di Indonesia, Ini Tren Terbaru. BERITA NASIONAL. <https://beritanasional.com/detail/104899/garmin-catat-peningkatan-aktivitas-lari-di-indonesia-ini-tren-terbaru>
- Moedjiono, I. (2002). Kepemimpinan dan Keorganisasian. UII Press.
- Moleong, L. J. (2006). Metode Penelitian Kualitatif. Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Rosdakarya.
- Munawir, A., Hasibuan, W. A., Rahman Destika, A., & Kesuma, G. A. (2025). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komunitas Internal dan Kolaborasi Tim. Pengaruh Budaya Organisasi (Munawir, Dkk.) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(1), 1121–1126. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14710137>
- Nabilah Nur Lathifah, & Oji Kurniadi. (2024). Hubungan Media Sosial dengan Community Engagement Anggota

- Komunitas Sobat Sabtu. Bandung Conference Series: Public Relations, 4(2), 794–800.
<https://doi.org/10.29313/bcspr.v4i2.14357>
- Nasrullah, R. (2018). Komunikasi Antar Budaya di Era Siber (3rd ed.). KENCANA.
- Rachmawati, S. C., & Lestari, P. (2019). Interaksi sosial pada komunitas lari Magelang Runner. 2, 2–17.
- Saifullah, Tabrani. ZA, dan W. W. A. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory. FTK Ar-Raniry Press.
- Saputri, R., & Wirasari, I. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Platform Online Pada Mondai Prelove – Thrift Shop. Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 8(2), 227.
<https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.4961>
- Suranto. (2018). Komunikasi Organisasi. REMAJA ROSDAKARYA.
- Suryadi. (2025). Ribuan Runners Padati Balai Kota Bandung dalam 'Run for Humanity 2025. REALITA PUBLIK.
https://www.realitapublik.com/regional/9614992549/ribuan-runners-padati-balai-kota-bandung-dalam-run-for-humanity-2025?utm_source=chatgpt.com
- Susmann, M. W., Xu, M., Clark, J. K., Wallace, L. E., Blankenship, K. L., Philipp-Muller, A. Z., Luttrell, A., Wegener, D. T., & Petty, R. E. (2022). Persuasion amidst a pandemic: Insights from the Elaboration Likelihood Model. European Review of Social Psychology, 33(2), 323–359.
<https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1964744>
- Tumiwa, K. N. A. (2024). Strategi Humas Pt. Pln (Persero) Up3 Manado Dalam Mencegah Krisis (Studi Kasus Pencegahan Krisis Melalui Penggunaan Aplikasi Pln Mobile Di Kota Manado). Telkom University.
- Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin, Y. Y., I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, A. Y., Nanoe Rolin Prasetyo, M. M. R., & Latifa Ramonita, C. P. P. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL. Widina Media Utama.
- Winata, H. R. (2024). BENCOOLEN DIECAST HOBBIES BENGKULU DENGAN MENGGUNAKAN STRATEGI KOMUNIKASI. J-SIKOM.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera, Jurnal (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2023). JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 2, 1–8.