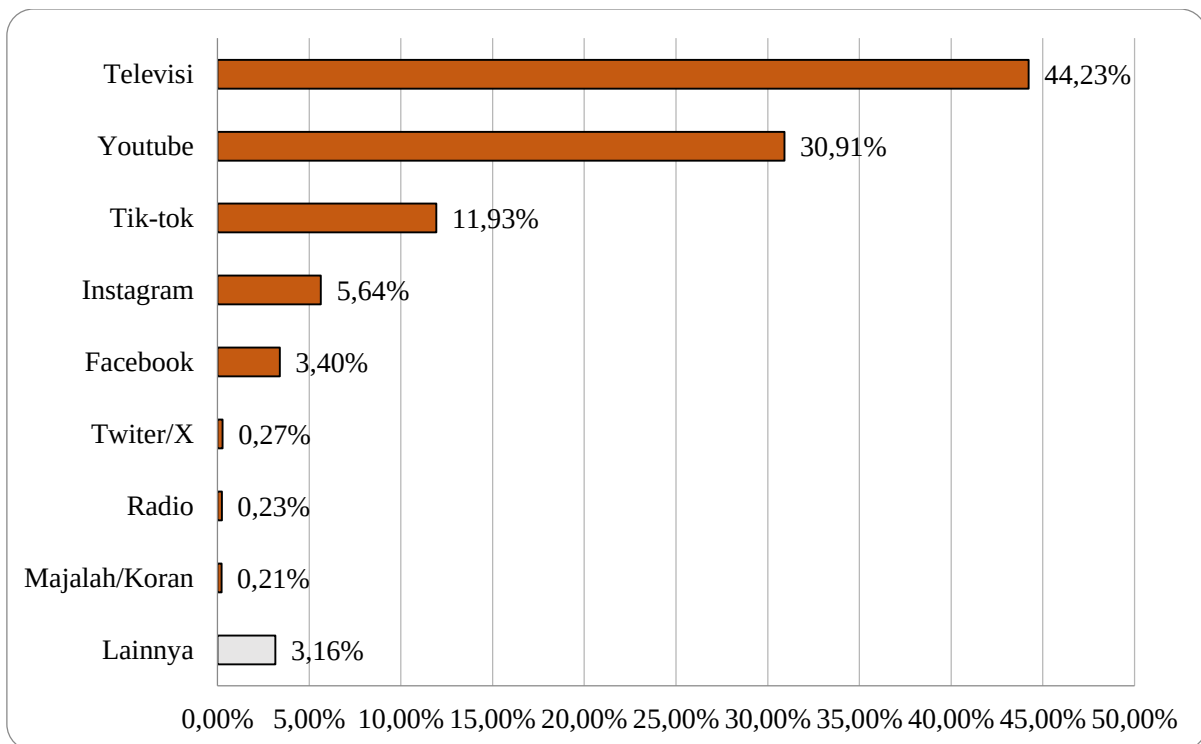


D. Media yang digunakan untuk Menonton/mengikuti Event Olahraga

Kehadiran platform digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat pada gilirannya juga berpengaruh pada bagaimana mereka melakukan dan/atau menikmati aktivitas olahraga. Pandemi Covid-19 mempercepat penggunaan platform digital hampir dalam semua aktivitas olahraga. Harus diakui, media sosial mengubah keterlibatan penggemar secara mendasar karena mereka ingin terhubung dengan orang sungguhan, bukan merek. Tantangan baru keterlibatan penggemar bagi pemasar olahraga adalah mengubah atlet, staf, dan penggemar berat mereka menjadi influencer. Sulit untuk tidak menyadari bahwa media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, memengaruhi industri olahraga secara mendalam. Di sana, mereka bercanda dan membahas topik olahraga favorit mereka, terutama saat mereka tidak dapat menghadiri pertandingan atau acara secara langsung.

Laporan ini menyatakan bahwa sebanyak 44,23% atau setara dengan 90 juta orang masih menggunakan media televisi sebagai cara untuk menikmati tontonan olahraga baru kemudian diikuti dengan media Youtube sebanyak 30,91% atau setara dengan 63 juta orang. Media Tik-Tok digunakan oleh 11,93% atau setara dengan 24 juta orang dan Instagram digunakan oleh 5,64% atau setara dengan 11 juta orang.



Gambar 4. 5. Media yang diminati Masyarakat untuk Menikmati Event Olahraga

Data tersebut memberikan bukti bahwa menonton kejuaraan olahraga yang dulu hanya dapat dinikmati melalui siaran TV atau radio, kini alternatifnya menjadi semakin banyak, termasuk di dalamnya Youtube. Media sosial menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan organisasi