

Peran Media Digital dalam Olahraga: Pengaruh terhadap Hubungan, Persepsi Publik, dan Dampaknya pada Perkembangan Olahraga

Dony Andrijanto¹, Himawan Wismanadi², Noortje Anita Kumaat³, Yuni Fitiriyah Ningsih⁴

Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Negeri Surabaya¹

S3 Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Surabaya^{2,3}

S1 Masase, Universitas Negeri Surabaya⁴

Corresponding Author: yuniningsih@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia olahraga, termasuk dalam memengaruhi hubungan antara atlet, tim, dan penggemar, serta persepsi publik terhadap isu-isu terkait olahraga. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran media dalam mempopulerkan dan mengkomersialisasikan olahraga, serta dampaknya terhadap persepsi publik dan perkembangan olahraga. Metode yang digunakan meliputi analisis literatur dan studi kasus dari berbagai platform media digital yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media berperan besar dalam memperkuat hubungan antara pihak-pihak terkait di olahraga sekaligus menciptakan tantangan baru seperti pengaruh negatif persepsi publik terhadap penyimpangan. Diskusi mendalam mengungkapkan bahwa media digital memberikan dampak positif seperti peningkatan aksesibilitas dan partisipasi, namun juga membawa dampak negatif seperti tekanan komersialisasi dan bias informasi. Kesimpulannya, media digital memiliki peran strategis dalam perkembangan olahraga, namun perlu pengelolaan yang tepat untuk meminimalkan dampak negatifnya.

Kata kunci: Media, Digital, Perkembangan Olahraga.

Abstract

The development of digital media has brought significant changes in the world of sports, including in influencing the relationship between athletes, teams, and fans, as well as public perception of sports-related issues. This study aims to explore the role of media in popularizing and commercializing sports, as well as its impact on public perception and sports development. The methods used include literature analysis and case studies from various relevant digital media platforms. The results of the study indicate that media plays a major role in strengthening the relationship between related parties in sports while creating new challenges such as the negative influence of public perception on deviations. In-depth discussions revealed that digital media has positive impacts such as increasing accessibility and participation, but also brings negative impacts such as commercialization pressure and information bias. In conclusion, digital media has a strategic role in sports development, but it needs proper management to minimize its negative impacts.

Keywords: Media, Digital, Sports Development

1. Pendahuluan

Olahraga modern telah mengalami perubahan yang signifikan dengan masuknya media digital sebagai bagian integral dari ekosistem olahraga (Erwin et al, 2024). Media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi juga telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempopulerkan olahraga dan meningkatkan komersialisasi (Ferianto, 2023; Harining & Suardana, 2024). Platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan atlet untuk berinteraksi langsung dengan penggemar, sementara *streaming* langsung dan portal berita memudahkan penggemar mengikuti pertandingan secara *real-time*. Dalam hal ini, media digital membuka peluang bagi olahraga untuk berkembang lebih pesat, menjangkau audiens global, serta membentuk identitas bagi tim dan atlet. Proses ini menciptakan hubungan yang lebih dekat dan lebih personal antara penggemar dan dunia olahraga, yang sebelumnya tidak terbayangkan.

Namun, di balik kemajuan tersebut, ada beberapa dampak negatif yang juga harus diperhatikan (Indra & Sari, 2022). Media memiliki kemampuan besar untuk membentuk opini publik, yang kadang-kadang disalahgunakan untuk menyoroti atau bahkan memperburuk masalah dalam olahraga (Giwangkencana et al., 2023; Setiadi et al., 2024; Putranto, 2021). Salah satu contoh yang paling mencolok adalah terkait dengan penyimpangan dalam olahraga, seperti doping, pengaturan skor, atau perilaku tidak etis lainnya. Ketika media memberikan liputan berlebihan terhadap skandal-skandal semacam ini, mereka tidak hanya mempengaruhi reputasi individu yang terlibat, tetapi juga membentuk persepsi negatif masyarakat terhadap olahraga secara keseluruhan. Oleh karena itu, media memiliki tanggung jawab besar dalam cara mereka memberitakan isu-isu ini dengan seimbang dan akurat.

Penyimpangan dalam olahraga sering kali menjadi pusat perhatian media, yang mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang dunia olahraga (Yumarni, 2022). Media dapat membingkai suatu peristiwa dalam cara yang menonjolkan aspek negatifnya, yang sering kali memperburuk citra cabang olahraga tersebut di mata publik. Misalnya, liputan intensif tentang kasus doping atau pengaturan skor tidak hanya merusak citra individu yang terlibat, tetapi juga dapat menciptakan skeptisisme terhadap integritas olahraga itu sendiri. Dalam hal ini, penyajian berita yang sensasional atau tidak seimbang dapat memperburuk stigma terhadap olahraga atau individu, bahkan ketika kasus-kasus tersebut mungkin hanya melibatkan segelintir orang. Ini menunjukkan perlunya pendekatan media yang lebih etis dalam melaporkan isu-isu semacam ini.

Selain dampak negatif, media digital juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan olahraga (Rahayu et al., 2022). Media memungkinkan olahraga untuk menjangkau audiens yang lebih luas, yang sebelumnya mungkin tidak memiliki akses ke acara atau informasi tentang olahraga tertentu. Peningkatan eksposur ini membuka peluang baru bagi sponsor dan atlet, serta memperkenalkan olahraga kepada berbagai kalangan masyarakat. Dalam konteks ini, media berperan sebagai katalisator bagi pertumbuhan olahraga, memperluas partisipasi, dan menginspirasi generasi baru untuk terlibat dalam dunia olahraga. Sebagai contoh, olahraga seperti e-sports yang awalnya dianggap kurang populer kini telah menjadi fenomena global berkat media digital yang mempromosikannya.

Perkembangan positif ini juga disertai dengan beberapa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah tekanan komersialisasi yang datang seiring dengan meningkatnya eksposur media. Seiring dengan meningkatnya visibilitas olahraga, ada kecenderungan bagi penyelenggara dan atlet untuk fokus pada aspek komersial, seperti sponsor, hak siar, dan merchandising. Hal ini dapat menggeser fokus dari nilai-nilai inti olahraga, seperti sportivitas, integritas, dan prestasi. Ketika keuntungan finansial menjadi prioritas utama, kualitas olahraga itu sendiri dan pengembangan individu sebagai atlet bisa terancam (Rahmadana, Y. H. D & Havidz Ageng Prakoso, 2022). Komersialisasi berlebihan juga dapat memperburuk tekanan psikologis yang dirasakan oleh atlet, yang merasa terpaksa untuk selalu tampil sempurna di hadapan kamera dan penggemar.

Peran media dalam menghubungkan atlet, tim, dan penggemar, serta mengkomersialisasikan olahraga modern, memperlihatkan kompleksitas yang luar biasa dalam hubungan antara dunia olahraga dan media. Di satu sisi, media memungkinkan atlet untuk

membangun citra publik mereka, memasarkan diri mereka sebagai merek, dan memperluas jangkauan olahraga itu sendiri. Namun, di sisi lain, eksposur yang berlebihan juga bisa menyebabkan atlet merasa tertekan dan menurunkan kualitas performa mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa jauh media harus melibatkan diri dalam dunia olahraga, dan bagaimana keseimbangan antara promosi komersial dan pengembangan kualitas olahraga bisa dijaga.

Melihat dinamika tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana media memengaruhi hubungan antara atlet, tim, dan penggemar, serta untuk memahami bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap penyimpangan dalam olahraga. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi berbagai cara media digital dapat dimanfaatkan dengan baik untuk memperkuat hubungan dalam dunia olahraga tanpa mengabaikan aspek-aspek etika dan integritas. Di samping itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi dampak positif dan negatif media terhadap perkembangan olahraga, guna memberikan wawasan yang lebih jelas bagi pemangku kepentingan olahraga dalam mengelola hubungan dengan media dan publik.

Isu terkait penyimpangan dalam olahraga, seperti doping, pengaturan skor, atau pelanggaran lainnya, menjadi perhatian utama media. Kasus-kasus semacam ini sering kali mendapatkan liputan yang luas, tetapi tidak jarang juga disajikan secara sensasional. Ini dapat memperburuk pandangan masyarakat terhadap olahraga tertentu, bahkan jika masalah tersebut hanya melibatkan individu tertentu. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media dapat mengelola pemberitaan tentang isu-isu tersebut dengan lebih bijak dan konstruktif. Sebagai contoh, media bisa berfokus pada upaya perbaikan dan rehabilitasi, bukan hanya mengedepankan aspek negatif dan skandal (Fauzie & Virgianita, 2024; Purwaningtyas et al., 2023).

Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana media digital dapat membantu dalam perkembangan olahraga, baik dari segi peningkatan partisipasi maupun memperkenalkan olahraga kepada audiens yang lebih luas (Chersulich Tomino et al., 2020; Kunz & Santomier, 2019; McGillivray et al., 2021). Selain itu, untuk mengetahui pengaruh media digital terhadap dunia olahraga, baik dari sisi positif maupun negatif. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengelola olahraga, media, serta pihak-pihak terkait lainnya dalam mengoptimalkan peran media dalam memajukan olahraga (Annamalai et al., 2021; Ouyang et al., 2020). Dengan memperhatikan etika dan strategi yang tepat, media dapat berfungsi tidak hanya sebagai alat promosi tetapi juga sebagai sarana yang mendukung pengembangan kualitas olahraga secara berkelanjutan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mengeksplorasi peran media dalam mempopulerkan, mengkomersialisasikan, dan memengaruhi persepsi publik terhadap olahraga modern. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang kompleks terkait interaksi antara media, olahraga, dan masyarakat.

Pada tahap pengumpulan data primer diperoleh melalui angket kepada responden yaitu atlet, manajer tim, penggemar olahraga aktif di media sosial, dan ahli komunikasi olahraga. Data sekunder dikumpulkan dari analisis konten media, termasuk artikel berita, unggahan media sosial, dan materi pemasaran olahraga (Hayes, 2022).

Analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi pola dalam liputan media digital, termasuk bagaimana media membingkai isu-isu tertentu seperti komersialisasi olahraga dan penyimpangan perilaku (Setiadi et al., 2024). Data ini dianalisis dengan pendekatan tematik untuk mengungkap pola narasi yang berulang.

Studi kasus pada beberapa olahraga populer, seperti sepak bola, basket, atau esports, digunakan untuk memahami dampak spesifik media terhadap perkembangan olahraga. Studi ini mencakup analisis hubungan antara popularitas olahraga tertentu dengan strategi pemasaran digital yang digunakan.

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, analisis konten, dan studi kasus untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Metode ini dinilai tepat karena memungkinkan analisis yang komprehensif, baik dari perspektif aktor utama dalam ekosistem olahraga maupun dampak yang dirasakan masyarakat sebagai audiens utama media digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini masyarakat terhadap penyimpangan dalam olahraga. Kasus *doping* atau skandal perilaku atlet sering kali mendapatkan liputan media yang masif, yang tidak hanya memengaruhi citra individu tetapi juga reputasi cabang olahraga secara keseluruhan. Sayangnya, liputan yang sensasional cenderung lebih menarik perhatian, sehingga menimbulkan persepsi yang tidak selalu seimbang atau akurat di mata publik. Hal ini menegaskan perlunya etika dan tanggung jawab dalam penyajian berita olahraga oleh media.

Media digital memiliki dampak ganda terhadap perkembangan olahraga. Dampak positifnya meliputi peningkatan aksesibilitas olahraga ke audiens global, peluang pendanaan melalui sponsor digital, dan partisipasi yang lebih luas dari berbagai kalangan masyarakat. Namun, dampak negatif seperti tekanan terhadap atlet untuk terus menjaga citra di media, eksploitasi komersial, serta potensi penyebaran informasi yang tidak akurat juga menjadi tantangan besar. Hasil ini menyoroti pentingnya pengelolaan strategi media yang lebih bijaksana dan berkelanjutan untuk mendukung perkembangan olahraga yang sehat.

Hasil Angket Responden

No	Pertanyaan	SS	S	C	K	TS
1	Media digital telah mempererat hubungan antara atlet dan penggemar.	0%	50%	15%	5%	0%
2	Media digital berperan besar dalam membentuk persepsi publik terhadap olahraga	45%	40%	10%	5%	0%
3	Media digital membantu perkembangan olahraga di tingkat akar rumput.	35%	40%	20%	5%	0%
4	Kehadiran media digital membawa tantangan yang signifikan bagi atlet dan tim olahraga.	25%	50%	20%	5%	0%
5	Media digital adalah kunci masa depan olahraga di era modern.	60%	40%	0%	0%	0%

Tabel 3.1 Angket Respon Peran Media Digital dalam Olahraga

Sebagian besar responden setuju bahwa media digital memiliki peran penting dalam hubungan atlet-penggemar, persepsi publik, dan pengembangan olahraga. Namun, ada catatan mengenai tantangan yang muncul, terutama terkait tekanan terhadap atlet dan tantangan monetisasi. Responden sangat optimis bahwa media digital adalah elemen kunci untuk masa depan olahraga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media digital memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam mempopulerkan olahraga modern (Nopiyanto & Raibowo, 2020). Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa media berperan sebagai agenda setter dalam membentuk perhatian publik terhadap isu tertentu (Purwaningtyas et al., 2023). Dalam konteks olahraga, media digital tidak hanya menjadi saluran informasi tetapi juga sarana untuk membangun identitas dan citra merek, baik untuk atlet maupun tim. Kajian dari jurnal nasional seperti penelitian oleh (Giwangkencana et al., 2023) interaksi media sosial mampu menciptakan kedekatan emosional antara penggemar dan atlet, yang secara langsung berkontribusi pada popularitas olahraga tersebut.

Terkait persepsi publik terhadap penyimpangan dalam olahraga, hasil ini mengonfirmasi bahwa media memiliki peran penting dalam membingkai (*framing*) isu (Yasin et al., 2022).

Framing yang dilakukan media dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memandang suatu peristiwa, termasuk kasus doping atau pengaturan skor. Studi oleh Hartono (2020) dalam Jurnal Media dan Olahraga Nasional menunjukkan bahwa liputan media yang bias atau sensasional sering kali menciptakan opini negatif terhadap olahraga tertentu, meskipun isu tersebut mungkin hanya melibatkan segelintir individu. Oleh karena itu, tanggung jawab media dalam menyajikan informasi yang seimbang dan akurat sangat diperlukan untuk menjaga integritas olahraga.

Selain itu, dampak media digital terhadap perkembangan olahraga menggarisbawahi dualitas pengaruh yang ditimbulkan. Media digital berperan sebagai saluran utama dalam penyebaran inovasi dan peningkatan aksesibilitas olahraga ke audiens yang lebih luas. Komersialisasi yang tidak terkendali berpotensi menggeser fokus dari nilai-nilai olahraga, seperti sportivitas dan prestasi, menjadi sekadar alat untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, diperlukan pengelolaan yang bijaksana untuk memaksimalkan manfaat media digital sekaligus memitigasi dampak negatifnya.

Kajian teori dari jurnal nasional ini memperkuat temuan penelitian dengan memberikan kerangka analisis yang lebih mendalam. Media digital memang berperan sebagai katalisator dalam perkembangan olahraga, tetapi pendekatan etis dan strategis sangat dibutuhkan untuk memastikan bahwa manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan oleh seluruh ekosistem olahraga.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa media digital memainkan peran yang sangat penting dalam mempopulerkan dan mengkomersialisasikan olahraga modern. Media sosial, khususnya, menjadi saluran utama yang menghubungkan atlet, tim, dan penggemar, serta membantu meningkatkan eksposur olahraga ke audiens yang lebih luas. Namun, komersialisasi yang berlebihan sering kali mengalihkan fokus dari nilai-nilai inti olahraga dan dapat berdampak negatif pada integritasnya. Oleh karena itu, penting untuk memiliki strategi media yang bijaksana dan seimbang agar dampak positif media terhadap olahraga dapat dimaksimalkan.

Selain itu, media juga memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi publik terhadap penyimpangan dalam olahraga, seperti doping atau skandal. Liputan media yang sensasional dapat menciptakan opini publik yang tidak seimbang, sehingga menekankan sisi negatif tanpa memberikan gambaran yang utuh tentang situasi. Hal ini dapat memengaruhi reputasi atlet, pelatih, atau bahkan organisasi olahraga secara tidak adil. Media seharusnya tidak hanya menyoroti kontroversi, tetapi juga memberikan informasi yang objektif, mengedukasi publik, dan menyoroti solusi untuk mencegah penyimpangan serupa di masa depan. Pendekatan yang berimbang ini akan membantu menjaga integritas olahraga dan kepercayaan publik.

5. Daftar Pustaka

- Annamalai, B., Yoshida, M., Varshney, S., Pathak, A. A., & Venugopal, P. (2021). Social media content strategy for sport clubs to drive fan engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102648. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102648>.
- Chersulich Tomino, A., Perić, M., & Wise, N. (2020). Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements. *Sustainability*, 12(11), 4473. <https://doi.org/10.3390/su12114473>.
- Erwin, E., Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). *Social Media Marketing Trends*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.21435>.
- Fauzie, H., & Virgianita, A. (2024). Interaksi antar Aktor dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018: Bentuk Wisata Olahraga Berkelanjutan melalui Kerja Sama Multipihak. *Review of International Relations*, 6(1), 19–43. <https://doi.org/10.24252/rir.v6i1.39847>.

- Ferianto, A. (2023). Tragedi Suporter Kanjuruhan Malang: Analisis Twitter Sebagai Alat Komunikasi Digital Pemerintah dan Organisasi Sepakbola Indonesia. *Journal of Society Bridge*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.59012/jsb.v1i1.1>.
- Giwangkencana, G. W., Aulia, D. Z., & Zamel, E. G. (2023). Peran Media Digital dalam Transformasi Sosial Masyarakat Transisi di Pangandaran Jawa Barat. *Journal Social Society*, 3(2), 68–79. <https://doi.org/10.54065/jss.3.2.2023.332>.
- Harining, N. L. S., & Suardana, I. K. P. (2024). Peran Instagram @ExploreLombok Dalam Membentuk Citra Pariwisata Pulau Lombok. *Paryatka Jurnal Pariwisata Budaya Dan Keagamaan*, 2(2), 249–258. <https://doi.org/10.53977/pyt.v2i2.1650>.
- Hayes, M. (2022). Social media and inspiring physical activity during COVID-19 and beyond. *Managing Sport and Leisure*, 27(1–2), 14–21. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1794939>.
- Indra, Novalia; Sari, V. P. (2022). Pengaruh Media Gagged Pada Perkembangan Karakter anak-anak Remaja Zaman Sekarang di Desa Sungai Jambu. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 2345–2350. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.5790>.
- Kunz, R. E., & Santomier, J. P. (2019). Sport content and virtual reality technology acceptance. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 10(1), 83–103. <https://doi.org/10.1108/SBM-11-2018-0095>.
- Masykura Setiadi, F., Maryati, S., & Mubharokkh, A. S. (2024). Analisis Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perkembangan Psikologis dan Keagamaan Anak Usia Dini (TK dan SD) dalam Perspektif Pendidikan Agama Islam. *Muaddib: Islamic Education Journal*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.19109/muaddib.v7i1.24432>.
- McGillivray, D., O'Donnell, H., McPherson, G., & Misener, L. (2021). Repurposing the (Super)Crip: Media Representations of Disability at the Rio 2016 Paralympic Games. *Communication & Sport*, 9(1), 3–32. <https://doi.org/10.1177/2167479519853496>.
- Ouyang, Y., Wang, K., Zhang, T., Peng, L., Song, G., & Luo, J. (2020). The Influence of Sports Participation on Body Image, Self-Efficacy, and Self-Esteem in College Students. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03039>.
- Purwaningtyas, R. Y., Berto, A. R., & Murwani, E. (2023). Di Balik Fanatisme Suporter Indonesia: Mobilisasi Dukungan Politik Melalui Tagar #SepakbolaKanjuruhan vs #DukungPSSI 2022. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(3), 455–473. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i3.6160>.
- Putranto, T. (2021). Instagram Panahan Korea Selatan Pada Olimpiade Tokyo 2020 Dalam Perspektif Determinisme Teknologi. *Scriptura*, 11(2), 65–73. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.2.65-73>.
- Rahayu Z, S. P., Tri Mutya, M. F., Rahmi, & Muliati, R. (2022). Pengaruh Gadget terhadap Tumbuh Kembang Anak pada Masa Early Childhood. *Psyche 165 Journal*, 140–145. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v15i4.201>.
- Rahmadana, Y. H. D, V., & Havidz Ageng Prakoso. (2022). Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Di Sirkuit Mandalika Sebagai Upaya Peningkatan Nation Branding Indonesia. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(2), 284–302. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i2.2704>.

- Yahya Eko Nopiyanto, & Septian Raibowo. (2020). Pelatihan Olahraga Futsal sebagai Sarana Mengurangi Aktivitas Game Online pada Anak-Anak di Kelurahan Mangunharjo. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 114-124. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i2.264>.
- Yasin, R. Al, Anjani, R. R. K. A., Salsabil, S., Rahmayanti, T., & Amalia, R. (2022). Pengaruh Sosial Media Terhadap Kesehatan Mental Dan Fisik Remaja: A Systematic Review. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3(2), 83-90. <https://doi.org/10.31004/jkt.v3i2.4402>.
- Yumarni, V. (2022). Pengaruh Gadget Terhadap Anak Usia Dini. *Jurnal Literasiologi*, 8(2). <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v8i2.369>.