

HUBUNGAN PERBANDINGAN SOSIAL DENGAN MOTIVASI BEROLAHRAGA PADA ERA *RUNNING CULTURE*

Khofifah Aulia Rahmadini¹, Ersaliya Arezah²
Fakultas Psikologi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia
ersaliya.arezah@psy.uir.ac.id

Abstract

The rise of running culture in the digital era has transformed running culture from merely a sport into an integral part of lifestyle and social interaction. Exposure to others' achievements through social media and running communities encourages individuals to engage in social comparison, which may influence their exercise motivation. This study aims to examine the relationship between social comparison and exercise motivation among individuals in the era of running culture. This study employed a quantitative approach with a correlational design. The participants consisted of 209 individuals who actively engage in running activities and use social media, selected through purposive sampling. The instruments used were the Social Comparison Scale (INCOM) and the Exercise Motivation Scale based on Self-Determination Theory. Data were analyzed using Pearson Product Moment correlation after the assumptions of normality and linearity were met. The results revealed a positive and significant relationship between social comparison and exercise motivation ($r = 0,548$; $p = 0,001$). These findings indicate that a higher tendency to engage in social comparison is associated with a higher level of exercise motivation.

Keywords: social comparison, exercise motivation, running culture

Abstrak

Perbandingan *running culture* di era digital telah mengubah aktivitas lari dari sekedar olahraga menjadi bagian dari gaya hidup dan interaksi sosial. Paparan pencapaian orang lain melalui media sosial dan komunitas lari mendorong individu untuk melakukan perbandingan sosial yang berpotensi memengaruhi motivasi berolahraga. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan perbandingan sosial dengan motivasi berolahraga pada individu di tengah berkembangnya *running culture*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Penelitian melibatkan 209 individu yang aktif berlari serta menggunakan media sosial dengan pemilihan partisipan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Skala Perbandingan Sosial (INCOM) dan Skala Motivasi Berolahraga yang disusun berdasarkan *Self-Determination Theory*. Data dianalisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* setelah memenuhi persyaratan uji normalitas dan linearitas. Hasil analisis memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara perbandingan sosial dengan motivasi berolahraga ($r = 0,548$; $p = 0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kecenderungan individu untuk melakukan perbandingan sosial berkaitan dengan semakin tingginya motivasi dalam berolahraga.

Kata kunci: Perbandingan Sosial, Motivasi Berolahraga, *Running Culture*, Olahraga Lari

Budaya lari atau *running culture* mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia. Kultur lari telah menjadi bagian penting dari gaya hidup di seluruh dunia. Lari, yang dahulunya hanya merupakan olahraga biasa, sekarang menjadi simbol gaya hidup sehat, ekspresi sosial, dan alat untuk membangun identitas diri. Lari telah berkembang menjadi lebih dari sekedar aktivitas kebugaran; sekarang mereka menjadi cara untuk berinteraksi dengan orang lain melalui komunitas, platform *online*, dan kompetisi. Hal ini dapat terlihat dari jumlah peserta *Pocari Sweat Run 2024* mencapai 42.008 orang, meningkat sekitar 53% dibanding tahun 2023 yang hanya diikuti 27.396 pelari (Nursalam & Jaya, 2024). Kenaikan serupa juga terjadi pada *Maybank Marathon 2024*, di mana peserta kategori *marathon* bertambah dari 2.900 menjadi 3.500 orang atau naik sekitar 20% (ANTARA, 2024). Selanjutnya laporan dari *Strava* (Monita, 2024) turut mencatat bahwa komunitas lari di Indonesia naik hingga 83% dibandingkan tahun sebelumnya.

Lari memiliki banyak manfaat fisik dan mental. Lari, sebagai aktivitas fisik, dapat meningkatkan kebugaran, mengurangi risiko penyakit kronis, dan memperkuat sistem kekebalan. Dari perspektif psikologis, olahraga ini dapat membantu mengurangi stres, meningkatkan *mood*,

dan mempererat hubungan sosial melalui berinteraksi dengan orang lain di komunitas lari. Sebuah survei yang dilakukan oleh Populix (dalam Awaliyah, 2025) menunjukkan bahwa 94% generasi milenial dan Gen Z di Indonesia melaporkan berolahraga minimal sekali seminggu, dengan 44% dari mereka yang menjawab lari sebagai aktivitas fisik favorit mereka. Data ini menunjukkan bahwa generasi muda memainkan peran utama dalam membangun budaya berlari di Indonesia. *Running culture* memiliki banyak manfaat, tetapi ada dinamika psikologis di baliknya. Salah satunya adalah *motivation to workout*, yang kemudian dikenal sebagai motivasi berolahraga.

Motivasi untuk berolahraga menjadi aspek penting yang menentukan seberapa konsisten seseorang dalam menjalani gaya hidup aktif tersebut. Motivasi berolahraga mengacu pada dorongan internal maupun eksternal yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas fisik secara konsisten (Teixeira et al., 2012). Salah satu teori motivasi yang banyak digunakan untuk memahami perilaku manusia dalam konteks prestasi, termasuk dalam olahraga adalah *Achievement Goal Theory (AGT)*. Teori ini menjelaskan bagaimana individu memaknai kompetensi serta tujuan yang ingin mereka capai dalam suatu aktivitas yang berorientasi pada pencapaian hasil (Chazan et al., 2022). Sedangkan menurut Teori *Self-Determination (SDT)*, setiap orang memiliki motivasi untuk berolahraga, baik intrinsik maupun ekstrinsik (Ryan & Deci, 2000). Menurut teori ini, motivasi dari dalam diri (intrinsik) dan dari luar diri (ekstrinsik) memengaruhi perilaku manusia, termasuk aktivitas fisik. Motivasi ekstrinsik berasal dari sumber luar, seperti keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial, meningkatkan penampilan fisik, atau memenuhi tuntutan lingkungan. Di sisi lain, seseorang melakukan olahraga karena rasa senang, kepuasan, atau ketertarikan pribadi terhadap aktivitas tersebut. Kedua jenis motivasi ini dapat berfungsi sebagai pendorong utama seseorang untuk secara teratur berolahraga, baik sebagai bagian dari gaya hidup maupun untuk mencapai tujuan pribadi dalam masyarakat olahraga yang semakin populer. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga lari, ada perkembangan budaya lari yang sangat dipengaruhi oleh sosial media saat ini. Instagram, *Strava*, dan *Tiktok* adalah situs *web* di mana orang dapat membagikan aktivitas olahraga mereka, seperti waktu lari, jarak tempuh, dan dokumentasi gaya hidup sehat. Kemudian, sebagai akibat dari keterbukaan ini, orang berlari untuk menjadi lebih sehat secara fisik dan termotivasi untuk menunjukkan citra diri yang positif kepada orang lain. Paparan terhadap unggahan orang lain di sosial media dapat memunculkan rasa ingin menandingi, mengagumi, bahkan iri secara halus yang dijelaskan melalui konsep perbandingan sosial.

Menurut Festinger (1954) dalam teori perbandingan sosial, individu secara alami terdorong untuk menilai kemampuan dan pencapaiannya dengan membandingkan diri terhadap orang lain. Dalam konteks *running culture*, perbandingan sosial ini dapat memiliki dua sisi yaitu ke atas (*upward comparison*) dan ke bawah (*downward comparison*) yang dapat memengaruhi motivasi seseorang dalam berbagai bidang, termasuk dalam aktivitas berolahraga. Meskipun perkembangan *running culture* di era digital sering dikaitkan dengan berbagai fenomena psikologis modern, seperti dorongan untuk selalu mengikuti tren atau ketertinggalan sosial, penelitian ini secara khusus membatasi fokus kajian pada motivasi berolahraga sebagai konstruk utama. Pembatasan ini dilakukan untuk menjaga kejelasan dan kedalaman analisis, sehingga pembahasan tidak melebar pada konsep psikologis lain di luar tujuan penelitian.

Penelitian mengenai hubungan antara perbandingan sosial dan motivasi berolahraga telah banyak dilakukan di berbagai konteks, namun sebagian besar masih terfokus pada olahraga tertentu atau platform digital yang bersifat umum, bukan pada fenomena *running culture* yang kini berkembang pesat di Indonesia. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perbandingan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan motivasi individu untuk berolahraga, namun arah dan intensitas pengaruh tersebut sangat bergantung pada konteks sosial serta media yang digunakan. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Hannah (2019), meneliti efek perbandingan sosial melalui sosial media pada atlet *High-Intensity Functional Training (HIFT)* dan menemukan bahwa paparan terhadap video atlet elit mampu meningkatkan

motivasi latihan serta performa fisik dalam jangka pendek. Namun, penelitian ini dilakukan dalam konteks eksperimen yang terkontrol, sehingga belum menggambarkan dinamika sosial yang terjadi secara alami dalam kehidupan sehari-hari, terutama di komunitas pelari yang berkembang secara organik melalui sosial media seperti *Strava* atau *Instagram*. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Weir (2022) menyoroti bagaimana perbandingan sosial pada pelari perempuan tingkat perguruan tinggi berhubungan erat dengan kesehatan mental, identitas atletik, dan tekanan sosial akibat ekspektasi sosial yang muncul dari interaksi di komunitas lari dan media digital dapat memicu kecemasan, tekanan terhadap citra tubuh, hingga motivasi yang bersifat tidak sehat. Namun, penelitian ini berfokus pada pelari profesional wanita di Amerika Serikat dan lebih menyoroti aspek *athletic identity* serta kesehatan mental, bukan motivasi berolahraga secara umum pada populasi non-atlet.

Penelitian terdahulu lainnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kim (2022) yaitu tentang perbandingan sosial pada pengguna *fitness app* menemukan bahwa *upward comparison* dapat meningkatkan *self-efficacy* dan motivasi olahraga, sedangkan *downward comparison* justru dapat menurunkan keyakinan diri terhadap kemampuan fisik. Studi ini menegaskan bahwa efek perbandingan sosial bersifat dua arah, dapat memotivasi maupun menghambat, tergantung pada bagaimana individu menafsirkan hasil perbandingan tersebut. Namun, konteks penelitian ini masih terbatas pada pengguna aplikasi kebugaran digital secara umum dan belum menyoroti karakteristik unik dari *running culture*, seperti nilai kebersamaan komunitas, pencapaian jarak tempuh, serta eksposur sosial melalui media digital. Selanjutnya penelitian oleh Pila et al. (2014) memperkenalkan konsep *body-related envy* sebagai bentuk emosi sosial yang muncul dari perbandingan fisik dengan orang lain di lingkungan olahraga. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rasa iri yang muncul dari perbandingan ke atas (*upward comparison*) dapat menghasilkan dua efek yang berlawanan mendorong individu untuk berolahraga lebih giat, atau justru menurunkan motivasi karena perasaan rendah diri. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada konteks *body image* dan belum secara eksplisit mengkaji motivasi berolahraga yang muncul dari fenomena sosial digital seperti *running culture* di era sosial media.

Berdasarkan dari uraian di atas atau fenomena yang telah dikemukakan di atas, terdapat *research gap* pada beberapa aspek penting, maka selanjutnya peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat hubungan perbandingan sosial dengan motivasi berolahraga pada individu di era *running culture*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif korelasional. Perbandingan sosial berperan sebagai variabel independen dan motivasi berolahraga adalah variabel dependen. Variabel perbandingan sosial diukur menggunakan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang disusun oleh Gibbons dan Buunk (1999). Skala ini disusun berdasarkan dua aspek yaitu *opinion* dan *ability* dari Festinger (1954) dan terdiri dari 11 item pernyataan yang mencakup 9 item *favorable* dan 2 item *unfavorable* dengan 5 pilihan jawaban mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Rentang skor total yang dapat diperoleh adalah 11-55. Adapun variabel motivasi berolahraga diukur dengan menggunakan skala hasil adaptif yang disusun oleh Arezah (2017) dan dikembangkan berdasarkan *Sport Motivation Scale* yang dikembangkan oleh Pelletier et al. (1995), *Sport Motivation Scale-II* oleh Pelletier et al. (2013), dan *Sport Motivation Scale-6* oleh Mallett et al. (2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu di Indonesia yang aktif mengikuti kegiatan *running culture*, baik yang tergabung dalam komunitas lari, peserta *event* lari, pengguna aplikasi *Strava* maupun berpartisipasi secara mandiri dalam aktivitas lari dengan individu dewasa awal (18 - 45 tahun) dan aktif atau mempunyai sosial media seperti *Instagram* maupun *Tiktok*. Sampel berjumlah 200 responden yang mana jumlah ini sudah berada dalam batas ideal yang direkomendasikan untuk penelitian korelasional di bidang perilaku dan psikologi olahraga. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling* dengan metode

purposive sampling. Penyebaran kuesioner dilakukan baik secara langsung dalam bentuk fisik maupun secara daring melalui berbagai platform media sosial serta komunitas lari.

Analisis statistik yang digunakan adalah analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis korelasional (Siregar, 2017). Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan menggunakan aplikasi *JAMOV* melalui analisis *scatterplot*. Penilaian linearitas didasarkan pada pola sebaran titik data, di mana hubungan dinyatakan linear apabila titik-titik data mengikuti pola garis lurus dan tidak membentuk pola kurva linear atau melengkung. Sebaliknya, apabila sebaran titik membentuk pola tertentu seperti lengkungan atau gelombang, maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linear (Ghozali, 2021). Seluruh proses analisis statistik dilakukan dengan bantuan *JAMOV* 2.6.44.

HASIL PENELITIAN

Data Demografi

Tabel 1
Data Demografi Subjek Penelitian

Demografis		F	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	79	37,8%
	Perempuan	130	62,2%
	Total	209	100
Usia	18-22	145	69,4%
	23-27	46	22%
	≥28	18	8,6%
	Total	209	100
Status Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	144	68,9%
	Bekerja	59	28,2%
	Tidak Bekerja	6	2,9%
	Total	209	100

Hasil pengolahan data karakteristik responden, penelitian ini melibatkan sebanyak 209 partisipan. Jika ditinjau dari usia, sebagian besar partisipan berada pada rentang usia 18–22 tahun, dengan 145 responden (69,4%), sedangkan kelompok usia 23–27 tahun tercatat 46 orang (22%), dan kelompok usia lebih dari 28 tahun tercatat 18 orang (8,6%). Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas partisipan merupakan perempuan memiliki jumlah lebih banyak dibanding responden laki-laki dengan jumlah 130 orang (62,2%). Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 79 orang (37,8%). Tahap berikutnya Adalah melakukan analisis statistik uji normalitas, uji linieritas dan hipotesis. Hasil analisis disajikan secara rinci pada bagian di bawah ini secara lengkap.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

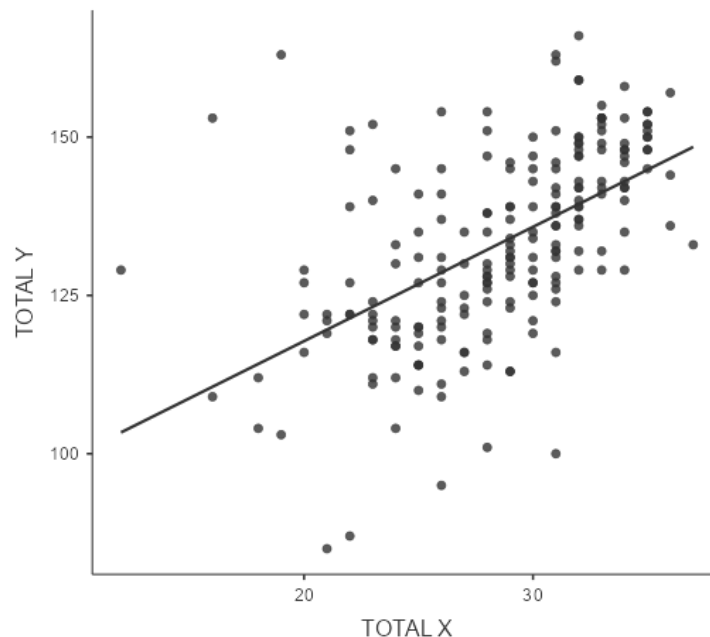
<i>Normality Tests</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>P</i>
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,0500	0,673

Note. Additional results provided by moretests

Pada tabel di atas, uji normalitas menghasilkan nilai statistik sebesar 0,0500 dengan nilai signifikansi, 0,673 ($p > 0,05$). Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa data penelitian memiliki sebaran yang distribusi secara normal. Oleh karena itu, data penelitian memenuhi

persyaratan untuk dianalisis menggunakan analisis parametrik, khususnya uji korelasi *pearson product moment*.

Hasil Uji Linieritas



Gambar 1. Hasil Uji Linearitas

Hasil uji linearitas melalui analisis *scatterplot* pada aplikasi JAMOWI, diperoleh bahwa hubungan antara variabel perbandingan sosial (X) dan motivasi berolahraga (Y) menunjukkan pola yang linear. Kondisi tersebut ditunjukkan oleh penyebaran titik-titik data yang mengikuti kecenderungan garis lurus dari kiri bawah menuju kanan atas tanpa membentuk pola melengkung maupun kurva linear. Selain itu, garis regresi linear yang ditampilkan juga menunjukkan kecenderungan hubungan positif antar variabel. Dengan demikian, asumsi linearitas pada penelitian ini dinyatakan telah memenuhi persyaratan analisis.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3
Hasil Uji Pearson Corellation Product Moment

Variabel	Koefisien Signifikansi	Koefisien Korelasi	Keterangan
Perbandingan Sosial dan Motivasi Berolahraga	0,001	0,548	Signifikan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Hasil tersebut mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara Perbandingan Sosial dan Motivasi Berolahraga. Selain itu, nilai koefisien korelasi sebesar 0,548 mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel berada pada kategori cukup kuat dengan arah hubungan positif.

DISKUSI

Hasil uji *pearson product moment* diperoleh nilai signifikansi 0,001 ($p < 0,05$), dengan koefisien korelasi $r = 0,548$. Nilai-nilai ini menunjukkan hubungan kedua variabel memiliki hubungan positif dengan Tingkat kekuatan korelasi yang tergolong cukup kuat. Artinya, ketika seseorang memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi, mereka cenderung lebih

termotivasi untuk berolahraga. Sebaliknya, ketika seseorang memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih rendah, mereka cenderung kurang termotivasi untuk berolahraga. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun perbandingan sosial bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi motivasi berolahraga, variabel ini tetap memiliki peran psikologis yang penting dalam mendorong individu untuk terlibat secara aktif dalam aktivitas lari. Dengan kata lain, perbandingan sosial berkontribusi secara parsial dalam pembentukan motivasi berolahraga, di samping faktor-faktor lain seperti kesadaran kesehatan, minat pribadi serta dukungan lingkungan sosial.

Penelitian ini konsisten dengan temuan beberapa yang sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Hannah (2019) menemukan bahwa paparan terhadap pencapaian atlet lain melalui media sosial dapat meningkatkan motivasi latihan dan keterlibatan dalam aktivitas fisik. Hasil temuan tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa perbandingan sosial berfungsi sebagai stimulus yang mendorong individu untuk lebih termotivasi dalam berolahraga. Selanjutnya penelitian oleh Kim (2022) juga menemukan bahwa *upward comparison* pada pengguna aplikasi kebugaran dapat meningkatkan *self-efficacy* dan motivasi berolahraga terutama ketika individu memandang pencapaian orang lain sebagai sumber inspirasi. Meskipun konteks penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini, kesamaan hasil menunjukkan bahwa perbandingan sosial memiliki peran yang relatif konsisten dalam membentuk motivasi berolahraga, baik dalam konteks aplikasi kebugaran maupun fenomena *running culture* yang berkembang di masyarakat. Hubungan tersebut juga dapat dipahami melalui *Self-Determination Theory* (Ryan & Deci, 2000), khususnya pada aspek kebutuhan akan kompetensi (*competence*) dan keterhubungan sosial *relatedness*. Saat individu membandingkan dirinya dengan pelari lain yang memiliki performa lebih baik, muncul dorongan untuk meningkatkan kemampuan diri agar merasa kompeten. Perbandingan tersebut dapat memberikan informasi mengenai posisi kemampuan individu sekaligus menjadi sumber motivasi untuk mencapai performa yang lebih baik. Selain itu, keterlibatan dalam komunitas lari memungkinkan individu merasa terhubung dengan orang lain yang memiliki minat dan tujuan yang sama, sehingga dapat memperkuat motivasi untuk tetap berlari.

Adapun keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak dicantumkannya opsi atau pilihan mengenai frekuensi aktivitas lari responden dalam satu minggu serta aktivitas aktif menggunakan sosial media pada instrumen kuesioner, baik dalam bentuk *Google Form* maupun kuesioner fisik. Hal ini menyebabkan peneliti tidak dapat mengidentifikasi tingkat intensitas aktivitas responden secara lebih spesifik. Selain itu, penelitian ini juga belum bisa menempatkan perbandingan sosial sebagai konstruk yang berkonotasi negatif, ini dikarenakan fokus kajian lebih diarahkan pada bagaimana perbandingan sosial dapat berperan sebagai pendorong dalam meningkatkan motivasi berolahraga.

KESIMPULAN

Analisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* menghasilkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,548$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa perbandingan sosial dan motivasi berolahraga berada pada kategori cukup kuat dengan arah hubungan positif. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan kecenderungan individu dalam melakukan perbandingan sosial, maka semakin tinggi pula tingkat motivasi individu untuk berolahraga, khususnya dalam aktivitas lari. Perbandingan sosial dalam konteks *running culture* tidak hanya berfungsi sebagai proses evaluasi diri, tetapi juga berperan sebagai stimulus psikologis yang mendorong individu untuk meningkatkan keterlibatan dan konsistensi dalam berolahraga. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perbandingan sosial tidak hanya dipengaruhi perbandingan sosial, melainkan salah satu faktor psikologis yang berkontribusi secara parsial. Motivasi berolahraga tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, baik internal maupun eksternal seperti minat pribadi, kondisi fisik, dukungan sosial serta lingkungan dan fasilitas olahraga. Meskipun demikian, perbandingan sosial terbukti memiliki

peranan yang cukup penting dalam membentuk motivasi berolahraga di tengah berkembangnya fenomena *running culture* di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa motivasi berolahraga tidak terbentuk secara terisolasi dalam diri individu, melainkan berkembang melalui interaksi sosial dan budaya yang melingkupinya. Dalam konteks *running culture* yang dipengaruhi oleh komunitas dan media sosial, perbandingan sosial dapat dimaknai secara adaptif sebagai sumber motivasi dan inspirasi apabila dikelola secara positif.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA. (2024, Agustus 25). *Peserta lari kategori maraton pada Maybank Marathon meningkat 20 persen*. Indonesia. <https://bali.antaranews.com/berita/354139/peserta-lari-kategori-maraton-pada-maybank-marathon-meningkat-20-persen>
- Awaliyah, G. (2025, Februari 5). *Survei: 94 Persen Milenial dan Gen Z Rutin Olahraga, Lari dan Badminton Paling Disukai*. Indonesia. <https://ameera.republika.co.id/berita/sr6nwh425/survei-94-persen-milenial-dan-gen-z-rutin-olahraga-lari-dan-badminton-paling-disukai>
- Chazan, D. J., Pelletier, G. N., & Daniels, L. M. (2022). Achievement goal theory review: An application to school psychology. *Canadian Journal of School Psychology*, 37(1), 40-56. <https://doi.org/10.1177/08295735211058319>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 129. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Hannah, M. D. (2019). *Social Media and the Effect on Social Comparison, Recovery, and Motivation Measures in High-Intensity Functional Fitness Athletes (HIFT)*. (Thesis), Faculty of Georgia Southern, Georgia Southern University. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/etd/2031>
- Kim, H. M. (2022). Social comparison of fitness social media postings by fitness app users. *Computers in Human Behavior*, 131, 107204. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107204>
- Mallett, C., Kawabata, M., Newcombe, P., Otero-Forero, A., & Jackson, S. (2007). Sport motivation scale-6 (SMS-6): A revised six-factor sport motivation scale. *Psychology of sport and exercise*, 8(5), 600-614. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2006.12.005>
- Monita, R. (2024, Desember 9). *Strava Ungkap Tren Aktivitas Olahraga 2024, Klub Jadi Tempat Kumpul Baru*. Indonesia. <https://www.marketeers.com/strava-ungkap-tren-aktivitas-olahraga-2024-klub-jadi-tempat-kumpul-baru/>

- Nursalam, A., & Jaya, E. E. (2024, Juli 21). *Statistik Pertumbuhan Pelari di Pocari Sweat Run 2024 Terus Melonjak*. Bandung, Indonesia. <https://www.kompas.com/sports/read/2024/07/21/16210218/statistik-pertumbuhan-pelari-di-pocari-sweat-run-2024-terus-melonjak>
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Briere, N. M., & Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of sport and Exercise Psychology*, 17(1), 35-53. <https://doi.org/10.1123/jsep.17.1.35>
- Pelletier, L. G., Rocchi, M. A., Vallerand, R. J., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). *Psychology of sport and exercise*, 14(3), 329-341. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.12.002>
- Pila, E., Stamiris, A., Castonguay, A., & Sabiston, C. M. (2014). Body-related envy: A social comparison perspective in sport and exercise. *Journal of sport and exercise psychology*, 36(1), 93-106. <https://doi.org/10.1123/jsep.2013-0100>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara.
- Teixeira, P. J., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Ryan, R. M. (2012). Exercise, physical activity, and self-determination theory: a systematic review. *International journal of behavioral nutrition and physical activity*, 9(1), 78. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-9-78>
- Weir, S. (2022). *Unveiling the world of female collegiate distance running: a social identity and social comparison perspective*. University of Delaware. <https://udspace.udel.edu/items/20ba76cc-b9b1-4729-b872-d13233534ab9>