

ABSTRAK

Komunitas RIOT merupakan salah satu wadah aktivitas di bidang kesehatan, khususnya dalam olahraga lari di Indonesia. Komunitas ini telah berkembang di berbagai kota di seluruh Indonesia, termasuk Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi Komunitas Lari RIOT Yogyakarta dapat mendorong perilaku konsumtif sebagai gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi komunitas yang mana untuk melihat interaksi yang terjadi melalui proses imitasi, sugesti, simpati, dan identifikasi mendorong perilaku konsumtif anggota. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi dalam komunitas mendorong terbentuknya kelompok - kelompok kecil yang bisa menjadi ruang diskusi lebih intens. Selain itu, tren eksternal yang berkembang dalam komunitas turut membentuk pola konsumsi anggotanya, khususnya dalam pemilihan perlengkapan lari.

Kata Kunci: Interaksi Sosial, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup, Komunitas

ABSTRACT

The RIOT Community is one of the health activity forums, especially in running sports in Indonesia. This community has developed in various cities throughout Indonesia, including Yogyakarta. This study aims to determine how the interaction of the Yogyakarta RIOT Running Community can encourage consumer behavior as a lifestyle. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The concept used in this study is the concept of community communication which is to see the interactions that occur through the process of imitation, suggestion, sympathy, and identification that encourages the consumer behavior of members. The data collection technique in this study used in-depth interviews with informants selected based on certain criteria. The results of this study indicate that interaction within the community encourages the formation of small groups that can be a space for more intense discussions. In addition, external trends that develop in the community also shape the consumption patterns of its members, especially in the selection of running equipment.

Keywords: *Social Interaction, Consumer Behavior, Lifestyle, Community*