

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

Oleh:

Doni Magat Harahap¹

Shera Fanasha²

Muhammad Ikhsan Nurseha³

Jerry Heikal⁴

Universitas Bakrie

Alamat: JL. H. R. Rasuna Said No.2 kav c-22, Kec. Setiabudi, Kuningan, DKI Jakarta
(12940).

Korespondensi Penulis: doni.magat@gmail.com

Abstract. *This journal aims to compare the shared values of generation X, millennial and Z runners using ethnographic methods through the Metarun running community. This research was carried out using interview techniques with runners representing each generation as well as observation and collecting evidence to understand the motivation, values, meanings felt and held by members when taking part in running activities in a community. The research results show that there are shared values between runners from different generations, including the desire for a healthy lifestyle and well-being, a sense of togetherness and support between members, education related to sharing knowledge and running experiences and a sense of solidarity that brings warmth and a sense of family. These findings could have important implications for the fitness and sports industry, in developing programs and services that suit the needs and preferences of each generation.*

Keyword: *Shared Value, Generation X, Generation Millennial, Generation Z, Ethnography, Community, Running, Metarun.*

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

Abstrak. Jurnal ini bertujuan untuk membandingkan *shared value* dari para pelari generasi X, milenial, dan Z dengan menggunakan metode etnografi melalui komunitas lari Metarun. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara kepada para pelari yang mewakili masing – masing generasi serta observasi dan pengumpulan bukti untuk memahami motivasi, nilai-nilai, makna yang dirasakan dan dianut para anggota saat mengikuti kegiatan berlari dalam sebuah komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *shared value* antara para pelari dari generasi yang berbeda diantaranya keinginan untuk pola hidup sehat dan kesejahteraan, rasa kebersamaan dan dukungan antar anggota, pendidikan terkait berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman lari serta rasa solidaritas yang menghadirkan kehangatan serta rasa kekeluargaan. Temuan ini dapat menjadi implikasi penting bagi industri kebugaran dan olahraga, dalam mengembangkan program dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi dari masing-masing generasi.

Kata Kunci: *Shared Value*, Generasi X, Generasi Milenial, Generasi Z, Etnografi, Komunitas, Lari, Metarun.

LATAR BELAKANG

Olahraga tak hanya menjadi kebutuhan hidup manusia untuk menjaga kesehatan, tetapi juga bagian integral dari budaya masyarakat. Lari menjadi media ekspresi berbagai fenomena sosial yang terjadi di sekitar kita. Di era modern ini, banyak orang mengabaikan pentingnya berolahraga bagi tubuh. Padahal, dengan berolahraga, kita mendapatkan bonus kesehatan yang murah namun memberikan pengaruh besar bagi kebugaran tubuh. Olahraga dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, sesuai dengan waktu yang tersedia, baik pagi, siang, maupun malam. Menurut Hapsari (2012), terdapat tiga motif utama yang mendorong seseorang untuk berolahraga: kesukaan atau hobi, kesehatan, dan sarana interaksi atau hiburan.

Salah satu dari olahraga yang banyak diminati oleh banyak kalangan adalah olahraga lari. Aktivitas luar ruangan seperti berlari telah menjadi semakin populer di kalangan generasi X, Milenial, dan Z. Generasi X, Milenial, dan Z memiliki nilai-nilai dan motivasi yang berbeda dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal berlari. Generasi X umumnya lahir antara tahun 1965 - 1980, milenial antara tahun 1981 - 1996, dan Z antara tahun 1997 – 2012. Perbedaan nilai ini dipengaruhi oleh berbagai faktor,

seperti latar belakang sosial ekonomi, teknologi, dan peristiwa global yang mereka alami (Yanuar, 2016).

Banyaknya peminat olahraga lari memiliki tujuan yang berbeda - beda, karena itu tidak heran jika muncul banyak komunitas untuk menampung nya. Salah satu nya adalah *More Than Runners Community*. *More Than Runner* atau biasa disebut Metarun merupakan salah satu komunitas lari yang sudah berdiri sejak tanggal 21 Januari 2022 di Jakarta. Metarun menjadi salah satu komunitas lari yang banyak menginspirasi khususnya bagi masyarakat DKI Jakarta dan Indonesia pada umumnya untuk memulai pola hidup sehat. Metarun memiliki visi sebagai Menjadi komunitas olahraga yang mengusung dan mempromosikan kesehatan fisik dan mental melalui kegiatan olahraga dan wisata alam sembari membangun hubungan antar manusia melalui proyek sosial dan kemanusiaan. Sedangkan misi dari komunitas ini adalah mengajak dan menginspirasi masyarakat untuk tetap menjalani gaya hidup sehat melalui aktivitas olahraga secara daring maupun luring, menyeimbangkan tubuh yang sehat dengan kesehatan mental melalui kegiatan rekreasi seperti berwisata alam, membangun dan meningkatkan hubungan antarmanusia di setiap hati masyarakat melalui berbagai proyek sosial dan kemanusiaan.

Latihan rutin yang dilakukan oleh komunitas ini *free* dengan kata lain sama sekali tidak dipungut biaya apapun. Latihan rutin untuk olahraga berlari dilakukan setiap hari kamis malam pukul 19:00 Wib yang berlokasi di Gate E di Gelora Bung Karno dan latihan *Strength Training* dilaksanakan di Pulau Satu atau Koridor LG di Senayan Park. Sistem keanggotaannya nya pun sangat mudah, dimana teman-teman yang ingin bergabung dapat langsung menghubungi admin terkait via *chat* atau *direct message* pada akun Instagram @meta_runners hingga datang langsung ke tempat latihan. Anggota komunitas ini kian bertambah dari waktu ke waktu. Berawal hanya beranggota 3 orang alumni Lmen menjadi 234 orang anggota yang tergabung di dalam WAG (*Whatsapp Group*) dengan 4774 *follower* di akun instagram nya.

Sehubungan dengan nama nya *More Than Runner*, komunitas ini memiliki banyak kegiatan lain diluar olahraga lari diantaranya kompetisi olahraga, *internal bonding venture*, *open trip bonding venture*, kegiatan aman, kampanye hidup sehat dan konten sharing. Komunitas ini telah banyak mengikuti berbagai macam event lari dan *exercise* yang diadakan baik dalam maupun luar negeri. Dalam perayaan ulang tahun nya, Komunitas ini juga selalu membuat event dimana mengundang berbagai teman-teman

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

komunitas lain maupun masyarakat sekitar untuk sekedar berbagi pengalaman seru dalam olahraga.

Menurut data Di Indonesia sendiri, berdasarkan hasil survei Susenas BPS tahun 2021, sebanyak 41,54% orang Indonesia menyukai olahraga lari. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat pada olahraga lari lebih tinggi di daerah perkotaan dan pedesaan. Masing – masing generasi tentunya memiliki alasan nya sendiri yang mengerucut pada *share value* sebagai suatu fondasi. *Shared value* ini dapat mempengaruhi motivasi, perilaku, dan keputusan individu. Hanya saja, penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan pada manfaat kesehatan dari lari itu sendiri dan tidak terlalu terfokus pada pemahaman *shared value* yang melatarbelakangi motivasi para anggota untuk berlari dan mengapa mereka rela menjadi bagian dari suatu komunitas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi *share value* dari para pelari melalui komunitas Metarun, sebagai bahan acuan dalam merepresentasikan banyak pelari di luar sana yang ingin bergabung dalam sebuah komunitas.

KAJIAN TEORITIS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat secara mendalam *shared value* yang dapat mempengaruhi motivasi, perilaku dan keputusan individu dalam mendalami olahraga berlari hingga memutuskan untuk menjadi bagian dalam suatu komunitas. Motivasi ini dapat menjadi suatu pemahaman, pembelajaran dan pengembangan tersendiri untuk dapat melihat suatu pola dan kondisi yang terjadi di tengah masyarakat.

Konsep *shared value* pada dasarnya adalah untuk menjelaskan bagaimana individu/organisasi dapat menciptakan nilai ekonomi sekaligus menangani isu sosial (Porter dan Kramer, 2011). Dalam konteks olahraga, *shared value* dapat dilihat sebagai motivasi berlari yang tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi (kesehatan), tetapi juga memberikan manfaat sosial (komunitas, lingkungan).

Konsep *shared value* dalam olahraga lari berfokus pada penciptaan nilai bersama, baik untuk pelari individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Nilai-nilai ini tidak hanya terkait dengan kesehatan fisik pelari, tetapi juga mencakup manfaat sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Sedangkan komunitas sendiri dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa saling memiliki, terikat di antara satu dan lainnya dan

percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama (McMillan dan Chavis, 1986).

Hal ini turut diperkuat oleh studi yang dilakukan mengenai komunitas dalam psikologi rural, bahwa komunitas adalah hal yang dibangun dengan fisik atau lokasi geografi (*Physical or geographical location*) dan kesamaan dasar akan kesukaan (*interest*) atau kebutuhan (*needs*) - (Hillery, George, Jr, 1955).

Karena itu seringkali seseorang yang memiliki kesamaan, kesukaan dan kebutuhan akan bergabung untuk dapat berbagi pengalaman, ideologi dan esensi nilai terhadap suatu hal. Persamaan tersebut seringkali melahirkan rasa keterikatan yang tinggi hingga rasa saling memiliki yang tumbuh menjadi suatu identitas diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam etnografi ini berfokus pada wawancara mendalam kepada narasumber yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Etnografi, berasal dari kata "*ethno*" (bangsa) dan "*graphy*" (menguraikan), merupakan usaha untuk memahami dan mendeskripsikan kebudayaan atau aspek-aspek kebudayaan (Moleong, 1990).

Etnografi merupakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan kebudayaan atau aspek-aspek kebudayaan secara mendalam dalam konteksnya sendiri. Etnografi adalah metode penelitian yang melibatkan peneliti untuk terjun langsung ke dalam kehidupan sehari-hari individu atau komunitas tertentu. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang budaya, nilai-nilai, dan perilaku mereka (Kiki, 2005).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara dan pengamatan secara langsung dengan orang-orang yang menjadi informan dari penelitian ini yakni 2 orang perwakilan dari masing-masing Generasi X, Generasi Milenial dan Generasi Z. Sedangkan data sekunder yang diperoleh peneliti berasal dari pengamatan mendalam secara berkala, dokumentasi foto dan video selama melakukan proses penelitian serta dokumentasi foto dan video yang dimiliki oleh para narasumber.

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

Dalam Studi Etnografi, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber terkait dan dilanjutkan dengan observasi secara berkala guna mengumpulkan bukti - bukti untuk dapat mengungkap kejadian dan fakta yang ada di lapangan. Studi ini dipilih dengan harapan dapat menyingkap nilai - nilai yang tumbuh secara sadar maupun tidak dalam suatu komunitas, hingga nilai - nilai yang dapat mempengaruhi masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mendapatkan perspektif yang mendalam, penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur dengan enam informan kunci yang mewakili generasi yang berbeda dan memiliki latar belakang yang beragam.

Tabel 1. Biodata Narasumber

NO	NAMA	PEKERJAAN	USIA	GENERASI
1	Fitriany Halim	Ibu Rumah Tangga	52 Tahun	Generasi X
2	Eko Sutopo	Pegawai BUMN	55 Tahun	Generasi X
3	Sandy Pradana	Pelatih Kebugaran	40 Tahun	Generasi Millennial
4	Nova Sita	Pegawai BPJS	35 Tahun	Generasi Millennial
5	Mohammad Akmal Saeful Ahyar	Mahasiswa S1	20 Tahun	Generasi Z
6	Muhamad Irza	Pegawai Swasta	26 Tahun	Generasi Z

Tabel 2 Value Masing-Masing Narasumber

a. Value Narasumber Generasi X

NO	Fitriany Halim	Eko Sutopo
1	Kesehatan dan Kesejahteraan	Kesehatan dan Kesejahteraan
2	Kebersamaan dan Dukungan	Kebersamaan dan Dukungan
3	Psikological Treatment	Psikological Treatment
4	Aktualisasi diri	Semangat Persaingan yang Sehat

5	Kemandirian	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi
6	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi	Disiplin dan Komitmen
7	Disiplin dan Komitmen	Solidaritas
8	Solidaritas	
9	Semangat Persaingan yang Sehat	

b. Value Narasumber Generasi Milenial

NO	Sandy Pradana	Nova Sita
1	Kesehatan dan Kesejahteraan	Kesehatan dan Kesejahteraan
2	Semangat Persaingan yang Sehat	Semangat Persaingan yang Sehat
3	Solidaritas	Solidaritas
4	Kebersamaan dan Dukungan	Kebersamaan dan Dukungan
5	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi	Aktualisasi diri
6	Disiplin dan Komitmen	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi
7	Kemandirian	Disiplin dan Komitmen
8	Keterlibatan dan kontribusi	Kemandirian
9		Keterlibatan dan kontribusi

c. Value Narasumber Generasi Z

NO	Muhamad Irza	Mohammad Akmal Saeful Ahyar
1	Psikological Treatment	Psikological Treatment
2	Aktualisasi diri	Aktualisasi diri
3	Solidaritas	Solidaritas

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

4	Kesehatan dan Kesejahteraan	Kesehatan dan Kesejahteraan
5	Kebersamaan dan Dukungan	Kebersamaan dan Dukungan
6	Rasa Kepemilikan dan Identitas	Kemandirian
7	Keterlibatan Sosial dan Kepedulian Lingkungan	Rasa Kepemilikan dan Identitas
8	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi	Keterlibatan Sosial dan Kepedulian Lingkungan
9		Pendidikan dan Pengalaman Berbagi

Tabel 3 Value Masing-masing Generasi

NO	Generasi X	Generasi Milenial	Generasi Z
1	Kesehatan dan Kesejahteraan	Kesehatan dan Kesejahteraan	Psikological Treatment
2	Kebersamaan dan Dukungan	Semangat Persaingan yang Sehat	Aktualisasi diri
3	Psikological Treatment	Solidaritas	Solidaritas
4	Semangat Persaingan yang Sehat	Kebersamaan dan Dukungan	Kesehatan dan Kesejahteraan
5	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi	Kebersamaan dan Dukungan
6	Disiplin dan Komitmen	Disiplin dan Komitmen	Rasa Kepemilikan dan Identitas
7	Solidaritas	Kemandirian	Keterlibatan Sosial dan Kepedulian Lingkungan
8		Keterlibatan dan kontribusi	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi

Tabel 4 Shared Value Pelari Di Komunitas Metarun

NO	Shared Value Metarun Community
1	Kesehatan dan Kesejahteraan

2	Kebersamaan dan Dukungan
3	Pendidikan dan Pengalaman Berbagi
4	Solidaritas

Dari hasil penelitian yang didapat, *shared value* utama dari ketiga generasi ini adalah adanya kesamaan dalam menginginkan hidup yang lebih sehat serta kesehatan fisik dan mental yang lebih stabil atau disebut juga *value* kesehatan dan kesejahteraan. Selanjutnya seorang pelari di dalam suatu komunitas memiliki *value* adalah kebersamaan dan saling mendukung satu sama lain atau *support system*. Hal ini diikuti dengan keinginan para pelari dalam komunitas untuk memperluas pertemanan dan wawasan tentang dunia lari agar dapat meningkatkan *skill* dan *endurance* dari setiap kegiatan latihan yang diadakan oleh komunitas maupun *event* dari berbagai penyelenggara atau disebut juga *value* pendidikan dan pengalaman berbagi. Terakhir, lari bersama komunitas itu memiliki *value* yang tinggi akan solidaritas atau kekompakan.

Melalui hasil wawancara dan observasi mendalam, berlari tidak hanya berfokus pada isu kesehatan yakni untuk menambah stamina, membuat badan menjadi enteng dan tidur menjadi lebih lelap. Namun, berlari dianggap pula sebagai ajang menambah pertemanan hingga pengenalan jati diri yang lebih baik. Komunitas dianggap dapat memunculkan rasa diterima dalam diri individu (*Sense of belonging*) hingga wadah untuk mendapatkan keluarga baru.

Memang ada perbedaan fokus yang menjadi alasan dari masing - masing individu yang menjadi tujuan utama, dimana Generasi X dianggap sebagai generasi yang lebih ambisius karena memfokuskan lari tidak hanya untuk kesehatan namun juga menjadi ajang untuk mendapatkan prestasi, penghargaan dan pencapaian. Lari menjadi sarana untuk mendapatkan informasi seputar kompetisi lari dan pelatihan dari pihak yang dianggap *expert* untuk berbagi ilmu dan informasi.

Sedangkan Generasi Milenial menganggap lari sebagai sarana untuk hidup sehat dan memiliki *body goals* yang diinginkan. Tak hanya sehat, lari dianggap dapat menjadi sarana *networking* yang baik dan tempat menambah teman hingga menambah *link* untuk bekerja serta mencari jodoh. Generasi X dan Generasi Milenial turut mengatakan bahwa lari amat berperan dalam menghadirkan jiwa kemandirian, disiplin serta komitmen yang

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

tinggi yang akhirnya berpengaruh pada keseharian hidup mereka. Sedangkan Generasi Z dianggap sebagai generasi yang lebih santai karena selain untuk membangun fisik kuat dan mental yang sehat, lari dianggap sebagai sarana untuk mencari kesenangan, pencarian jati diri dan ajang untuk seru-seruan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam komunitas “Metarun” dengan mengambil narasumber lintas generasi yaitu Generasi X, Generasi Milenial dan Generasi Z, meskipun setiap generasi memiliki nilai-nilai dan prioritas yang berbeda, namun peneliti dapat menyimpulkan bahwa motivasi dan *shared value* yang sama di antara para runner ini adalah karena adanya keinginan untuk hidup sehat dan kesejahteraan, selain itu juga menumbuhkan kebersamaan dan dukungan antar pelari di dalamnya, mendapatkan pendidikan dan pengalaman berbagi ilmu seputar dunia lari serta solidaritas atau kekompakan yang selalu menghadirkan kehangatan dan rasa kekeluargaan. Lari dianggap sebagai wadah untuk memulai hidup sehat yang teratur hingga menjadi ajang untuk menambah teman dan pergaulan serta sarana untuk *healing* dan *me time*.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi mendalam pula, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah dalam berlari sendiri bagi para anggota, namun dengan berada dalam komunitas para anggota merasa lebih terpacu, bisa banyak belajar, menjadi lebih semangat hingga dapat mengurangi rasa lelah yang ditimbulkan. Memang ada masa di mana mereka merasa bosan dan demotivasi, namun komunitas seringkali dirasa sebagai wadah untuk saling menyemangati untuk dapat bisa segera kembali *on the track*.

Kunci dari berlari bagi para anggota adalah *Know Your Limit*. Mulailah dari diri sendiri dan jangan pernah melampaui batasan anda serta membandingkan pencapaian serta kapasitas anda dengan orang lain untuk dapat terus berkembang dan mendapatkan hasil yang terbaik.

Saran

Dari hasil penelitian yang dikumpulkan kepada para anggota dalam mencapai tujuan yang diinginkan, terdapat faktor eksternal dan internal yang bisa menjadi acuan

dalam meningkatkan minat berlari. Faktor internal diantaranya mencakup bahwa pencapaian lari yang baik dapat dicapai dengan mengatur pola makan seperti mengonsumsi suplemen sebelum dan sesudah melakukan kegiatan dan tidak lupa untuk mengatur pola tidur dan istirahat yang cukup.

Sedangkan faktor eksternal didapat dari penggunaan perangkat digital yang membantu peningkatan pencapaian seperti *smartwatch* yang berfungsi dalam mengukur kecepatan, detak jantung dan nafas hingga dapat menghitung berapa jumlah kalori yang terbakar. Selain itu, penting bagi para pelari untuk dapat memilih peralatan yang sesuai dengan kebutuhan, karakter dan kenyamanan seperti sepatu dan baju yang dikenakan.

Dengan rasa nyaman yang didapat, para pelari dapat lebih leluasa dan maksimal dalam melakukan aktivitasnya serta mengurangi resiko cedera. Kemajuan digital seperti pemanfaatan media sosial juga turut memberikan andil dalam peningkatan *skill* dan motivasi seperti mendapatkan informasi seputar *tips & trik* dalam berlari, menambah pertemanan dan memperluas jaringan, mendekati rasa kekerabatan dengan melakukan pertukaran dokumentasi foto dan video, hingga mendapatkan informasi mengenai berbagai acara lari yang diselenggarakan.

Dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal tersebut para pelari bisa dengan mudah mendapatkan hasil yang diinginkan dan mengukur target pencapaian yang telah ditetapkan. Perlu untuk membuat target secara berkala, terus mencari info yang relevan, banyak bertanya dan meminta saran, mengikuti *step by step* yang benar dan berdiskusi dengan ahlinya untuk dapat meningkatkan kemampuan, fisik, mental dan stamina.

DAFTAR REFERENSI

- Afwan, Ahmad Syawaldi. Dkk. 2024. Persona-Based Segmentation: Customer Data Mapping as the Foundation of Corporate Marketing Strategy (Case Study on Scarlett Whitening). Universitas Bakrie, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMSI), Vol 10 no 1 (2024), SINTA 5.
- Apriani, Asti & Heikal, Jerry. 2024. Segmentation Analysis Using K-Means Clustering Model with SPSS Case Study of Backpacker Jakarta Community Members. Universitas Bakrie, Jurnal Indonesia Sosial Sains, Vol. 5 No. 03 (2024), Sinta 5

ETHNOGRAPHIC STUDY THE COMPARISON OF SHARED VALUE METARUN COMMUNITY FROM GENERATIONS X, MILLENNIALS, AND Z RUNNERS

- Cahaya, Salma; Lestari, Puji. 2017. INTERAKSI SOSIAL PADA KOMUNITAS LARI MAGELANG RUNNERS. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chaskin, R. J. (2001). Building Community Capacity A Definitional Framework and Case Studies from a Comprehensive Community Initiative.
- Givianty, Vasha Theodora, dkk. 2024. Factors Of Using Cashless Transactions In Retail Business Using Grounded Theory. Universitas Bakrie, AKSELERASI: JURNAL ILMIAH NASIONAL, Vol 6 No 1 (2024), Sinta 5, Copernicus.
- Helga, Dkk. 2024. Prinsip Pengelolaan Usaha dalam Mencapai Sustaibility pada Culture Pengusaha Chinese-Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya, Vol. 10 (1) : 88 - 94.
- Kadarsah, Dedi & Heikal, Jerry. 2024. Customer Segmentation With K-Means Clustering Suzuki Mobil Bandung Customer Case Study. Universitas Bakrie, Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, Vol. 5 No. 3 (2024), Sinta 4.
- Komalasari, Nur Ratna, dkk. 2024. Analysis of Urban Millenial's Financial Behavior : An EthnographyStudy of Javanese & Minangnese n Managing Their Salary in Pursuing Wealth. Universitas Bakrie, ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities, Vol 4 No 1, Sinta 5.
- McMillan, D. W., & Chavis D. M. (1986). Sense of community: a definition and theory. Journal of Community Psychology. Vol. 14.
- Pangestuti, Intan, dkk. 2023. Bagaimana Karyawan dengan Latar Belakang Pendidikan Non Teknis Berkarier di Perusahaan Berbasis Teknis. Universitas Bakrie, Excellent : Journal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan, Vol. 10, No. 2, p. 271 - 285.
- Porter, Michael E and Mark R. Kramer. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. Harvard Business Review. Vol. 80. No. 12.
- Pratama, Adrian & Heikal, Jerry. 2023. ESG Integration in Commercial Real Estate : How is the Company Solving Integration Problem. Management Analysis Journal, Vol. 13 No. 1.
- Rheananda, Annisa dkk. 2022. Penggunaan Multi Metodologi dalam Peningkatan Event Running. Universitas Prasetya Mulya, Global Research on Tourism Development and Advancement, E-ISSN : 2721 - 0375.

- Rialialie, Vitto & Heikal, Jerry. 2023. The Effect Of Marketing Mix 7p On Decisions Purchase And Consumer Loyalty Of Units Central Apartment East Residence. Jurnal Scientia, ISSN: 2302-0059, Vol. 12 No. 03.
- Rika, dkk. 2023. PERAN FOUNDER DALAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS LARI. Open Journal System, Universitas Indonesia. ISSN No. 1978-3787.
- Wahab, Abdul & Heikal, Jerry. 2024. Pola Konsumsi, Pola Menabung, dan Pola Investasi Etnis Jawa yang Bekerja sebagai Karyawan dengan Menggunakan Pendekatan Etnografi. Universitas Bakrie,. Vol. 5 No. 2 (2024): Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ).
- Wardati, Kuntum Zahro & Kusuma, Donny Ardi. 2020. ANALISIS OPINI PELARI REKREASIONAL TERKAIT FAKTOR PENYEBAB CEDERA PADA OLAHRAGA LARI. Universitas Negeri Surabaya.
- Wicaksono, Haston, dkk. 2024. Analisis Faktor Perubahan Gaya Hidup Gen Z Di Daerah Jakarta Dalam Penggunaan Fasilitas Fitness Center Menggunakan Teori Grounded. Universitas Bakrie, VOL. 2 NO. 1 (2024): Jurnal Media Akademik Edisi Januari, Copernicus.
- Wicaksono, Haston, dkk. 2024. Ethnographic Study: Shared Values Analysis Of Gen Y And Gen Z In Participating In Pound Fit Sports (Case Study Pound Fit Pound Glory Jakarta). Universitas Bakrie, VOL. 2 NO. 1 (2024): Jurnal Media Akademik, Copernicus.
- Zarkasih, Aditya Rachman, dkk. 2024. Analisis Faktor Utama Pendukung Akselerasi Inovasi Industri di Indonesia. Universitas Bakrie, Jurnal Management Business Eka Prasetya, Vol 10 No 1: Edisi Maret 2024, Sinta 5.