JURNAL PSIKODIDAKTIKA
JURNAL ILMU PENDIDIKAN, PSIKOLOGI, BIMBINGAN & KONSELING

HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS *RUNNING IS OUR THERAPY (RIOT)* GORONTALO

Steven Saputra Suleman[1], Fendi Ntobuo[2], Sitti Rojiyah Nur Insyirah Puhi[3]
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Gorontalo
E-mail:
stevensuleman58@gmail.com[1] fendintobuo@umgo.ac.id[2]
sittirojiyah@umgo.ac.id[3]

Abstract

This study is based on the evolving definition of running as a sport that is no longer solely associated with health but also reflects a hedonistic lifestyle that may encourage consumptive behavior. The purpose of this study was to examine the relationship between consumptive behavior and a hedonistic lifestyle among members of the Running Is Our Therapy (RIOT) Gorontalo community. This study employed a quantitative approach with a correlational research design. A total sampling technique was used, involving all 33 members of the research population. Data were collected using the Consumptive Behavior Scale and the Hedonistic Lifestyle Scale. Data analysis was conducted using the Spearman Rank correlation test through SPSS version 25 The results of the univariate analysis showed that the majority of respondents were in the moderate category for both hedonistic lifestyle (25 respondents; 75.8%) and consumptive behavior (22 respondents; 66.7%). The hypothesis testing revealed a moderate positive correlation, with a correlation coefficient of 0.427 and a significance value of 0.013 ($p < 0.05$). Furthermore, the coefficient of determination indicated that a hedonistic lifestyle contributed 27.8% to consumptive behavior. These findings suggest that a higher level of hedonistic lifestyle is associated with a higher tendency toward consumptive behavior. It is expected that this study will contribute to the development of future research in the fields of consumptive behavior and social psychology.

Keywords: RIOT Gorontalo Community, Hedonistic Lifestyle, Consumptive Behavior

Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada definisi lari sebagai olahraga yang terus berkembang, yang tidak lagi hanya berkaitan dengan kesehatan tetapi juga mencerminkan gaya hidup hedonisme yang mendorong perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme saling berkaitan di komunitas Gorontalo dari Running Is Our Therapy (RIOT). Penelitian ini menggunakan metode korelasional yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif. Strategi pengambilan sampel lengkap digunakan untuk memilih masing-masing dari 33 orang yang membentuk populasi penelitian. Mengumpulkan data menggunakan Skala perilaku konsumtif dan skala gaya hidup hedonisme. Uji hipotesis menggunakan Spearman Rank dalam SPSS versi 25 digunakan untuk menganalisis data. Dengan 25 responden (75,8%) dan 22 responden (66,7%), masing-masing, analisis univariat mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif sebagian besar berada dalam kisaran moderat. Hasil uji hipotesis menunjukkan hubungan sedang dengan nilai koefisien korelasi 0,427 dan nilai signifikansi 0,013 ($p < 0,05$). Gaya hidup hedonisme dikaitkan dengan perilaku konsumtif, menurut nilai koefisien determinasi sebesar 27,8%. Diharapkan penelitian ini akan mendorong studi lebih lanjut tentang perilaku konsumtif dan psikologi sosial.

Kata Kunci: Komunitas *RIOT* Gorontalo, Gaya Hidup Hedonisme, Perilaku Konsumtif

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam aktivitas berbelanja. Aktivitas belanja yang awalnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari kini mengalami pergeseran makna seiring berkembangnya teknologi digital dan platform *e-commerce.* Kemudahan akses internet memungkinkan masyarakat memperoleh berbagai produk dan jasa secara cepat dan praktis melalui perdagangan elektronik atau *e-commerce* (Rehatalanit, 2016). Kehadiran berbagai platform digital tidak hanya mempermudah aktivitas konsumsi, tetapi juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat modern, termasuk dalam memenuhi kebutuhan olahraga yang saat ini semakin populer, salah satunya olahraga lari (Oktaviani *et al*., 2025).

Olahraga lari saat ini berkembang tidak hanya sebagai aktivitas menjaga kesehatan, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup hedonisme. *World Health organization* (WHO, 2024) melaporkan bahwa partisipasi masyarakat dalam komunitas lari mengalami peningkatan secara global. Di Indonesia, peningkatan partisipasi tersebut bahkan mencapai 83% menunjukkan bahwa olahraga lari telah menjadi tren yang diminati berbagai kalangan (Wibowo, 2024).

Aktivitas olahraga juga mampu membentuk karakter positif, meningkatkan kesejahteraan mental, dan memperkuat hubungan sosial individu (Jerfatin *et al*., 2025). Namun, di tengah meningkatnya popularitas olahraga lari, muncul fenomena pergeseran makna aktivitas olahraga yang tidak lagi semata-mata berorientasi pada kesehatan, melainkan juga berkaitan dengan pencitraan diri, tren sosial, dan gaya hidup hedonisme.

Fenomena tersebut terlihat pada komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo sebagai salah satu komunitas lari yang berkembang di Indonesia (Diskominfo Bandung, 2025). Berdasarkan hasil wawancara pada 3 anggota komunitas, ditemukan adanya kecenderungan perilaku konsumtif dalam pembelian perlengkapan olahraga seperti sepatu, pakaian, dan aksesori lari bermerek. Pembelian tersebut tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan dan fungsi teknis, melainkan dipengaruhi oleh aspek penampilan, tren, serta keinginan memperoleh pengakuan sosial dalam komunitas. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan gaya hidup hedonisme, yaitu pola hidup yang berorientasi pada pencarian kesenangan, prestise, dan kepuasan pribadi melalui konsumsi barang maupun aktivitas tertentu (Sa'idah & Fitrayati, 2022).

Perilaku konsumtif sendiri merupakan perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan dipengaruhi oleh keinginan emosional dan simbolik (Sumartono, 2002). Dalam masyarakat modern, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai upaya memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial (Hijrianti & Fitriani, 2020). Hirschman (1982) melalui teori *Hedonic Consumption* menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi sering kali dilakukan untuk memperoleh pengalaman emosional, kesenangan, dan simbol sosial, sehingga individu dengan orientasi hedonisme cenderung lebih mudah melakukan perilaku konsumtif.

Sejalan dengan hal tersebut, Engel (1994) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan

opini dalam menggunakan waktu maupun uang. Individu dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme umumnya lebih berorientasi pada kesenangan, mengikuti tren, serta melakukan konsumsi untuk memperoleh pengakuan sosial dan kepuasan emosional. Dalam konteks komunitas lari, kondisi tersebut dapat terlihat melalui kecenderungan penggunaan perlengkapan olahraga bermerek, partisipasi dalam event lari bergengsi, dan aktivitas konsumsi lain yang berkaitan dengan citra diri maupun prestise sosial.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif. Anggraini (2017) menemukan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme individu maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hasil serupa juga ditemukan oleh Anjani (2024) yang menunjukkan bahwa individu dengan orientasi kesenangan dan kecenderungan mengikuti tren lebih mudah melakukan perilaku konsumtif untuk memperoleh kepuasan emosional. Akan tetapi, penelitian mengenai hubungan kedua variabel tersebut masih lebih banyak dilakukan pada remaja dan mahasiswa dalam konteks umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif pada komunitas olahraga, khususnya komunitas lari, masih sangat terbatas.

Berdasarkan kajian tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada konteks subjek penelitian, yaitu anggota komunitas lari *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo. Komunitas lari memiliki karakteristik sosial yang berbeda karena olahraga tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas kesehatan, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya hidup modern, simbol identitas sosial, dan media aktualisasi diri. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami hubungan antara gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif dalam konteks komunitas olahraga.

Berdasarkan uraian ini, hipotesis penelitian ini adalah bahwa anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT*) Gorontalo, gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif berkorelasi positif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif pada anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif pada anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo. Metode korelasional dipilih untuk melihat tingkat hubungan antara kedua variabel tanpa memberikan perlakuan tertentu kepada subjek penelitian.

Terdapat 33 anggota aktif komunitas Running *Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo membentuk populasi penelitian. Seluruh populasi tersebut dijadikan sampel penelitian karena jumlah populasinya yang relatif kecil. Pengambilan menggunakan teknik *total sampling*, yang memilih setiap anggota populasi sebagai responden, adalah strategi pengambilan sampel yang digunakan (Sugiyono, 2023).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu anggota komunitas RIOT Gorontalo. Konteks penelitian difokuskan pada komunitas olahraga lari yang aktivitasnya tidak hanya berorientasi pada kesehatan, tetapi juga berkaitan dengan tren gaya hidup modern dan pembentukan identitas sosial.

Kuesioner berbasis skala Likert digunakan untuk mengumpulkan data. Gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif responden diukur menggunakan skala tersebut. Terdapat empat kemungkinan respons untuk setiap pernyataan: sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai (Sugiyono, 2023). Selain kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara awal sebagai data pendukung untuk menggambarkan fenomena perilaku konsumtif pada anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo. Proses pengumpulan data dilakukan setelah responden menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi secara sukarela dalam penelitian. Seluruh data yang diperoleh dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Skala perilaku konsumtif, yang dimodifikasi dari Acmel (2022), dan skala gaya hidup hedonisme membentuk alat penelitian. Minat, aktivitas, dan opini termasuk di antara aspek-aspek yang disarankan Engel (1994)) untuk digunakan dalam membangun skala gaya hidup hedonismw. Menurut Sumartono (2002), skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek perilaku konsumtif, seperti membeli produk karena penawaran khusus, membeli produk karena penampilannya yang menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan dan prestise, membeli produk karena pertimbangan harga (bukan manfaat atau kegunaan), membeli produk untuk mempertahankan simbol status sosial, membeli barang mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri, mencoba lebih dari dua produk serupa, dan menggunakan produk karena kesesuaian dengan model yang mempromosikan produk tersebut.

Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan aplikasi *SPSS* versi 25. Item dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji validitas, item-item yang memenuhi kriteria valid kemudian digunakan dalam penelitian (Mutiah, 2025). Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dengan nilai batas 0,70. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar 0,70, kuesioner dianggap reliabel atau memiliki konsistensi yang baik (Nurhaisya *et al*., 2023).

3. Hasil Dan Pembahasan

Melibatkan 33 anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai partisipan penelitian. Berdasarkan karakteristik usia, 16 responden (48,5%) berusia antara 31 dan 39 tahun, diikuti oleh 13 responden (39,4%) yang berusia antara 20 dan 30 tahun dan 12,1% yang berusia antara 40 dan 50 tahun. Kemudian, berdasarkan jenis pekerjaan, 11 responden (33,3%) adalah karyawan swasta; 8 responden (24,2%) adalah wiraswasta; 7 responden (21,2%) adalah Pegawai Negeri Sipil (ASN); 4 responden (12,1%) adalah mahasiswa dan 3 responden (9,1%) berada di pekerjaan lain.

Berdasarkan lama keaktifan dalam komunitas lari, sebagian besar responden telah aktif berlari selama 2 tahun sebanyak 11 responden (33,3%), kemudian selama 1 tahun sebanyak 10 responden (30,3%), lebih dari 3 tahun sebanyak 7 responden (21,2%), dan kurang dari 1 tahun sebanyak 5 responden (15,2%).

Tabel 1. Analisis univariat gaya hidup hedonisme pada anggota komunitas

Perilaku Konsumtif	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	6	18,2%
Sedang	22	66,7%
Tinggi	5	15,1%
Total	**33**	**100%**

Tabel 2. Analisis univariat perilaku konsumtif pada anggota komunitas

Gaya Hidup Hedonisme	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	3	9%
Sedang	25	75,8%
Tinggi	5	15,2%
Total	**33**	**100%**

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme pada anggota komunitas, dari 33 responden diperoleh yang termasuk gaya hidup hedonisme kategori rendah sebanyak 3 responden (9%), kemudian dengan kategori sedang sebanyak 25 (75,8), dan gaya hidup hedonisme yang termasuk kategori tinggi sebanyak 5 responden (15,2%). Kemudian berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada anggota komunitas, dari 33 responden diperoleh yang termasuk perilaku konsumtif kategori rendah sebanyak 6 responden (18,2%), kemudian kategori sedang sebanyak 22 (66,7%), dan perilaku konsumtif yang termasuk kategori tinggi sebanyak 5 responden (15,1%).

Tabel 3. Uji koefisien determinasi

Koefisien Determinasi	
R square	0,278
Std. Error of the Estimate	7,992

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Spearman Rank	
Variabel	**Correlation Coefficient**	**Sig. (2-tailed)**
Gaya hidup hedonisme	0,427	0,013
Perilaku konsumtif		

Tabel 3 menunjukkan bahwa, terkait dengan nilai R-Square, koefisien determinasi adalah 0,278, atau 27,8%. Ini menunjukkan bahwa 27,8% variasi pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen, dengan sisanya 72,2% (100% - 27,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Kemudian, tabel 4 menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,427 dengan nilai signifikansi 0,013 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif berkorelasi positif secara signifikan. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif meningkat seiring dengan tingkat gaya hidup hedonisme mereka. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan sedang, menurut nilai koefisien korelasi sebesar 0,427.

Gaya hidup hedonisme mendorong individu untuk menjadikan kesenangan dan pengalaman emosional sebagai tujuan utama dalam aktivitas konsumsi. Menurut Akgün (2017) konsumsi tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh aspek afektif seperti emosi, fantasi, dan sensasi. Individu dengan orientasi hedonisme cenderung mencari kepuasan instan melalui membeli, sehingga pertimbangan terhadap kebutuhan dan fungsi menjadi kurang dominan. Kondisi ini memicu munculnya perilaku pembelian impulsif dan kecenderungan untuk terus mengulang pengalaman

konsumsi yang menyenangkan. Akibatnya, individu menunjukkan perilaku konsumtif yang ditandai dengan pembelian berlebihan, tidak terencana, dan berorientasi pada kepuasan sesaat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2017) dan Acmel (2022) yang menemukan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme individu maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. penelitian Anjani (2024) menjelaskan bahwa individu dengan orientasi kesenangan dan kecenderungan mengikuti tren lebih mudah melakukan perilaku konsumtif demi memperoleh kepuasan emosional. Hasil penelitian tersebut memperkuat temuan dalam penelitian ini bahwa gaya hidup hedonisme merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap munculnya perilaku konsumtif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan olahraga lari sebagai bagian dari gaya hidup modern (hedonisme) tidak hanya memberikan dampak positif terhadap kesehatan dan interaksi sosial, tetapi juga berpotensi memunculkan kecenderungan perilaku konsumtif pada anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran individu dalam memaknai aktivitas olahraga secara lebih rasional agar konsumsi terhadap perlengkapan dan atribut olahraga tetap didasarkan pada kebutuhan, bukan semata-mata pada dorongan kesenangan, prestise, maupun tuntutan tren sosial.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif pada anggota komunitas *Running Is Our Therapy (RIOT)* Gorontalo, yang mengindikasikan bahwa peningkatan gaya hidup hedonisme diikuti oleh peningkatan kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonisme individu, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas olahraga lari tidak hanya dimaknai sebagai sarana menjaga kesehatan, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya hidup modern yang berkaitan dengan pencitraan diri, tren sosial, dan prestise.

Dalam konteks komunitas lari, kecenderungan tersebut mendorong individu melakukan konsumsi terhadap berbagai perlengkapan olahraga sebagai bagian dari upaya memperoleh kepuasan pribadi dan pengakuan sosial. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap munculnya perilaku konsumtif pada anggota komunitas olahraga.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah responden yang lebih besar serta cakupan komunitas olahraga yang lebih luas agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Selain itu, penelitian berikutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif, seperti konformitas, kontrol diri, konsep diri, intensitas penggunaan media sosial, maupun pengaruh kelompok sosial sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif pada komunitas olahraga. Bagi anggota komunitas lari, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi agar aktivitas olahraga tetap dimaknai sebagai upaya menjaga kesehatan dan pengembangan diri tanpa mengesampingkan rasionalitas dalam perilaku konsumsi.

5. Daftar Pustaka

Acmel, A. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry. *Skripsi. Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.

Akgün, Ö. (2017). Theoretical Concept of Hedonic Consumption. *4th International Conference on Business and Economics Studies*, *October*, 165–172.

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. *3*(3), 131–140.

Anjani, M., & Anindra guspa. (2024). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Unp. *CAUSALITA : Journal of Psychology*, *2*(2), 187–194. https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.305

Diskominfo Bandung. (2025). *Riot Bandung, Komunitas Lari Terbuka untuk Semua Kalangan*. Portal JABARPROVGOID.

Engel F., Roger B. & Paul, W. (1994). *Perilaku Konsumen* (Edition 6). Binarupa Aksara.

Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). *Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. *6*(1), 48–59.

Hirschman C. E., & H. B. M. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, *46*(3), 92–101.

Jerfatin A. C., Idris P. F., & R. H. (2025). Gambaran Aktivitas Olahraga Lari Komunitas Indorunners Kota Makassar. *Window of Public Health Journal*, *6*(5), 882–890.

Mutiah R. (2025). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner penilaian manajemen sarana dan prasarana. *Jurnal LENTERA*, *3*, 81–91.

Nurhaisya, Ilham, M., Haeruddin, W., Dipoatmodjo, T. S. P., Sahabuddin, R., Ikhwan, M., & Haeruddin, M. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Non Fisik terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Pelindo (Persero) Regional IV Makassar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 411–419.

Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2025). Pengaruh Tren Perilaku Konsumtif Dari Konsumen Dalam E-Commerce Di Era Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(4), 1–1.

Rehatalanit Y.L.R. (2016). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, *5*(1), 1–8.

Sa'idah & Fitrayati. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy*, *9*(3), 467–475.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Komputer, Bandung: CV Alfabeta. *Bandung: Alfabeta*.

WHO. (2024). *Physical Activity*. Word Health Organization.

Wibowo. A. (2024). *Laporan Terbaru Strava: Aktivitas Olahraga Bukan Lagi Tentang Burning Out*. Katadata.