

Aplikasi SHC sebagai Sarana Publikasi dan Promosi Layanan Atlet di Era Digital

Abi Fajar Fathoni*, Spto Adi, Supriyadi, Lokananta Teguh Hari Wiguno

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: fajarfathoniabi@um.ac.id

Paper received: 15-7-2023; revised: 5-11-2023; accepted: 21-11-2023

Abstract

Aplikasi SHC membentuk kembali promosi layanan atlet di era digital, menawarkan fitur yang komprehensif, memerlukan penyelidikan empiris, dan bertujuan untuk memberikan wawasan. Penelitian ini menggunakan desain cross-sectional dengan 25 subjek, menggunakan pertanyaan berskala Likert untuk menilai dampak Aplikasi SHC terhadap layanan atlet. Validitas dan reliabilitas dipastikan melalui tinjauan ahli dan Cronbach's Alpha. Temuan-temuan yang disajikan dengan jelas memberikan kontribusi wawasan terhadap peran aplikasi dalam promosi layanan atlet era digital. Uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson memastikan keefektifan item kuesioner, sedangkan uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha memastikan reliabilitas variabel. Tanggapan peserta menyoroti dampak positif Aplikasi SHC terhadap manajemen dokumentasi hukum, pertunjukan kinerja, dan jaringan profesional. Saran untuk pengembangan aplikasi telah dicatat. Validitas dan reliabilitas yang tinggi menegaskan kredibilitas penelitian; peserta menganggap Aplikasi SHC efektif untuk aktivitas yang berhubungan dengan atlet, dan menyarankan area yang perlu ditingkatkan.

Keywords: shc; publikasi dan promosi; atlet

Abstrak

SHC App reshapes athlete service promotion in the digital era, offering comprehensive features, requiring empirical investigation, and aiming to provide insights. This research uses a cross-sectional design with 25 subjects, employing Likert-scale questions to assess SHC App's impact on athlete services. Validity and reliability are ensured through expert reviews and Cronbach's Alpha. Findings, presented with clarity, contribute insights into the app's role in digital-era athlete service promotion. Validity testing, utilizing Pearson correlation, confirmed questionnaire items' effectiveness, while reliability tests, employing Cronbach's Alpha, ensured variable reliability. Participant responses highlighted SHC App's positive impact on legal documentation management, performance showcasing, and professional networking. Suggestions for app development were noted. High validity and reliability affirm research credibility; participants perceive SHC App as effective for athlete-related activities, suggesting areas for improvement.

Kata kunci: shc; publication and promotion; athlete

1. Pendahuluan

Dalam lanskap era digital yang terus berkembang, teknologi memainkan peran penting dalam membentuk dan mendefinisikan kembali berbagai aspek kehidupan manusia (Fitriah, 2018; Seyitoğlu & Ivanov, 2022). Hal ini terutama terlihat dalam bidang olahraga, di mana para atlet dan organisasi olahraga memanfaatkan alat dan aplikasi inovatif untuk meningkatkan kinerja, menyederhanakan operasional, dan berinteraksi dengan khalayak global (Glebova et al., 2022; Ráthonyi et al., 2018; Ratten, 2022). Salah satu aplikasi penting yang menarik perhatian belakangan ini adalah "Aplikasi SHC". Artikel penelitian ini menggali peran multifaset Aplikasi SHC sebagai alat dinamis untuk publikasi dan promosi layanan atlet di era digital.

Kemajuan teknologi telah mendorong olahraga ke era baru, melampaui batas-batas geografis dan memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi atlet untuk mendapatkan visibilitas dan keterlibatan (Ermakov et al., 2022; Mertala & Palsa, 2023; Nalbant & Aydın, 2022). Aplikasi SHC, singkatan dari Sport Human Connection, muncul sebagai platform menjanjikan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atlet dan penggemar olahraga yang terus berkembang. Aplikasi ini melampaui paradigma konvensional, menawarkan serangkaian fitur komprehensif yang dirancang untuk meningkatkan kinerja atlet, memfasilitasi komunikasi yang lancar, dan secara strategis mempromosikan layanan atlet (Adi et al., 2022; Adi & Fathoni, 2022; Supriyadi et al., 2023).

Ketika lanskap digital semakin terkait dengan industri olahraga, Aplikasi SHC hadir sebagai saluran bagi para atlet untuk menampilkan bakat, prestasi, dan layanan mereka kepada khalayak global. Dengan fungsionalitas mulai dari profil kinerja dan integrasi media sosial hingga tampilan dokumentasi hukum dan alat komunikasi, SHC bertujuan untuk menjadi solusi terpadu bagi para atlet yang ingin meningkatkan visibilitas dan daya jual mereka.

Meskipun potensi Penerapan SHC tampak menjanjikan, penyelidikan empiris sangat penting untuk memastikan kemanjurannya dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Penelitian ini berupaya menganalisis secara sistematis dampak SHC sebagai sarana publikasi dan promosi atlet. Dengan menerapkan penilaian validitas dan reliabilitas yang ketat, kami bertujuan untuk memberikan wawasan yang kuat tentang kemampuan aplikasi untuk mengukur dan meningkatkan layanan atlet secara akurat di dunia digital.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara kritis efektivitas Aplikasi SHC dalam berfungsi sebagai platform publikasi dan promosi atlet. Fokus khusus akan ditempatkan pada evaluasi fitur aplikasi terkait tampilan kinerja, konektivitas media sosial, presentasi dokumentasi hukum, dan alat komunikasi. Melalui kombinasi analisis data kuantitatif dan tanggapan peserta, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi wawasan berharga terhadap wacana yang sedang berlangsung mengenai titik temu antara teknologi dan promosi olahraga di era digital.

Saat kami memulai eksplorasi ini, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tidak hanya pemahaman komprehensif tentang dampak Aplikasi SHC namun juga rekomendasi praktis bagi atlet, organisasi olahraga, dan pengembang aplikasi yang ingin memanfaatkan potensi platform digital untuk layanan atlet, publikasi dan promosi.

2. Metode

Penelitian ini akan menggunakan desain cross-sectional untuk mengumpulkan data pada satu titik waktu. Data kuantitatif dan kualitatif akan dikumpulkan untuk memastikan pemahaman komprehensif mengenai dampak Penerapan SHC.

Penelitian ini akan melibatkan 25 subjek penelitian untuk memastikan sampel yang dapat dikelola namun representatif. Subjek tersebut yaitu Atlet profesional dan peminat olahraga yang aktif menggunakan Aplikasi SHC.

Peserta akan diberikan informasi yang jelas tentang tujuan penelitian, prosedur, dan hak-hak mereka. Persetujuan yang diinformasikan akan diperoleh sebelum partisipasi mereka. Data peserta akan dianonimkan dan disimpan dengan aman untuk melindungi kerahasiaan.

Kuesioner terstruktur akan dirancang untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai pengalaman peserta dengan Aplikasi SHC. Hal ini akan mencakup pertanyaan berskala Likert untuk mengukur persepsi pengguna terhadap efektivitas aplikasi dalam publikasi dan promosi layanan atlet.

Variabel Independen yaitu pemanfaatan Aplikasi SHC untuk publikasi dan promosi jasa atlet. Sedangkan Variabel Dependen yaitu kepuasan pengguna, efektivitas yang dirasakan, dan dampaknya terhadap visibilitas dan daya jual atlet.

Peserta akan mengevaluasi fitur spesifik (profil kinerja, integrasi media sosial, tampilan dokumentasi hukum, alat komunikasi) menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, seperti rata-rata dan deviasi standar, akan digunakan untuk menganalisis tanggapan survei. Statistik inferensial, seperti analisis korelasi, akan menilai hubungan antar variabel.

Penelitian ini akan memastikan validitas isi melalui tinjauan ahli terhadap instrumen survei. Penggunaan skala yang telah ditetapkan untuk konstruk tertentu akan berkontribusi terhadap validitas konstruk. Keandalan survei akan dinilai menggunakan Cronbach's Alpha untuk konsistensi internal.

Survei akan didistribusikan secara elektronik kepada peserta, disertai dengan instruksi yang jelas. Temuan akan disajikan secara jelas dan ringkas, menggabungkan hasil kuantitatif dengan kutipan ilustratif dari data kualitatif. Penelitian akan diakhiri dengan pembahasan mengenai implikasi temuan dan rekomendasi bagi atlet, organisasi olahraga, dan pengembang Aplikasi SHC. Melalui metodologi penelitian yang kuat ini, kami bertujuan untuk menyumbangkan wawasan berharga mengenai peran Aplikasi SHC dalam publikasi dan promosi layanan atlet di era digital.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Pearson Product Moment menunjukkan bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel pada signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 25 orang. Kemudian pada nilai signifikansi hasil Uji Validitas Pearson Product Moment menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Dari dua pernyataan tersebut dinyatakan bahwa semua item pada kuesioner dinyatakan valid. Lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Validitas item kuesioner

No. item	r hitung	r tabel 5%(25)	Signifikansi	Kriteria
1	0,743	0,396	0,000	Valid
2	0,623	0,396	0,001	Valid
3	0,836	0,396	0,000	Valid
4	0,884	0,396	0,000	Valid
5	0,800	0,396	0,000	Valid
6	0,787	0,396	0,000	Valid
7	0,889	0,396	0,000	Valid
8	0,898	0,396	0,000	Valid
9	0,833	0,396	0,000	Valid
10	0,889	0,396	0,000	Valid
11	0,872	0,396	0,000	Valid
12	0,872	0,396	0,000	Valid
13	0,855	0,396	0,000	Valid
14	0,955	0,396	0,000	Valid
15	0,889	0,396	0,000	Valid
16	0,889	0,396	0,000	Valid
17	0,958	0,396	0,000	Valid
18	0,855	0,396	0,000	Valid

3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Dari data uji reliabilitas variabel terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan terbilang reliabel. Hal ini berdasarkan pernyataan bahwa kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha lebih dari 0,6 (Sujarweni, 2014). Untuk melihat hasil uji reliabilitas dapat di lihat pada tabel.

Tabel 2. Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excludeda	0	0,0
	Total	25	100,0

Tabel 3. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,962	18

3.3. Hasil Tanggapan Variabel X, Y1 dan Y2

Kemudian dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diambil data terkait teknologi yang digunakan untuk pelatihan. Terdapat 3 variabel yang menjadi dasar pertanyaan pada kuesioner yang diberikan kepada para peserta. Variabel tersebut meliputi variabel Kinerja Aplikasi SHC (X), variabel kebermanfaatan Fitur Aplikasi SHC untuk mendukung Publikasi Atlet (Y1), dan Kebermanfaatan Fitur Aplikasi SHC untuk mendukung pemasaran dan promosi layanan jasa dari Atlet (Y2). Hasil dari tanggapan para peserta ditampilkan pada tabel-tabel berikut.

Tabel 4. Fitur untuk menampilkan profil berfungsi dengan baik (X.1)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	5	20,0	20,0	20,0
	Sangat setuju	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 5. Fitur untuk menghubungkan sosial media berfungsi dengan baik (X.2)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Tidak tahu	1	4,0	4,0	4,0
	Setuju	5	20,0	20,0	24,0
	Sangat setuju	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 6. Fitur untuk menampilkan prestasi berfungsi dengan baik (X.3)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	5	20,0	20,0	20,0
	Sangat setuju	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 7. Fitur untuk menampilkan berkas legalitas atau berkas pendukung berfungsi dengan baik (X.4)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 8. Fitur untuk menghubungkan relasi dengan pelaku olahraga lainnya berfungsi dengan baik (X.5)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	6	24,0	24,0	24,0
	Sangat setuju	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 9. Fitur komunikasi yang dihubungkan dengan whatsapp berfungsi dengan baik (X.6)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Tidak tahu	1	4,0	4,0	4,0
	Setuju	7	28,0	28,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 10. Fitur untuk menampilkan profil, bermanfaat dalam publikasi (Y1.1)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	10	40,0	40,0	40,0
	Sangat setuju	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 11. Fitur untuk menghubungkan media sosial, bermanfaat dalam publikasi (Y1.2)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	6	24,0	24,0	24,0
	Sangat setuju	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 12. Fitur untuk menampilkan prestasi, bermanfaat dalam publikasi (Y1.3)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	5	20,0	20,0	20,0
	Sangat setuju	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 13. Fitur untuk menampilkan berkas legalitas atau pendukung, bermanfaat dalam publikasi (Y1.4)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	10	40,0	40,0	40,0
	Sangat setuju	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 14. Fitur untuk menghubungkan relasi dengan pelaku olahraga lainnya, bermanfaat dalam publikasi (Y1.5)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	9	36,0	36,0	36,0
	Sangat setuju	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 15. Fitur komunikasi yang digunakan dengan whatsapp, bermanfaat dalam publikasi (Y1. 6)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	9	36,0	36,0	36,0
	Sangat setuju	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 16. Fitur untuk menampilkan profil, bermanfaat untuk mendukung pemasaran dan promosi layanan jasa olahraga (Y2.1)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 17. Fitur untuk mendukung media sosial, bermanfaat untuk pemasaran dan promosi layanan jasa olahraga (Y2.2)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	7	28,0	28,0	28,0
	Sangat setuju	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 18. Fitur untuk menampilkan prestasi, bermanfaat untuk mendukung pemasaran dan promosi layanan jasa olahraga (Y2.3)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 19. Fitur untuk menampilkan berkas legalitas atau berkas pendukung, bermanfaat untuk mendukung pemasaran dan promosi layanan jasa olahraga (Y2.4)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 20. Fitur untuk menghubungkan relasi dengan pelaku olahraga lainnya, bermanfaat untuk mendukung pemasaran dan layanan promosi jasa olahraga (Y2.5)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabel 21. Fitur komunikasi yang digunakan untuk promosi whatsapp, berguna untuk mendukung pemasaran dan layanan jasa olahraga (Y2.6)

		Frekuensi	Persentase	Persentase yang valid	Persentase Kumulatif
Valid	Setuju	8	32,0	32,0	32,0
	Sangat setuju	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

3.4. Pembahasan

Data menyajikan hasil analisis validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk kuesioner dengan jumlah responden 25 orang. Temuan utamanya adalah sebagai berikut. Koefisien korelasi hitung (rhitung) dibandingkan dengan koefisien korelasi tabel (r tabel) pada taraf signifikansi 5%. Koefisien korelasi yang dihitung untuk semua item (r hitung) secara konsisten lebih besar dari koefisien korelasi yang tercantum dalam tabel (r tabel), dan tingkat signifikansinya kurang dari 0,05, yang menunjukkan signifikansi statistik. Seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid berdasarkan kriteria validitas. Artinya, kuesioner secara efektif mengukur apa yang hendak diukur.

Perincian rinci disajikan pada Tabel 1, di mana koefisien korelasi yang dihitung setiap item dibandingkan dengan koefisien tabel. Semua item dianggap valid karena koefisien yang dihitung jauh lebih tinggi daripada nilai yang tercantum dalam tabel.

Reliabilitas kuesioner dinilai dengan menggunakan Cronbach's Alpha, dan hasilnya sebagai berikut. Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,962, jauh di atas ambang batas yang disarankan yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan konsistensi internal yang tinggi di antara item-item tersebut, yang menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan. Tabel Ringkasan Pemrosesan Kasus dan Statistik Reliabilitas semakin mendukung keandalan kuesioner, dengan semua kasus valid dan tidak ada pengecualian.

Studi ini melibatkan pengumpulan data terkait teknologi yang digunakan untuk pelatihan dalam proyek keterlibatan masyarakat. Tiga variabel (X, Y1, dan Y2) diperiksa, dan tanggapan peserta disajikan pada Tabel 4 sampai 21. Untuk variabel X (Kinerja Aplikasi SHC), peserta sebagian besar setuju dan sangat setuju mengenai fungsionalitas berbagai fitur. Variabel Y1 dan Y2 terkait kegunaan fitur Aplikasi SHC untuk publikasi atlet dan pemasaran/promosi juga mendapat respon positif.

Sesuai dengan hasil survei yang menyatakan bahwa para peserta merasakan manfaat penggunaan aplikasi SHC dimana mereka bisa mengelola dokumen dan berkas legalitas yang mendukung profesi mereka. Berkas-berkas tersebut akan memberikan rasa yakin kepada masyarakat yang ingin menggunakan jasa atlet olahraga karena atlet tersebut memang kompeten dengan dibuktikan dengan berkas legalitas seperti ijin melatih, lisensi melatih dan lain-lainnya. Untuk itu maka aplikasi SHC ini dirasa memberikan manfaat bagi peserta pada aspek tersebut.

Selain merasakan manfaat untuk mengelola dokumentasi berkas legalitas, para atlet olahraga juga bisa mengelola dokumentasi prestasi mereka. Seperti halnya dengan berkas legalitas, dokumentasi prestasi juga akan memberikan keyakinan kepada masyarakat untuk menggunakan jasa atlet olahraga yang dimaksud. Karena dari prestasi tersebut membuktikan bahwa kinerjanya sangat bagus sehingga layak untuk dipilih memberikan layanan jasa olahraga (Araújo et al., 2021; Lee & Bang, 2021; Wannop et al., 2020).

Selain memberikan fasilitas untuk menampilkan dokumentasi berkas legalitas dan prestasi, aplikasi Sport Human Connection juga bisa menghubungkan relasi kerja atlet olahraga. Relasi olahraga yang dimaksud adalah para pelaku olahraga yaitu atlet, lembaga olahraga, masseur, fisioterapis dan dokter olahraga. Dengan menghubungkan akun relasi olahraga maka masyarakat bisa melihat rekam jejak hubungan relasi atlet olahraga dengan pelaku olahraga yang lain. Misalnya atlet olahraga menghubungkan relasi dengan pelatihnya dan kebetulan pelatihnya berprestasi maka ketika masyarakat melihat rekam jejak tersebut, masyarakat akan merasa yakin menggunakan jasa atlet olahraga tersebut.

Dari beberapa uraian tersebut sudah nampak manfaat dari aplikasi SHC. Begitu juga pelatihan penggunaan aplikasi SHC juga pasti memberikan manfaat yang lebih karena membantu atlet olahraga menunjukkan cara penggunaannya. Meskipun begitu perlu diperhatikan pada masukan yang disampaikan oleh responden bahwa masih perlu ada pengembangan lebih lanjut untuk aplikasi SHC agar ke depan aplikasi ini bisa digunakan dan sesuai dengan kebutuhan di bidang olahraga secara nyata.

4. Simpulan

Validitas dan reliabilitas kuesioner yang tinggi menunjukkan bahwa pengukuran penelitian ini akurat dan konsisten. Hal ini memperkuat kredibilitas temuan secara keseluruhan. Berdasarkan tanggapan positif peserta, dapat disimpulkan bahwa fitur Aplikasi SHC dirasakan efektif untuk kegiatan dan upaya promosi yang berhubungan dengan atlet. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut dapat mencakup eksplorasi fitur-fitur spesifik yang mendapat persentase persetujuan lebih rendah untuk memahami area yang berpotensi untuk diperbaiki atau ditingkatkan. Selain itu, metode pengumpulan data kualitatif dapat melengkapi temuan kuantitatif untuk pemahaman yang lebih komprehensif tentang perspektif peserta. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan validitas dan reliabilitas yang kuat, memberikan

landasan yang kuat untuk menarik kesimpulan yang bermakna tentang efektivitas teknologi dalam pelatihan dan promosi atlet.

Daftar Rujukan

- Adi, S., & Fathoni, A. F. (2022). Benefits of the SHC System on Publication Management and Promotion of Sports Actor Services. *Physical Education and Sports: Studies and Research*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.56003/pessr.v1i1.71>
- Adi, S., Fathoni, A. F., Supriyadi, Dwiyoogo, W. D., & Hwa, M. C. Y. (2022). Sport Human Connection (SHC) application as a marketplace for publication and marketing of sports coaching services. *Journal of Physical Education and Sport*, 22(12), 2955–2964. <https://doi.org/10.7752/jpes.2022.12373>
- Araújo, M. N. de, Palma, A., & Cocate, P. G. (2021). How the vegetarian diet influences recreational and professional athletes' physical performance: A systematic review. *Research, Society and Development*, 10(9). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i9.17952>
- Ermakov, A. V., Skarzhynska, E. N., & Novoselov, M. A. (2022). Digital transformation of professions in physical education and sport sector. *Teoriya i Praktika Fizicheskoy Kultury*, 2022(3), 6–8.
- Fitriah. (2018). The role of technology in teachers' creativity development in english teaching practices. *Teflin Journal*, 29(2), 177–193. <https://doi.org/10.15639/teflinjournal.v29i2/177-193>
- Glebova, E., Desbordes, M., & Geczi, G. (2022). Mass Diffusion of Modern Digital Technologies as the Main Driver of Change in Sports-Spectating Audiences. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.805043>
- Lee, C., & Bang, H. (2021). Managing Athlete Brands in Transgressions: Influence of Athlete Performance Level and the Severity of the Transgression on Consumer Perceptions of the Athlete. *Journal of Global Sport Management*. <https://doi.org/10.1080/24704067.2021.1936590>
- Mertala, P., & Palsa, L. (2023). Running free: recreational runners' reasons for non-use of digital sports technology. *Sport in Society*. <https://doi.org/10.1080/17430437.2023.2246408>
- Nalbant, K. G., & Aydın, S. (2022). Literature review on the relationship between Artificial Intelligence Technologies with Digital Sports Marketing and Sports Management. *Indonesian Journal of Sport Management*, 2(2), 135–143. <https://doi.org/10.31949/ijsm.v2i2.2876>
- Ráthonyi, G., Bácsné Bába, É., Müller, A., & Ráthonyi-Ódor, K. (2018). How Digital Technologies Are Changing Sport? *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 12(3–4), 89–96. <https://doi.org/10.19041/apstract/2018/3-4/10>
- Ratten, V. (2022). Digital platform usage amongst female sport technology entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/08276331.2022.2116678>
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. (2022). The “New Normal” in the (Post-)Viral Tourism: The Role of Technology. *Tourism*, 70(2), 151–167. <https://doi.org/10.37741/T.70.2.1>
- Supriyadi, S., Adi, S., & Fathoni, A. F. (2023). Aplikasi Sport Human Connection (SHC) sebagai Marketplace untuk Publikasi dan Pemasaran Layanan Pelatih Olahraga. *Sport Science and Health*, 5(2), 218–235. <https://doi.org/10.17977/um062v5i22023p218-235>
- Wannop, J., Kowalchuk, S., Esposito, M., & Stefanyshyn, D. (2020). Influence of artificial turf surface stiffness on athlete performance. *Life*, 10(12). <https://doi.org/10.3390/life10120340>