



ANALISIS PEMBERITAAN TIMNAS INDONESIA U-23 PADA BULAN MARET 2024

Kahla Khamisa^{1)*}

¹⁾Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Padjadjaran

*Korespondensi Penulis: kahlakhamisa6@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the tendency of sentiment towards the Indonesian U23 football national team through news coverage in online mass media in March 2024. Football is a very popular sport in Indonesia. The journey of the Indonesian U23 national team in the 2024 U-23 Asian Cup is highly anticipated because it is the first time Indonesia has qualified for the finals. The data collected is the number of news reports on online mass media portals for 31 days, the number of news reports with positive, negative, and neutral sentiments towards the Indonesian U23 national team, the number of mentions and reaches of the news on the Indonesian U23 national team and knowing the number of reports on each name of the Indonesian U23 national team players during the period 1 - 31 March 2024. The method used in this research is quantitative content analysis. The tool used in this research is Brand24. The results of this study found 13,472 reports and the majority of news sentiments were neutral and positive. This shows that the Indonesian U23 national team has a positive image in the eyes of the public in March 2024.

Keywords: Positive Sentiment, Online Mass Media, Media Monitoring, Brand24

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan sentimen terhadap timnas sepak bola Indonesia U-23 melalui pemberitaan yang ada di media massa daring pada bulan Maret 2024. Sepakbola sendiri merupakan olahraga sangat populer di Indonesia. Perjalanan prestasi Timnas Indonesia U-23 di Piala Asia U-23 2024 sangat dinantikan karena untuk pertama kalinya Indonesia lolos ke putaran final. Data yang dikumpulkan adalah jumlah pemberitaan di portal media massa daring selama 31 hari, jumlah pemberitaan dengan sentimen positif, negatif, dan netral terhadap Timnas Indonesia U-23, jumlah *mentions* dan *reach* pemberitaan terhadap Timnas Indonesia U-23 dan mengetahui jumlah pemberitaan pada masing-masing nama pemain Timnas Indonesia U-23 selama periode 1 - 31 Maret 2024. Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif. *Tools* yang digunakan pada penelitian ini adalah Brand24. Hasil penelitian ini ditemukan 13.472 pemberitaan dan mayoritas sentimen pemberitaan bersifat netral dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa Timnas Indonesia U-23 memiliki citra positif di mata publik pada bulan Maret 2024.

Kata Kunci: Sentimen Positif, Media Massa Daring, Media Monitoring, Brand24

PENDAHULUAN

Pemberitaan olahraga yang dilakukan oleh media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi secara tidak langsung tentang suatu peristiwa kepada khalayak umum. Berita sendiri merupakan suatu produk utama dari jurnalistik untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi tentang suatu peristiwa (Winarni & Lestari, 2019). Media dan olahraga memiliki hubungan yang sangat erat. Olahraga tidak lepas dari media dan media juga membutuhkan olahraga. Setiap cabang olahraga memiliki kesempatan sama untuk dipublikasikan dalam media

(Haryati, Putra, & Setyawati, 2017). Salah satu cabang olahraga yang mendapat perhatian media adalah sepakbola. Popularitas sepakbola sebagai salah satu cabang olahraga utama di Indonesia telah mendapat sorotan yang cukup besar dalam media massa. Dengan jumlah penduduk yang besar, Indonesia memiliki antusiasme yang tinggi terhadap olahraga tersebut, yang meliputi berbagai lapisan masyarakat tanpa memandang usia. Bahkan, Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kecintaan terhadap sepakbola tertinggi di dunia dengan angka 77 persen, sebagaimana disampaikan oleh ketua Tim Ad-Hoc PSSI, Dr. Ir. Agus Ambo Djiwa M P (Nugho, 2021). Antusiasme ini tercermin dalam partisipasi masyarakat dalam menonton pertandingan sepakbola, baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional, terutama ketika Timnas Indonesia bertanding.

Secara geografis Indonesia berada di Asia Tenggara yang juga merupakan bagian Asia, sehingga negara Indonesia tergabung di bawah federasi sepakbola Asia atau AFC. Pada setiap empat tahun sekali AFC mengadakan kompetisi antar negara Asia yang disebut dengan AFC Asian Cup atau Piala Asia. Terakhir kali Timnas Indonesia lolos dalam kompetisi ini adalah 14 tahun yang lalu pada gelaran Piala Asia 2007 (Arya, 2021). Pada saat itu Timnas Indonesia berhak lolos pada kompetisi ini dikarenakan Indonesia menjadi salah satu tuan rumah yang bergabung dengan Malaysia, Thailand dan Vietnam. Pada tahun 2024, Timnas Indonesia U-23 mencatat sejarah untuk kali pertama lolos ke putaran final di Piala Asia U-23 2024 yang berlangsung di Qatar (Prihadi, 2024). Lima edisi sebelumnya, Timnas Indonesia U-23 belum pernah memasuki putaran final Piala Asia U-23 dan selalu kandas di babak kualifikasi. Indonesia jadi tim debutan di ajang dua tahunan edisi ke-6 setelah menjadi juara grup K yang dihuni Indonesia, Turkmenistan, dan Taiwan (Erianto, 2024). Pencapaian Timnas Indonesia U-23 yang dilatih oleh Shin Tae-yong itu merupakan sejarah bagi Timnas Indonesia U-23.

Media massa *online* atau media massa daring adalah hasil dari kemajuan teknologi dalam pertukaran informasi global, yang merupakan sarana penyebaran informasi yang mudah diakses melalui jaringan internet yang hampir merata di seluruh wilayah (Nur, 2021). Media massa daring menjadi salah satu platform untuk menyebar informasi mengenai perkembangan Timnas Indonesia U-23. Media massa daring merupakan sumber berita utama masyarakat Indonesia (Annur, 2023). Survei Reuters Institute terbaru bertajuk Digital News Report 2023 menunjukkan media massa daring sebagai sumber berita utama masyarakat Tanah Air telah berlangsung sejak 2021 hingga 2023 secara berturut-turut. Tercatat, responden yang menggunakan media massa daring sebagai sumber berita utama sebanyak 84% pada 2023 dan posisi ini berada di atas media sosial. Tingginya jumlah masyarakat Indonesia yang memilih media massa daring sebagai sumber berita utama menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada media tersebut.

Berbagai *tools* untuk memantau media telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, sehingga perusahaan menghadapi tantangan dalam memilih alat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemantauan media yang terintegrasi adalah Brand24. Brand24 adalah alat pemantauan media sosial yang dapat secara konsisten memberikan data statistik media sosial dalam periode waktu tertentu (Del Vecchio, Mele, Passiante,

Vontris, & Fanuli, 2020). Platform ini merupakan layanan berlangganan *online* yang memberikan akses kepada pengguna untuk melacak penyebutan merek mereka di berbagai platform, termasuk media sosial, berita, blog, video, forum, podcast, ulasan, dan lainnya. Brand24 menyediakan dasbor metrik yang mencakup data tentang jangkauan konten, jumlah penyebutan, tren, tagar, pemberi pengaruh, dan skor sentimen yang dapat difilter di berbagai platform media massa daring, serta kemampuan untuk membandingkan data dari dua pencarian yang dilakukan.

Dalam analisis yang dilakukan peneliti, riset mengenai Timnas Indonesia U-23 melalui *tools* Brand24 disusun dalam rumusan masalah yang terdiri dari: (1) Seberapa banyak jumlah pemberitaan Timnas Indonesia U-23 dalam kurun waktu (1-31 Maret 2024)? (2) Seberapa banyak sentimen positif terhadap Timnas Indonesia U-23?, (3) Seberapa banyak *mention* dan *reach* terhadap Timnas Indonesia U-23?, (4) Siapa nama Pemain yang paling sering diberitakan terhadap Timnas Indonesia U-23?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berbasis kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji dan menggambarkan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021). Teknis analisis data, penulis menggunakan metode deskriptif. Teknik analisis data deskriptif bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan fenomena yang terjadi dalam masyarakat tanpa maksud untuk menemukan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode cross sectional, dimana data yang digunakan merupakan data yang dikumpulkan dalam satu periode waktu untuk diolah, dianalisis, dan kemudian akan ditarik kesimpulannya (Carsel, 2018).

Tools yang digunakan dalam penelitian ini adalah Brand24. Brand24 adalah *media monitoring tools* untuk melihat seberapa banyak brand disebut dalam platform media sosial, portal berita, forum, dan blog hingga jenis interaksinya. Dengan menggunakan *tools* ini juga dapat memantau apakah produk kita mendapatkan tanggapan positif, negatif, dan netral. Data yang digunakan dalam penulisan ini bersumber dari seluruh pemberitaan Timnas Indonesia U-23 di media *online* yang diambil pada periode 1-31 Maret 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jumlah Pemberitaan terhadap Timnas Indonesia U-23

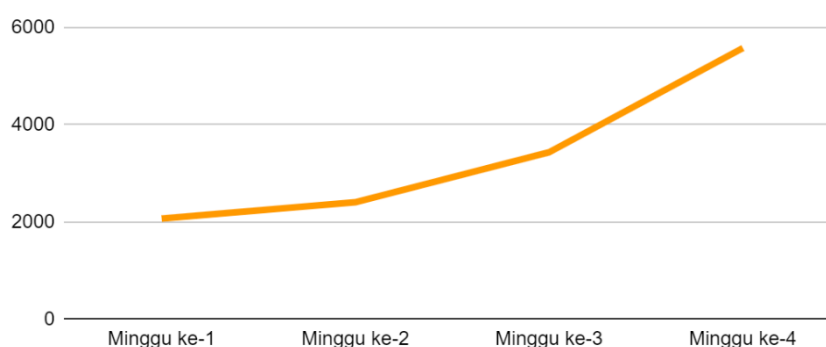
Hasil penelitian terhadap Timnas Indonesia U-23 yang dilakukan selama satu bulan dalam kurun waktu 1- 31 Maret 2024 mengenai jumlah pemberitaan media massa daring yang termuat dalam *media monitoring tools*, Brand24 tertera pada tabel di bawah.

Tabel 1. Jumlah Pemberitaan Timnas Indonesia U-23 Dalam Kurun Waktu 1-31 Maret 2024

<i>No</i>	<i>Urutan Minggu</i>	<i>Rentang Waktu</i>	<i>Jumlah Pemberitaan</i>
1	Minggu ke-1	1 – 7 Maret 2024	2069
2	Minggu ke-2	8 – 14 Maret 2024	2402
3	Minggu ke-3	15 – 21 Maret 2024	3430
4	Minggu ke-4	22 – 31 Maret 2024	5571
Jumlah			13.472

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel di atas, terlihat adanya peningkatan jumlah pemberitaan yang membahas tentang Timnas Indonesia U-23 dari minggu pertama hingga minggu kedua, yaitu dari 2069 berita menjadi 2402 berita. Angka ini terus meningkat sebesar 70% pada minggu ketiga menjadi 3430 berita, dan mencapai puncaknya pada minggu keempat dengan 5571 berita pada bulan Maret 2024.

**Gambar 1. Analisis Pemberitaan Timnas Indonesia U-23 dalam Skala Mingguan pada Kurun Waktu 1-31 Maret 2024**

Sumber: Olahan Peneliti

Grafik di atas menggambarkan tren kenaikan jumlah pemberitaan yang mengulas tentang Timnas Indonesia U-23 selama periode 31 hari, dimulai dari tanggal 1 hingga 31 Maret 2024. Peningkatan ini mencerminkan meningkatnya minat dan perhatian publik terhadap Timnas Indonesia U-23 dalam periode tersebut.

Analisis Sentimen terhadap Timnas Indonesia U-23 dari Sumber Media Massa Daring

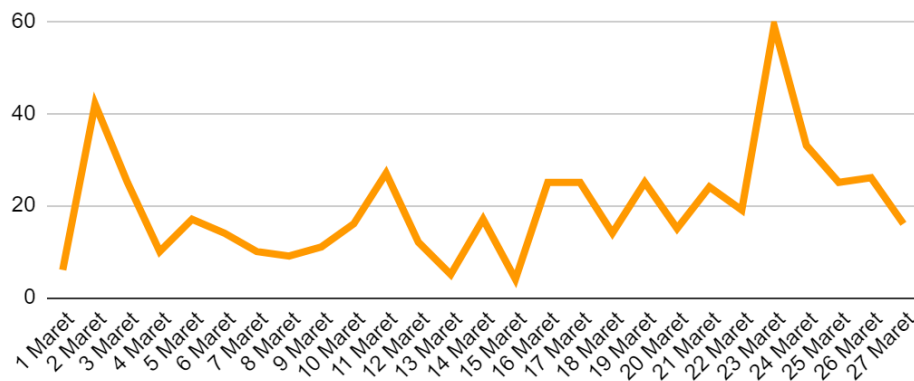
Setelah menganalisis jumlah pemberitaan terhadap Timnas Indonesia U-23 selama satu bulan, analisis berikutnya yang dapat dilakukan adalah melakukan segmentasi terhadap sentimen pemberitaan di setiap minggu pada bulan Maret 2024. Hasil penelitian terhadap Timnas Indonesia U-23 yang dilakukan selama satu bulan dalam kurun waktu 1- 31 Maret 2024 mengenai sentimen positif, netral, dan negatif yang termuat dalam *media monitoring tools* Brand24 tertera pada tabel di bawah.

Tabel 2. Sentimen terhadap Timnas Indonesia U-23 dari Sumber Media Massa Daring

No	Sentimen	Minggu ke-1 (1-7 Maret 2024)	Minggu ke-2 (8-14 Maret 2024)	Minggu ke-3 (15-21 Maret 2024)	Minggu ke-4 (22-31 Maret 2024)
1	Positif	129	88	136	259
2	Netral	1898	2265	3249	4930
3	Negatif	42	49	45	382

Sumber: Olahan Peneliti

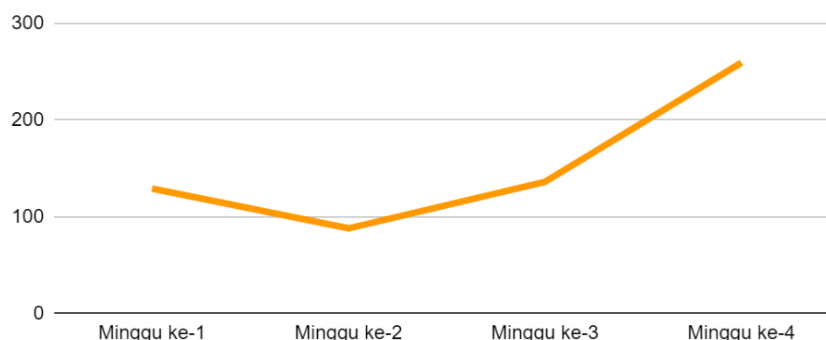
Tercatat bahwa pada minggu ke-1 yakni terhitung sejak 1 hingga 7 Maret 2024 terdapat 129 sentimen positif yang muncul mengenai Timnas Indonesia U-23, pada minggu ke-2 turun menjadi 88 sentimen positif, dan kembali naik pada minggu ke-3 sebesar 64.7% sehingga terdapat 136 sentimen positif. Pada minggu terakhir, angka yang sangat tinggi ditunjukkan oleh Timnas Indonesia U-23 di bulan Maret 2024 yaitu 259 sentimen positif. Di mana total sentimen positif yang muncul dari berbagai media massa daring mencapai 612 sentimen.



Gambar 2. Hasil Analisis Sentimen Positif terhadap Timnas Indonesia U-23 dalam Skala Harian pada Kurun Waktu 1-31 Maret 2024

Sumber: Olahan Peneliti

Grafik di atas merupakan visualisasi dari analisis sentimen positif terhadap Timnas Indonesia U-23 selama satu bulan dalam skala harian. Nampak pada gambar di atas, bahwa pada minggu ke-1, ke-2, hingga ke-3 Maret 2024, terdapat satu hingga dua hari di mana sentimen positif berada di posisi yang tinggi namun disusul hari berikutnya di mana hari tersebut sentimen positif Timnas Indonesia U-23 rendah. Grafik harian mulai menunjukkan signifikansinya saat minggu ke-4, di mana puncaknya pada 23 Maret 2024, sentimen positif Timnas Indonesia U-23 menyentuh angka 59 sentimen dalam satu hari.



Gambar 3. Hasil Analisis Sentimen Positif terhadap Timnas Indonesia U-23 dalam Skala Mingguan pada Kurun Waktu 1-31 Maret 2024
Sumber: Olahan Peneliti

Grafik kedua menunjukkan perbedaan bentuk grafik yang dianalisis menggunakan data yang sama dikarenakan skala yang digunakan berbeda. Pada analisis sentimen positif Timnas Indonesia U-23 dalam skala mingguan, tampak terlihat lebih jelas peningkatan sentimen positif Timnas Indonesia U-23 dari minggu ke-1 hingga minggu ke-4. Minggu ke-1 dan minggu ke-2, sentimen positif nampak landai dan menunjukkan peningkatannya pada minggu ke-3 sampai ke-4.

Analisis *Mentions* dan *Reach* terhadap Timnas Indonesia U-23

Tabel 3. *Mentions* and *Reach* terhadap Timnas Indonesia U-23 dari Sumber Media Massa Daring

No	Sentimen	Minggu ke-1 (1-7 Maret 2024)	Minggu ke-2 (8-14 Maret 2024)	Minggu ke-3 (15-21 Maret 2024)	Minggu ke-4 (22-31 Maret 2024)
1	<i>Mentions</i>	2069	2402	3430	5297
2	<i>Reach</i>	25,940,593	27,358,638	36,266,382	53,009,725
	Jumlah	25,942,662	27,361,040	36,269,812	53,015,022

Sumber: Olahan Peneliti

Peneliti juga menganalisis capaian *mentions* dan *reach* Timnas Indonesia U-23 dari sumber media massa daring. Angka-angka yang muncul lebih tinggi jika dibandingkan sentimen positif yang telah diteliti sebelumnya. Pada bulan Maret 2024, didapatkan bahwa dari setiap minggu di bulan Maret 2024, mulai dari minggu ke-1 hingga ke-4, Timnas Indonesia U-23 selalu mengalami peningkatan *mentions* dan *reach*. Pada minggu ke-1, terdapat 25,942,662 *mentions* dan *reach*, minggu ke-2 naik pada angka 27,361,040 *mentions* dan *reach*, dan minggu ke-3 sebanyak 36,269,812 *mentions* dan *reach*. Melonjak pesat pada minggu terakhir di Maret 2024, Timnas Indonesia U-23 melambung tinggi hingga mencapai 53,015,022 *mentions* dan *reach*.



Gambar 4. Analisis Mentions Terpopuler Timnas Indonesia U-23 dalam Kurun Waktu 1-31 Maret 2024
Sumber: Brand24



Gambar 5. Analisis Mentions Terbaru Timnas Indonesia U-23 dalam Kurun Waktu 1-31 Maret 2024
Sumber: Brand24

Gambar di atas menunjukkan dominasi pemberitaan Timnas Indonesia U-23 selama satu bulan terhitung sejak tanggal 1 hingga 31 Maret 2024 membahas kemenangan Indonesia atas Vietnam di Piala Asia U-23 2024. Kepopuleran ini tidak hanya ditentukan oleh frekuensi penyebutan, tetapi juga oleh tingkat viralitas yang dihasilkan. Berdasarkan analisis yang terdapat pada gambar, Timnas Indonesia U-23 menunjukkan kehadirannya yang paling baru pada media massa daring Sukabumi Update.

Analisis Nama Pemain Timnas Indonesia U-23 yang Paling Sering Diberitakan pada Media Massa Daring

Tabel 4. Nama Pemain Timnas Indonesia U-23 yang Muncul dalam Pemberitaan pada Kurun Waktu 1-31 Maret 2024

No	Nama Pemain	Jumlah Pemberitaan
1	Adi Satryo	263
2	Alfeandra Dewangga	44
3	Arkhan Fikri	123
4	Bagas Kaffa	49
5	Daffa Fasya	36
6	Dony Tri Pamungkas	70
7	Dzaky Asraf	34
8	Erlangga Setyo	36
9	Ernando Ari	387
10	Fajar Fathurahman	26
11	Haykal Alhafiz	36

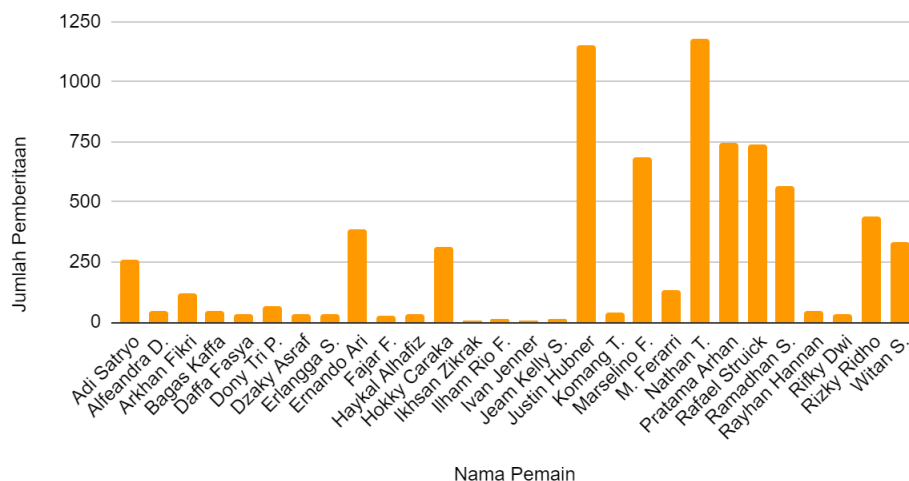
12	Hokky Caraka	315
13	Ikhsan Zikrak	7
14	Ilham Rio Fahmi	16
15	Ivar Jenner	8
16	Jeam Kelly Sroyer	13
17	Justin Hubner	1153
18	Komang Teguh	37
19	Marselino Ferdinan	685
20	Muhammad Ferarri	134
21	Nathan Tjoe-A-On	1177
22	Pratama Arhan	749
23	Rafael Struick	741
24	Ramadhan Sananta	569
25	Rayhan Hannan	49
26	Rifky Dwi	33
27	Rizky Ridho	437
28	Witan Sulaeman	335

Jumlah 7.562

Sumber: Olahan Peneliti

Timnas Indonesia U-23 memiliki sejumlah nama pemain yang cukup terkenal. Pada segmentasi berita di tabel tersebut, tergambar daftar nama pemain Timnas Indonesia U-23 yang terpantau oleh Brand24. Di posisi teratas dalam daftar berita, terdapat Justin Hubner dengan jumlah pemberitaan sebanyak 1153, diikuti oleh Nathan Tjoe-A-On dengan 1177 berita, dan Pratama Arhan dengan 749 berita. Terdapat juga beberapa pemain lain seperti Marselino Ferdinan, Hokky Caraka, dan Witan Sulaeman yang juga cukup sering muncul dalam pemberitaan, dengan jumlah masing-masing 685, 315, dan 335 berita.

Pemain seperti Adi Satryo, Arkhan Fikri, Dony Tri Pamungkas, dan Rizky Ridho juga mendapat perhatian yang cukup, meskipun tidak sebanyak pemain yang disebutkan sebelumnya, dengan jumlah pemberitaan berturut-turut 263, 123, 70, dan 437 berita. Sementara itu, ada beberapa pemain yang jarang muncul dalam pemberitaan, seperti Ilham Rio Fahmi, Jeam Kelly Sroyer, dan Rifky Dwi, dengan jumlah pemberitaan masing-masing 16, 13, dan 33 berita. Terakhir, terdapat beberapa pemain yang hampir tidak mendapat perhatian dalam pemberitaan, seperti Alfeandra Dewangga, Daffa Fasya, Dzaky Asraf, Erlangga Setyo, Fajar Fathurahman, Haykal Alhafiz, Ikhsan Zikrak, Ivar Jenner, Komang Teguh, dan Rayhan Hannan, dengan jumlah pemberitaan yang sangat sedikit atau bahkan di bawah 10 pemberitaan dalam kurun waktu satu bulan.



Gambar 6. Analisis Nama Pemain Timnas Indonesia U-23 yang Paling Sering Diberitakan Dalam Kurun Waktu 1-31 Maret 2024
Sumber: Olahan Peneliti

Grafik di atas memvisualisasikan penjelasan mengenai nama pemain Timnas Indonesia U-23 yang paling sering diberitakan selama 31 hari di bulan Maret 2024 seperti yang telah diuraikan sebelumnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Media monitoring merupakan aktivitas yang wajib dilakukan oleh seorang praktisi Public Relations secara rutin. Dengan melakukan *media monitoring*, seorang praktisi Public Relations dapat lebih mengenali audiens perusahaan, mengelola citra dan reputasi perusahaan, dan mencegah atau menangani krisis. Selama bulan Maret 2024, peneliti melakukan analisis pemberitaan terhadap Timnas Indonesia U-23 melalui *media monitoring tools* Brand24. Dari hasil analisis tersebut, ditemukan sebanyak 13.472 pemberitaan mengenai Timnas Indonesia U-23 dalam media massa daring pada Maret 2024. Nama pemain Timnas Indonesia U-23 “Justin Hubner” paling banyak disebutkan oleh media massa daring. Isi pemberitaannya pun sangat beragam, mulai dari berita dengan sentimen positif, negatif, sampai netral. Sentimen dengan *mention* terbanyak adalah sentimen netral, yaitu sebanyak 12.342 *mentions* dalam jangka waktu satu bulan. Lalu, disusul dengan sentimen positif sebanyak 612 *mentions* dan sentimen negatif sebanyak 518 *mentions*.

Berdasarkan penelitian, penulis menemukan beberapa topik yang ramai diberitakan oleh media online dan mendapat atensi yang ramai dari audiens. Topiknya adalah Timnas Indonesia U-23 saat mengalahkan Vietnam pada ajang Piala Asia U-23, topik mengenai pemain Timnas Indonesia U-23, dan beberapa topik dari hasil bawaan topik lain, seperti nama “Pratama Arhan” yang terselip dalam pemberitaan istrinya yaitu seorang selebriti. Pemberitaan-pemberitaan ini dapat dimanfaatkan oleh praktisi Public Relations untuk lebih mengenali ketertarikan audiens untuk dijadikan acuan saat membuat langkah atau kebijakan yang akan diusung oleh perusahaan kedepannya. Namun, peneliti melihat masih banyak pemberitaan yang sebenarnya tidak berkorelasi dengan Timnas Indonesia U-23

ikut terhitung ke dalam data analisis Brand24 sehingga bisa mempengaruhi keakuratan data. Diharapkan di penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan keyword baru saat riset agar hal serupa dapat terminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023, June 16). Meski Trennya Turun, Media Online Tetap Jadi Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia. *Databoks*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/meski-trennya-turun-media-online-tetap-jadi-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>
- Arya, Y. (2021, Oktober 12). Mengenang Skuad Timnas Indonesia Terakhir Kali Bermain Di Piala Asia, Di Mana Mereka Sekarang? *Goal.com*. Retrieved April 15, 2024, from <https://www.goal.com/id/daftar/mengenang-skuad-timnas-indonesia-terakhir-kali-bermain-di-piala-asia-di-mana-mereka-sekarang/lim3en0fmxl41b213v7a5mlig>
- Carsel, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan dan pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media.
- Del Vecchio, P., Mele, G., Passiante, G., Vontris, D., & Fanuli, C. (2020, Mei 5). Detecting customers knowledge from social media big data: toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management*, 24.
- Erianto, D. (2024, April 15). Piala Asia U-23 AFC: Sejarah, Format Kompetisi, Peserta, Tim Juara, dan Kiprah Indonesia. Retrieved April 16, 2024, from <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/piala-asia-u-23-afc-sejarah-format-kompetisi-peserta-tim-juara-dan-kiprah-indonesia>
- Haryati, T., Putra, R. B., & Setyawati, H. (2017). Analisis Isi Pemberitaan Olahraga pada Rubrik Gelora Harian Wawasan. *Jurnal PENJAKORA*, 4. Retrieved from <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/penjakora.v4i2.13365>
- Nugho, A. (2021, Januari 14). Liga Masih Terlarang, PSSI Tetap Bahas Percepatan Pembangunan Persepakbolaan Nasional. *Goal.com*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.goal.com/id/berita/liga-masih-terlarang-pssi-tetap-bahas-percepatan-pembangunan-persepakbolaan-nasional/jiknrpgrc8fp1keni883drpsk>
- Nur, E. (2021, Juni 1). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2.
- Prihadi, D. A. (2024, February 1). Timnas U-23 Indonesia Jadi Satu-satunya Tim Debutan di Piala Asia U-23 2024 - Superball.id. *Superball.ID*. Retrieved from <https://superball.bolasport.com/read/334006956/timnas-u-23-indonesia-jadi-satu-satunya-tim-debutan-di-piala-asia-u-23-2024>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Ed. 2. Cet. 3 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Winarni, N., & Lestari, R. D. (2019). Netizen News Sources in the Journalistic Ethics Perspective (Case Study in Online Media Jogja.tribunnews.com). *Jurnal Pekommas*.