

CABARAN DAN STRATEGI PEMPENGARUH KECERGASAN MEDIA SOSIAL SEMASA PANDEMIK COVID-19 DI WILAYAH HENAN, CHINA

Zhang Yangzi, Mohd Shahril Nizam bin Shaharom, *Kenny Cheah Soon Lee

Fakulti Pendidikan, Universiti Malaya

*kennycheah@um.edu.my

ABSTRACT

The utilization of social media platforms for fitness coaching has become increasingly popular among individuals who aspire to achieve their health and fitness goals. Within the context of Henan Province, China, a study was conducted to investigate the effectiveness of social media influencers (SMIs) in providing online fitness coaching services and overcoming challenges during the COVID-19 pandemic. The study also explored their perspectives on challenges and overall strategies that can be employed to help clients achieve their fitness objectives. In terms of methodology, this research utilized qualitative methods to describe the SMIs' personal coaching that aims at enhancing personal knowledge, skills, and attitudes. The results of the study revealed that social media can be an effective tool for motivating clients and building community; however, it is not a one-size-fits-all solution. There are several factors such as content-related challenges, process-related challenges, and context-related challenges that need to be addressed with relevant strategies so that these SMIs (social media influencers) can ensure the effectiveness of social media for online fitness coaching beyond the pandemic. This study was conducted to provide a more contextual overview of the benefits, challenges, and learning strategies of social media for fitness purposes. Additionally, the emphasis on cultural differences within different regions or countries such as Henan Province in China is important because it understands diversity in the context of social media use. By acknowledging these implications, coaches can better understand how important it is to tailor their approaches according to each client's unique needs and preferences while accounting for cultural differences within different regions or countries like Henan Province in China.

Keywords: Social Media Influencers, Covid-19 Pandemic, Fitness Coaching

PENGENALAN

Trend penggunaan platform media sosial untuk latihan kecergasan semakin mendapat populariti, terutamanya di kalangan mereka yang ingin mencapai matlamat kesihatan dan kecergasan. Namun, wabak COVID-19 telah meningkatkan permintaan untuk latihan kecergasan dalam talian dan perkembangan ini menyebabkan wujud kepentingan untuk menilai kesan pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan tersebut. Kajian ini difokuskan di Wilayah Henan, China, di kalangan pempengaruh media sosial (PMS) yang memberikan khidmat latihan kecergasan dalam talian, serta mengkaji isu yang mungkin menghalang penyampaian perkhidmatan bimbingan yang berkesan. Sebagai contoh, cabaran yang mungkin dihadapi termasuk peningkatan penggunaan media sosial yang mungkin mengganggu kecergasan individu, isu berkaitan kesihatan mental akibat daripada terlalu lama berada di dalam talian, serta halangan berkaitan konteks seperti akses terhadap kepada fasiliti kecergasan konvensional akibat kawalan pandemik. Oleh itu, strategi pempengaruh kecergasan media sosial merangkumi cara-cara untuk memanfaatkan media sosial dengan lebih berkesan dalam mencapai matlamat kecergasan, mengatasi cabaran berkaitan kandungan dan proses, serta memberi penekanan kepada membina komuniti yang memberi sokongan dalam rangka mencapai objektif kesihatan (Kim,

2022; Sokolova & Perez, 2021). Sebagai pengenalan, kajian ini diperlukan untuk memberikan wawasan yang penting tentang peranan media sosial dalam kecergasan semasa pandemik dan menekankan keperluan untuk strategi yang bijak dalam penggunaan platform media sosial untuk meningkatkan kesejahteraan individu. Selain itu, kajian ini membantu untuk memahami dinamik pengaruh media sosial dalam konteks geografi tertentu, iaitu Wilayah Henan, China. Sebagai langkah untuk menyelidik secara menyeluruh aspek-aspek di atas, pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana platform media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengenal pasti bahagian yang memerlukan peningkatan dan penambahbaikan.

LATAR BELAKANG KAJIAN

Media sosial telah mengubah cara mempengaruhi kecergasan mempromosikan perkhidmatan dan berhubung dengan pelanggan mereka (Mention et al., 2019). Menerusi platform popular seperti Instagram, YouTube, dan Facebook (Ellington et al., 2022), PMS dapat memaparkan perjalanan peribadi mereka melalui cerita, gambar, dan pengalaman yang memberi inspirasi. Dalam era digital ini, media sosial memberikan cara yang menjimatkan kos bagi jurulatih untuk menjangkau pengikut yang lebih luas sambil memperluas pangkalan pelanggan mereka (Fernandez-Prados et al., 2021).

Pengaruh media sosial telah diterima dengan baik dalam industri kecergasan dan berperanan untuk berhubung dengan calon pelanggan untuk mempromosikan perkhidmatan kecergasan. Instagram, YouTube, dan Facebook adalah beberapa platform di mana pakar kecergasan dapat memaparkan pengalaman peribadi, cerita inspirasi, dan gambar-gambar yang memberi motivasi untuk memberi inspirasi kepada individu yang mencari panduan tentang perjalanan kecergasan mereka (Kim, 2022; Sokolova & Perez, 2021). Dengan kata lain, media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara mempengaruhi kecergasan mempromosikan perkhidmatan dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, media sosial memungkinkan komunikasi langsung antara jurulatih kecergasan dan pelanggan yang membolehkan maklum balas yang diperibadikan.

Dengan jangkauan global dan kebolehcapaian yang melampaui kaedah pemasaran tradisional, media sosial menyediakan cara yang menjimatkan kos bagi jurulatih untuk berhubung dengan pengikut yang lebih luas dari pelbagai demografi (Pinto & Yagnik, 2017). Medium ini semakin popular kerana mudah untuk mencipta kandungan yang informatif, mendidik, atau menghiburkan. Ini adalah perkembangan penting dalam era digital yang membolehkan industri kecergasan untuk melakukan pemasaran dengan lebih efektif. Ini memberi motivasi dan panduan kepada individu yang sedang menjalani perjalanan kecergasan.

Selain itu, media sosial memungkinkan komunikasi langsung antara jurulatih dan pelanggan yang membolehkan maklum balas yang dipersonalisasi dengan menilai prestasi pelanggan melalui siaran atau mesej langsung yang dikirim oleh jurulatih (Athanasopoulou & Giovanis, 2019). Interaksi ini memungkinkan pemantauan kemajuan dalam kecergasan secara data masa nyata dan mempercepat pencapaian hasil yang diinginkan. Kajian ini menggariskan peranan penting media sosial dalam industri kecergasan yang memungkinkan promosi, inspirasi, dan interaksi yang lebih baik antara jurulatih dan pelanggan. Hal ini memungkinkan industri kecergasan untuk memanfaatkan teknologi ini dalam meningkatkan kesedaran jenama mereka dan membantu pelanggan mencapai matlamat kesihatan mereka secara lebih cekap dan berkesan (Xing Na, 2022).

Secara keseluruhan, media sosial telah merevolusi industri kecergasan dengan menyediakan peluang pemasaran yang menjimatkan kos sambil memudahkan komunikasi yang dipersonalisasi antara jurulatih dan pelanggan (Enke & Borchers, 2021). Pengaruh kecergasan sekarang dapat memanfaatkan teknologi ini untuk mengembangkan kesedaran jenama mereka sambil membantu pelanggan mencapai matlamat kesihatan yang mereka inginkan dengan cara yang baru. Selain itu, mempengaruhi media sosial dalam industri kecergasan telah membuka peluang baru untuk mempromosikan perkhidmatan, memberi

inspirasi, dan memberikan bimbingan kepada individu yang ingin mencapai matlamat kecergasan mereka. Dalam dunia yang semakin cenderung ke arah digital, media sosial adalah alat yang sangat berkuasa dalam membentuk pandangan dan tindakan manusia dalam bidang kecergasan (Arora et al., 2019; Dhanesh & Duthler, 2019). Oleh itu, isu utama kajian ini adalah bagaimana media sosial telah menjadi alat penting untuk PMS dalam mempromosikan kecergasan serta motivasi, dan memungkinkan komunikasi yang lebih baik antara jurulatih dan pelanggan dalam menghadapi cabaran pandemik Covid-19 di Wilayah Henan, China. Dengan erti lain, fokus utama kajian ini akan mengkhusus kepada aspek: (a) Cabaran Pempengaruh Kecergasan Media Sosial; dan (b) Strategi Pempengaruh Kecergasan Media Sosial.

PENYATAAN MASALAH

Penggunaan media sosial dalam latihan kecergasan telah banyak dikaji oleh penyelidik lepas (Ardianto et al., 2021; Ariyaratna, 2015), namun terdapat kekurangan kajian terhadap keberkesannya dalam bimbingan kecergasan dalam talian, terutamanya di Wilayah Henan, China. Kajian terdahulu lebih memberi tumpuan pada konteks Barat (Callary et al., 2021; Heidorn & Huet, 2020), mengabaikan perbezaan budaya dan norma sosial yang mungkin mempengaruhi penggunaan media sosial dalam latihan kecergasan di konteks China.

Sebagai isu utama kajian, penulisan latar belakang telah mengetengahkan isu utama mengenai pengaruh media sosial dalam industri kecergasan. Seperti dijelaskan, media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook telah menjadi platform utama bagi guru kecergasan untuk memaparkan pengalaman peribadi, cerita inspirasi, dan gambar-gambar motivasi. Media sosial memudahkan komunikasi langsung antara jurulatih dan pelanggan, mencipta maklum balas yang diperibadikan dan mengubah cara industri kecergasan mempromosikan perkhidmatan serta berinteraksi dengan pelanggan. Peranan media sosial semakin penting dalam era digital. Dari segi keperluan kajian, kajian ini bertujuan untuk mengkaji keberkesanan penggunaan media sosial dalam latihan kecergasan di Wilayah Henan, China, dengan mengambil kira perbezaan budaya dan norma sosial. Kajian ini akan mengenal pasti manfaat dan batasan pengaruh media sosial dalam latihan kecergasan dalam talian serta meneroka cabaran yang berkaitan dengan kandungan, proses, dan konteks penggunaan media sosial dalam industri kecergasan. Pendek kata, kajian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial digunakan untuk latihan kecergasan dalam talian dalam konteks budaya Cina dan bagaimana ia membantu industri kecergasan mengatasi cabaran semasa pandemik.

Sebagai jurang kajian, kajian ini telah dijalankan untuk menyiasat keberkesanan pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China. Objektif kajian ini juga termasuk untuk mengkaji pelbagai strategi yang boleh digunakan untuk mengatasi halangan yang dihadapi oleh pengaruh tersebut. Kepentingan penyelidikan ini adalah untuk memberikan pandangan penting dan berharga mengenai peranan penting media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian, serta menyorotkan kepentingan mengambil pendekatan yang lebih halus dan berperspektif terhadap fenomena yang berkembang ini. Melalui penerangan dan analisis faktor-faktor ini dengan terperinci, kajian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang topik yang sedang dibincangkan. Seperti yang disebutkan dalam implikasi kajian lain sebelum ini, terdapat peningkatan populariti bimbingan kecergasan dalam talian (Bicen et al., 2020; Harris & Metzler, 2019), dan menjadi penting untuk meneroka cara untuk memaksimumkan pengaruh media sosial dalam menyokong individu mencapai objektif kecergasan mereka. Walaupun terdapat kajian mengenai keberkesanan pengaruh media sosial dalam latihan kecergasan (Arora et al., 2019; Dhanesh & Duthler, 2019), tidak banyak kajian khusus telah dilakukan di Wilayah Henan, China. Hanya terdapat beberapa kajian di China yang berusaha untuk menangani isu ini dan menyelidiki kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial untuk latihan kecergasan dalam talian di wilayah ini (Xiaoli, 2022). Selain itu, terdapat kekurangan kajian tempatan yang mengkaji halangan yang dihadapi oleh pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China,

terutamanya berkaitan dengan kandungan, proses, dan konteks penyelidikan. Pada masa yang sama, terdapat kekurangan praktikal dalam mengenal pasti dan menghubungkan strategi yang digunakan oleh pengaruh ini untuk mengatasi halangan dan memastikan bahawa media sosial tetap menjadi alat yang berkesan untuk latihan kecergasan dalam talian sepanjang pandemik COVID-19 (Xing Na, 2022). Berdasarkan penjelasan di atas, berikut adalah senarai persoalan kajian untuk kajian ini:

SOALAN KAJIAN

1. Apakah keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China?
2. Apakah cabaran yang berkaitan dengan kandungan, proses, dan konteks yang dihadapi oleh pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China?
3. Apa strategi yang digunakan oleh pengaruh media sosial di Wilayah Henan, China untuk mengatasi cabaran dan memastikan keberkesanan media sosial dalam latihan kecergasan dalam talian melalui pandemik COVID-19?

Dengan maklumat ini, kajian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara media sosial boleh digunakan dengan berkesan untuk latihan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan dan meningkatkan pendekatan terhadapnya. Memahami cabaran ini dan mengatasi mereka dengan berkesan sangat penting untuk mengoptimalkan keberkesanan bimbingan kecergasan dalam talian melalui platform media sosial (Ronai, 2021).

SOROTAN KAJIAN

Pada masa kini, media sosial telah membawa revolusi yang ketara dalam industri kecergasan (Hussain et al., 2019). Ia telah berfungsi sebagai platform untuk ramai individu mendapatkan akses kepada perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian yang sebelum ini tidak mungkin. Kemunculan pengaruh media sosial juga telah mengubah cara promosi produk, perkhidmatan, dan idea berkaitan dengan kecergasan (Mavrodieva et al., 2019). Kajian literatur bertujuan untuk memberikan gambaran keseluruhan yang mendalam tentang kesan media sosial terhadap bidang kejurulatihan kecergasan dengan fokus pada keberkesanan, cabaran, batasan, dan strategi yang boleh digunakan untuk mengatasi sebarang kebimbangan.

Ketersediaan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian melalui saluran media sosial sangat bermanfaat bagi mereka yang sebelum ini menghadapi kesulitan mencari sumber dan bimbingan yang mencukupi untuk mencapai matlamat kesihatan mereka (Anjum et al., 2021). Platform media sosial telah membolehkan jurulatih pakar menjangkau khalayak yang lebih luas dengan berkongsi pengetahuan melalui pelbagai medium seperti siaran langsung, video, atau blog (Gottfried & Shearer, 2019). Selain itu, pengaruh media sosial kini dianggap sebagai pemain utama dalam dunia pemasaran di mana mereka memanfaatkan populariti dan kredibiliti mereka di kalangan pengikut untuk mempromosikan pelbagai produk dan perkhidmatan berkaitan dengan kesihatan dan kesejahteraan (McHugh & Perrault, 2022).

Gambaran Sebenar Media Sosial Latihan Kecergasan di Wilayah Henan, China

Mengambil kira usaha kerajaan tempatan untuk menjadikan Wilayah Henan sebagai wilayah yang lebih aktif dan sihat, peningkatan bilangan pelanggan di wilayah China ini (Wang et al., 2019) yang mempunyai penduduk ketiga terbesar di mana-mana wilayah di China, perhatian diberikan terhadap kecergasan fizikal dan masalah kesihatan mereka. Kemunculan platform media sosial seperti Weibo dan

TikTok telah menyumbang kepada peningkatan bilangan individu yang mempunyai minat yang kuat dalam aktiviti fizikal dan sukan kompetitif (Le Han, 2019). Sejak 2018, penduduk Wilayah Henan yang memberi keutamaan kepada kesihatan telah menyaksikan peningkatan sebanyak 18.5% dalam bilangan individu yang mengambil bahagian dalam aktiviti fizikal mingguan yang melibatkan senaman dalam talian (Xing Na, 2022).

Menurut laporan oleh media tempatan Henan Daily News, kelas pertengahan yang pesat berkembang di Henan yang kini telah berjumlah 25 juta orang telah mengalihkan fokus mereka dari memamerkan barangan mewah dan kekayaan kepada menonjolkan kesihatan dan kecergasan sebagai gaya hidup (Zhongxue, 2022). Bagi Wilayah Henan, mereka telah memberi respons positif terhadap trend latihan kecergasan dalam talian yang juga berkait rapat dengan pertumbuhan industri teknologi tinggi yang disokong oleh kerajaan tempatan (Z. Chen et al., 2022). Selain itu, semasa pandemik Covid-19, Wilayah Henan terpaksa melaksanakan lima kuarantin berskala besar (Tian, 2021). Peningkatan ini juga berlaku disebabkan tindakan keras China dalam menangani wabak Covid-19, di mana populariti latihan kecergasan dalam talian (termasuk perkhidmatan kecergasan dalam talian yang lain) meningkat di Wilayah Henan (Di Lan, 2020). Sektor kesihatan dan kecergasan telah menyediakan platform dalam talian untuk mereka yang ingin berlatih di rumah.

Namun, bagi kebanyakan pengguna di Henan, hanya menggabungkan senaman ke dalam rutin harian mereka kerana kesihatan tidak mencukupi. Terdapat juga keinginan yang kuat untuk mempamerkannya, dan sektor kecergasan berkembang menjadi pasaran yang pesat di Wilayah Henan, China (Wang & Wang, 2020). Sebagai contoh, mereka lebih suka berkongsi latihan maraton dan mengambil gambar di pusat kecergasan untuk dikongsi dengan rakan-rakan dalam talian. Bergabung dalam "komuniti kecergasan dalam talian" yang popular adalah cara bagi pelanggan di Wilayah Henan, China untuk memperlihatkan gaya hidup mereka kepada orang lain dalam lingkungan sosial mereka sebagai ukuran kejayaan (Zeng et al., 2018).

Pengguna di Wilayah Henan, China semakin beralih kepada bimbingan kecergasan dalam talian sebagai alternatif untuk langganan tahunan di pusat kecergasan yang memerlukan perbelanjaan awal yang besar (Yuefeng & Darodjat, 2022). Beberapa program bimbingan dalam talian ini menarik minat pengguna dengan menyediakan tutorial mendalam dan latihan individu untuk pelbagai jenis senaman, dari latihan kardiovaskular hingga pembinaan otot, yang semuanya boleh dilakukan tanpa memerlukan peralatan gimnasium khusus (Mao et al., 2022). Seseengah program ini juga menyertakan tutorial video yang memaparkan pengaruh media sosial yang menunjukkan cara melakukannya.

Dengan perkembangan pesat media sosial dan penggunaan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China, penting untuk memahami kesan dan implikasi yang berkaitan. Analisis ini dapat memberikan wawasan yang berguna kepada pelbagai pihak berkepentingan, termasuk jurulatih, pelanggan, dan peminat kecergasan, dalam meningkatkan keberkesanan dan kualiti bimbingan kecergasan dalam talian melalui platform media sosial.

Keberkesanan Media Sosial Untuk Latihan Kecergasan dalam Talian

Dalam beberapa tahun terakhir, platform media sosial telah terbukti sebagai alat yang sangat berguna untuk menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian (Hu et al., 2019). Melalui platform ini, pelbagai pakar kesihatan dan kesejahteraan telah berjaya mencapai pelanggan di seluruh dunia dan membantu mereka mencapai matlamat kecergasan mereka. Fleksibiliti platform media sosial memudahkan jurulatih untuk menawarkan pelan latihan yang disesuaikan dengan keperluan pelanggan individu (Brough et al., 2020). Selain itu, dengan ciri-ciri seperti messaging, panggilan video, dan chatroom, jurulatih dapat berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung dan memberi mereka maklum balas segera tentang tahap kemajuan mereka. Media sosial juga menyediakan platform untuk membentuk komuniti yang berkongsi matlamat kesihatan seperti penurunan berat badan atau pembinaan

badan (Hemsley et al., 2018). Komuniti ini berfungsi sebagai forum di mana ahli dapat berinteraksi, berkongsi petua dan pengalaman, serta memberikan sokongan semasa menghadapi cabaran.

Selain itu, media sosial telah merevolusikan cara bimbingan kecergasan yang disampaikan dengan membolehkan jurulatih menawarkan rancangan latihan yang diperibadikan (Sheth, 2018), sambil mencipta komuniti yang memberikan sokongan untuk membantu orang ramai mencapai matlamat kesihatan melalui galakan dan akauntabiliti (David, 2022). Kebolehcapaian media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter telah memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya kepada jurulatih kecergasan untuk memperluas pengaruh mereka dan berhubung dengan khalayak yang lebih besar (Ellington et al., 2022). Ini bukan hanya memberi manfaat kepada jurulatih, tetapi juga kepada individu yang mencari bimbingan atau motivasi berkaitan kesihatan (Jenny et al., 2020). Berkat akses yang lebih besar melalui saluran media sosial ini, lebih ramai orang dapat menerima sokongan dan mengembangkan gaya hidup yang lebih sihat.

Platform media sosial telah menjadi alat yang sangat penting bagi jurulatih kecergasan untuk mempamerkan perkhidmatan mereka dan menarik pelanggan dengan kos yang berpatutan (Stajer et al., 2022). Ruang maya ini biasanya boleh diakses secara percuma oleh sesiapa sahaja. Oleh itu, mereka menyediakan peluang yang sangat baik bagi jurulatih kecergasan yang mungkin mempunyai bajet yang terhad untuk aktiviti pengiklanan atau promosi. Selain itu, platform media sosial menawarkan pelbagai alat pengiklanan yang membolehkan jurulatih kecergasan menyasarkan khalayak tertentu berdasarkan demografi seperti umur, jantina, lokasi, minat, dan tingkah laku (Shan et al., 2020); ini bermakna promosi jurulatih dapat dipersonalisasi sesuai dengan pelanggan yang ingin dicapai (Lou, 2022). Dengan berjuta pengguna di seluruh dunia, media sosial memberikan akses kepada jurulatih kecergasan untuk mencapai khalayak yang besar. Para pelatih kecergasan juga dapat berhubung dengan pelanggan lama dan baru melalui platform ini dan menggunakan platform tersebut sebagai duta jenama mereka dengan mendorong mereka untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain melalui ulasan, penilaian, atau testimoni (Al Marzooqi, 2021).

Pada dasarnya, media sosial adalah alat pemasaran yang efektif bagi jurulatih kecergasan yang memberikan banyak manfaat tanpa biaya tinggi (Singh & Sharma, 2022). Dengan memanfaatkan potensi penuhnya, mereka dapat memperluas jangkauan mereka secara signifikan dan memaksimumkan peluang pertumbuhan perniagaan mereka sambil tetap menjaga pengeluaran yang rendah. Media sosial telah memberikan peluang besar bagi jurulatih kecergasan untuk membangunkan jaringan orang yang memiliki minat yang sama dalam kecergasan (Li et al., 2023). Komuniti online ini sangat bermanfaat kerana mereka menawarkan dukungan, motivasi, dan akauntabiliti kepada pelanggan yang dapat menjadi faktor penting dalam mencapai matlamat kecergasan mereka. Melalui platform media sosial seperti Facebook atau Instagram, jurulatih kecergasan dapat berhubung dengan individu yang mencari panduan dan saranan tentang cara meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan mereka (Cataldo et al., 2022). Ini menciptakan rasa keterhubungan bagi mereka yang ingin menjadi sebahagian dari komuniti yang berbagi nilai dan keyakinan yang sama tentang pentingnya berolahraga dan menjalani gaya hidup sihat. Dengan bantuan kelompok ini, pelanggan dapat fokus pada rutin latihan mereka dan tetap termotivasi meskipun menghadapi tentangan (Musat et al., 2021). Oleh kerana itu, membangunkan komuniti di media sosial terbukti menjadi cara terbaik bagi jurulatih kecergasan untuk menyebarkan kesedaran tentang pentingnya aktiviti fizikal dan mendorong gaya hidup sihat di kalangan individu di seluruh dunia.

Platform media sosial telah menjadi sumber utama bagi jurulatih kecergasan untuk berkongsi pengetahuan dan kepakaran mereka (Gao et al., 2021). Platform ini memungkinkan jurulatih kecergasan menyebarkan pelbagai maklumat yang dapat membantu masyarakat meningkatkan kesejahteraan fizikal mereka seperti rutin latihan, resepi sihat, kutipan motivasi, dan pelbagai tips yang lain. Semakin banyak individu yang ingin meningkatkan tingkat kecergasan mereka, media sosial telah menjadi alat yang

sangat penting bagi jurulatih untuk terhubung dengan masyarakat yang lebih luas dan menginspirasi mereka untuk mengamalkan gaya hidup yang lebih sihat (Plaisime et al., 2020). Berkongsi kandungan di media sosial juga memberikan peluang untuk jurulatih mendapatkan maklum balas secara langsung daripada pengikut dan mengubah suai kandungan mengikut kesesuaian mereka (Aggarwal et al., 2020). Secara keseluruhan, platform media sosial telah mengubah cara jurulatih berkongsi maklumat tentang kesihatan dan kesejahteraan dengan masyarakat.

Kemajuan platform media sosial memudahkan pemantauan prestasi pelanggan lebih mudah daripada kaedah alternatif (Xie et al., 2017). Ini membantu jurulatih dan pelanggan menilai kemajuan dengan mudah tanpa batasan atau halangan fizikal yang mungkin menghalang kejayaan (Jiang & Fu, 2018). Oleh itu, penglibatan latihan kecergasan dalam talian melalui media sosial memberikan pelbagai kelebihan berbanding dengan kaedah latihan luar talian tradisional, menjadikannya pilihan yang sangat baik bagi mereka yang mencari panduan profesional untuk mencapai matlamat kesihatan yang diinginkan. Selain itu, platform media sosial menawarkan banyak peluang bagi jurulatih kecergasan untuk berinteraksi dengan audiens mereka, membangun keterlibatan melalui maklumbalas, pesan langsung, dan siaran langsung (Ahmad, 2020). Interaksi semacam ini penting dalam membangun hubungan yang kuat dan membangun kepercayaan antara jurulatih dan calon pelanggan mereka. Penggemar kecergasan saat ini tidak hanya mencari jurulatih yang berpengetahuan, tetapi juga seseorang yang dapat memahami tujuan kecergasan mereka, memberikan motivasi bila diperlukan, dan meminta pertanggungjawaban hingga mencapai tujuan yang diinginkan (Li et al., 2023). Dengan aktif terlibat di media sosial, jurulatih kecergasan dapat menciptakan perasaan berkemuniti di antara pengikut mereka dan menunjukkan keahlian mereka dalam bidang tersebut sambil mengikuti trend dan perkembangan baru dalam industri. Ini memperkuat ikatan antara jurulatih dan pengikut yang akhirnya dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan untuk layanan mereka (AlMarzooqi, 2021).

Sebagai contoh, salah satu kelebihan platform media sosial adalah kemampuannya dalam membantu jurulatih menilai kemajuan pelanggan mereka (Alam et al., 2022). Dengan memanfaatkan foto dan video, jurulatih dapat mengamati dan menilai dengan mudah kemajuan pelanggan dari semasa ke semasa. Dengan bukti visual ini, jurulatih lebih siap memberikan maklumbalas yang membangun dan dapat membantu pelanggan terus meningkatkan diri (Nathan & Nathan, 2020). Dengan menggabungkan media sosial sebagai alat pengukur kemajuan, jurulatih tidak hanya dapat membuat proses pelatihan yang lebih efisien, tetapi juga menciptakan rasa akauntabiliti bagi pelanggan mereka. Pendekatan ini juga memungkinkan jurulatih dan pelanggan untuk merayakan kemajuan kecil sepanjang perjalanan, yang dapat menjadi sumber motivasi dan inspirasi yang sangat baik untuk mencapai tujuan jangka panjang (Drummond et al., 2020).

Selain itu, media sosial telah menjadi platform penting untuk industri latihan kecergasan online (Al-Qaysi et al., 2020). Ia telah terbukti memberikan pelbagai manfaat, seperti meningkatkan jangkauan, keberkesanan biaya, membangun komuniti, berkongsi maklumat, keterlibatan, dan penilaian kemajuan. Dengan pengguna media sosial yang luas dan jangkauan global, lebih mudah untuk terhubung dengan orang-orang dari seluruh dunia daripada menggunakan teknik konvensional (Gao et al., 2021). Jurulatih kecergasan online dapat menggunakan platform media sosial untuk menargetkan masyarakat yang mungkin tidak dapat mereka capai melalui cara konvensional. Selain itu, jurulatih kecergasan dapat membangun komuniti yang kuat dan saling terhubung di sekitar kawasan mereka, di mana pelanggan dapat berkongsi kisah kejayaan mereka sambil saling memotivasi (Li et al., 2023). Rasa komuniti ini membantu membangun kepercayaan antara pelanggan dan jurulatih yang penting untuk kelangsungan perniagaan jangka panjang.

Selanjutnya, media sosial memudahkan perkongsian pelbagai jenis kandungan visual seperti gambar, video, dan gif, yang memudahkan jurulatih untuk menampilkan kepakaran mereka dengan cara yang menarik (Krlev & Lund, 2020). Jurulatih juga dapat memanfaatkan fungsi interaktif seperti quiz dan

soal selidik yang memudahkan pelibatan pelanggan dan memberikan lebih banyak peluang bagi mereka untuk mengembangkan pengikut mereka.

Cabaran dan Batasan Media Sosial dalam Bimbingan Kecergasan dalam Talian

Di sebalik semua kelebihan ini, terdapat beberapa halangan berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian, antaranya: kebolehpercayaan maklumat yang disampaikan; kurangnya perhatian peribadi dari jurulatih (Gabarron et al., 2020); keraguan terhadap langkah kawalan kualiti (Zhou & Zhang, 2018); kesukaran mengekalkan tahap penglibatan pengguna di platform digital (Weller, 2016); dan isu-isu lain yang mungkin timbul.

Strategi untuk Mengatasi Cabaran dalam Kalangan PMS melalui Bimbingan Kecergasan dalam Talian

Walau bagaimanapun, terdapat banyak strategi yang boleh digunakan oleh pihak berkepentingan dalam industri untuk mengurangkan cabaran ini. Satu pendekatan yang boleh digunakan ialah menawarkan perundingan peribadi antara jurulatih dan pelanggan supaya pelanggan berasa didengari (Xiaoli, 2022) dan keperluan mereka lebih difahami (Coole et al., 2020). Selain itu, komuniti maya boleh dibina berdasarkan minat atau matlamat yang dikongsi supaya pengguna boleh memberikan sokongan dan terus bermotivasi sepanjang proses.

Sebagai sintesis, pernyataan di atas jelas menunjukkan bahawa media sosial telah membawa revolusi dalam industri kecergasan dengan memberi pelanggan akses mudah kepada perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian (Hussain et al., 2019). Pengaruh media sosial telah merubah cara promosi produk, perkhidmatan, dan idea berkaitan dengan kecergasan (Mavrodieva et al., 2019). Keberkesanan media sosial terletak pada kemampuannya untuk menawarkan bimbingan yang disesuaikan dengan keperluan pelanggan, menjadikannya alat yang sangat berkesan untuk meningkatkan kesihatan dan kecergasan individu. Di Wilayah Henan, China, media sosial telah membawa peningkatan minat dalam aktiviti fizikal dan sukan (Le Han, 2019). Selama pandemik COVID-19, populariti latihan kecergasan dalam talian meningkat, mengikuti tindakan keras pemerintah China dalam menangani wabak (Di Lan, 2020). Wilayah Henan telah melihat peningkatan dalam minat berlatih dan mempromosikan gaya hidup sihat. Namun, ada cabaran, seperti kebolehpercayaan maklumat dan kurangnya perhatian peribadi dari jurulatih (Gabarron et al., 2020). Strategi yang boleh digunakan termasuk perundingan peribadi dan pembinaan komuniti maya untuk memberikan sokongan dan motivasi kepada pelanggan (Xiaoli, 2022). Secara am, ulasan literatur ini menekankan bagaimana media sosial telah mengubah landskap dalam industri kejurulatihan kecergasan dalam talian sambil turut menyoroti bidang yang berpotensi memerlukan penambahbaikan. Dengan menyelidiki kedua-dua fenomena ini (kebaikan dan keburukan), kami berharap pembaca akan mendapatkan pandangan yang lebih baik tentang cara terbaik untuk memanfaatkan bidang yang berkembang pesat ini.

METODOLOGI

Reka Bentuk Kajian

Dalam kajian kualitatif ini, penyelidik mengkaji pempengaruh Kecergasan Media Sosial (PMS) yang telah menggunakan dan memanfaatkan kuasa media sosial melalui bimbingan dalam talian di Wilayah Henan, China sejak wabak Covid-19. Individu dalam industri ini mempunyai pengikut yang ramai di pelbagai platform media sosial. Kajian kes dipilih sebagai reka bentuk penyelidikan untuk kajian ini kerana ia digunakan untuk menerangkan bagaimana sistem berfungsi dan boleh digunakan untuk menguji teori baharu atau menyokong teori yang telah wujud (Alam, 2020; Flyvbjerg, 2011). Secara umum, ciri utama kajian kes adalah ia melaporkan kejadian khusus atau contoh pemahaman yang lebih mendalam (Merriam, 2015; Gerring, 2006), dan bukan membuat generalisasi tentang populasi. Reka bentuk kajian kes juga boleh digunakan untuk mengenal pasti isu-isu sedia ada dan menawarkan penyelesaian yang bersifat kontekstual (Hancock et al., 2021; Yin, 2009). Oleh itu, para penyelidik

melihat dengan teliti setiap wakil PMS di Wilayah Henan, China, yang dipilih sebagai contoh khas berdasarkan parameter yang betul. Selain itu, melalui kajian kes lintas keratan, data yang dikumpulkan akan membolehkan pembaca memahami batasan dan strategi yang digunakan oleh PMS sejak sekatan bandar yang disebabkan oleh wabak Covid-19, serta kesan yang berkesan dari media sosial.

Peserta dan Persampelan

Pengkaji memilih Industri Kecil dan Sederhana (PMS) di Wilayah Henan, China dengan jumlah pengikut dan sokongan terbanyak berdasarkan satu set kriteria dalam kajian ini. Antara lima kriteria yang digunakan adalah bilangan pengikut yang tinggi, pengalaman dalam bimbingan kecergasan dalam talian, dan pengurusan halaman media sosial yang khusus untuk arahan dan latihan kecergasan. Penyelidikan ini dilakukan pada November 2022 dan bergantung pada pensampelan bertujuan dan bola salji, dengan pensampelan bola salji digunakan untuk meningkatkan jumlah peserta yang ditinjau (Yin, 2015). Hasilnya, 43 PMS diminta untuk melengkapkan kaji selidik dalam talian, tetapi hanya 25 daripada mereka yang melakukannya. Dari 19 responden yang memenuhi kriteria untuk temu bual susulan berdasarkan tinjauan soal selidik dalam talian dengan skala Likert 5 mata, hanya 15 daripada mereka yang menyatakan minat untuk mengambil bahagian. Walau bagaimanapun, terdapat keciciran semasa prosedur, dan akhirnya hanya 12 peserta yang dimasukkan dalam analisis. Oleh itu, matlamat utama kajian ini adalah untuk menjelaskan kesukaran yang dihadapi oleh 12 PMS tersebut dan proses yang mereka jalani dalam membuat keputusan.

Kaedah Pengumpulan Data

Lawatan lapangan, diari, dan senarai semak tidak disyorkan untuk kajian ini kerana akses kepada mereka tidak mungkin semasa pandemik Covid-19 (Cohen et al., 2020). Penyelidik awalnya menggunakan tinjauan dalam talian dengan soalan tertutup untuk menyaring peserta (Feng et al., 2021). Pembangunan instrumen kajian (iaitu protokol temu bual) dilakukan dengan berdasarkan jadual matriks untuk menghubungkan topik penyelidikan, sub-soalan, dan jenis soalan kepada teori dan bukti empirikal. Dengan itu, penyelidik dapat merancang borang soal selidik dengan lebih efisien (Yin, 2015). Selain itu, tiga penilai pakar menggunakan borang penilaian piawai untuk memastikan kebolehpercayaan dan kesahan protokol temubual yang dibangunkan (Stake, 2010). Ulasan pakar membolehkan penyelidik dan pereka bentuk soal selidik berinteraksi dan berbincang mengenai kandungan soal selidik, kapasiti kognitif, dan kegunaan (Ikart, 2019). Analisis *Content Validity Ratio (CVR)* menunjukkan persetujuan bersama sebanyak 0.80 dalam kesahan (melebihi piawaian minima iaitu 0.78 menunjukkan kesesuaian soalan dalam protokol temu bual. Dalam aspek kebolehpercayaan, setiap responden akan ditemuramah untuk perbincangan susulan sekiranya terdapat respons yang melirukan serta tidak konsisten dengan pernyataan sebelumnya. Setiap responden perlu mengiktiraf dan menandatangani transkrip masing-masing sebelum analisis dapat dilakukan.

Prosedur Analisis Data

Dalam proses ini, penyelidik akan melakukan analisis dengan transkrip responden (Blom et al., 2020; Schneider, 2018; Baniasadi & Salehi, 2019; Saddour, 2020). Data kualitatif yang berbeza telah dikumpul dalam kajian ini, termasuk respons tinjauan, rakaman audio dari temu bual dalam talian, dan transkripsi audio ke dalam teks untuk tujuan pengekodan. Tinjauan turut digunakan untuk mengumpulkan pandangan PMS mengenai cabaran dan strategi latihan kecergasan dalam talian yang berkaitan dengan kandungan, konteks, dan proses. Sementara itu, rakaman audio PMS boleh dimainkan semula pada masa kemudian atau dikongsi dengan individu lain yang mempunyai perspektif dan keyakinan yang berbeza. Transkripsi temu bual hanya melibatkan penyalinan tulisan atau penggunaan peranti tangan untuk merekodkan fikiran dan pengalaman hidup PMS. Penyelidik menyusun dan menyampaikan maklumat dalam format yang sesuai dengan mereka, diikuti oleh pengekodan data melalui analisis konseptual (Belotto, 2018). Penentuan kod untuk sumber data melibatkan proses penilaian yang menggabungkan analisis proses (Stake, 2010). Pettigrew dengan analisis tematik untuk memahami data yang dikumpul sekaligus menjawab objektif penyelidikan secara efisien (Merriam,

2015). Kod-kod tersebut digunakan untuk membentuk kategori atau tema dalam analisis tematik, yang membolehkan penyelidik mengenal pasti corak dan memberikan penjelasan berdasarkan corak tersebut (Terry et al., 2017). Para penyelidik sangat berhati-hati dalam memilih maklumat yang perlu dimasukkan dalam carta yang menggabungkan data statistik dengan ulasan yang informatif tentang perkembangan kajian (Peterson et al., 2022). Dalam kajian ini, penyelidik menggunakan perisian ATLAS.ti 22 untuk mentranskripsikan sampel audio ke dalam teks untuk tujuan pengekodan, yang merupakan salah satu model kod yang tersedia dalam penyelidikan kualitatif.

Selain itu, penyelidik memastikan kekonsistenan tema yang digunakan untuk mengkod data sepanjang tempoh kajian untuk mengurangkan bias analisis. Pendekatan ini memastikan bahawa semua data yang relevan yang dikumpulkan sepanjang projek penyelidikan dipertimbangkan dengan teliti, yang membawa kepada penemuan yang lebih dipercayai (Mackieson et al., 2019). Selain itu, penyelidik juga mengambil kira batasan bias budaya semasa menganalisis penemuan (Sharp & Munly, 2022), kerana bias budaya membawa cabaran unik dalam kajian ini yang dilakukan di China disebabkan perbezaan norma dan nilai sosial.

DAPATAN KAJIAN

Profil Peserta

Terdapat pelbagai pengalaman dan perspektif yang diwakili dalam kalangan 12 PMS yang mengambil bahagian dalam kajian ini. Setiap individu memiliki motivasi mereka sendiri untuk mencapai kejayaan dalam bidang bimbingan mereka masing-masing. Semua peserta menunjukkan minat dan komitmen yang tinggi terhadap bidang pengajaran dan latihan kecergasan. Jurulatih kecergasan ini, yang mempunyai pengalaman gabungan antara lima belas hingga lapan belas tahun, adalah pakar dalam memenuhi keperluan individu dan perniagaan pelanggan mereka. Peserta 2, 4, 5, dan 7 semuanya terlibat dalam bidang bimbingan kecergasan dalam talian, seperti yang terlihat dari sejarah individu mereka yang telah dijelaskan sebelum ini. Dalam menawarkan program latihan yang disesuaikan, kos perkhidmatan mereka berbeza bergantung pada situasi spesifik setiap pelanggan. Berbeza dengan Peserta 5, yang memilih bimbingan satu lawan satu, Peserta 2 dan 4 menyediakan gabungan pertemuan dalam talian dan peribadi. Ahli 3 adalah seorang pengajar Pilates tempatan yang bergabung dengan SUPERMONKEY untuk memajukan kerjayanya, sementara Ahli 6 adalah seorang pembina badan profesional yang terkenal di dunia dan pendekatan latihannya berdasarkan prinsip keperibadian, umur panjang, dan keselamatan. Konteks ini menunjukkan bahawa sampel ini mewakili populasi umum, terutama dengan populariti latihan kecergasan dalam talian yang meningkat semasa pandemik COVID-19.

Jadual 1 dan Jadual 2 di bawah meringkaskan maklumat tentang demografi peserta.

Jadual 1

Demografi Peserta

Peserta	1	2	3	4	5	6
Jantina	Lelaki	Lelaki	Perempuan	Lelaki	Lelaki	Perempuan
Tahun perkhidmatan	9	6	5	18	5	7

Sepenuh masa/Sambilan	Sepenuh masa	Sambilan	Sepenuh masa	Sepenuh masa	Sepenuh masa	Sepenuh masa
Bandar	Zhengzhou	Luoyang	Zhengzhou	Xinxiang	Zhengzhou	Zhengzhou
Bagaimana bermula	dia Sesi senaman satu lawan satu di Tencent Meetings	Latihan kumpulan dalam talian	Sertai syarikat kecergasan SUPER MONKEY	Mulakan latihan hibrid	Siarkan video kecergasan pada platform TikTok	Bina kumpulan pembelajaran yang menarik di WeChat
Faktor penolakan	Wabak wabak Covid-19	Latihan dalam talian sedang berkembang pesat	Pembangunan kerjaya yang lebih baik	Keinginan pelanggan	Strategi dalam talian baharu untuk mendapatkan pelanggan baharu	Pembangunan kerjaya yang lebih baik
Caj Yuran	200RMB setiap latihan satu lawan satu	150RMB setiap latihan satu kumpulan	398 RMB bagi setiap pelanggan dalam latihan selama sebulan	200RMB setiap latihan satu lawan satu	150-1000RMB bergantung pada mod pengecasan	300RMB setiap latihan satu lawan satu
Kekuatan	Keyakinan dan kecerdasan	Fleksibiliti	Kemahiran komunikasi yang baik	Latar belakang profesional yang kuat	Suka mencabar diri sendiri serta memotivasi orang lain.	Gaya latihan

Jadual 2

Demografi Peserta (bersambung)

Peserta	7	8	9	10	11	12
Jantina	Perempuan	Perempuan	Lelaki	Lelaki	Lelaki	Lelaki
Tahun perkhidmatan	5	8	9	9	6	8
Sepenuh Masa/Sambilan	Sambilan	Sambilan	Sambilan	Sepenuh Masa	Sepenuh Masa	Sepenuh Masa
Bandar	Kaifeng	Zhengzhou	Luohe	Zhengzhou	Zhengzhou	Nanyang
Bagaimana Bermula	Dia Sertai Komuniti Kecergasan Dalam Talian Keep	Menjadi Jurulatih Kecergasan Dalam Talian Di Platform Kecergasan Lefit	Buat Pertubuhan Saluran Tiktok	Bina Kursus Dalam Talian Daripada Program Mini Wechat	Bina Komuniti Tiktok	Sesi Senaman Satu Lawan Satu Di Zoom
Faktor penolakan	Jana Pendapatan Pasif	Jadual Dengan Fleksibiliti	Perolehan Pendapatan	Daripada Keputusan Syarikat	Pembangunan Kerjaya Yang Lebih Baik	Kembangan Lebih Banyak Pangkalan Pelanggan
Caj Yuran	150 Rmb Setiap Latihan Satu Lawan Satu	150rmb Setiap Latihan Satu Kumpulan	220rmb Setiap Latihan Satu Lawan Satu	210rmb Setiap Latihan Satu Kumpulan	160rmb Setiap Latihan Satu Kumpulan	200rmb Setiap Latihan Satu Lawan Satu

Kekuatan	Semangat Yang Kuat	Pemikiran Positif	Fizikal Yang Bagus	Kepimpinan	Pintar	Bersemerangat Untuk Belajar Dan Mengajar
----------	--------------------	-------------------	--------------------	------------	--------	--

1. Apakah keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China?

Lebih daripada 80% pengguna internet di wilayah Henan mempunyai lebih daripada satu akaun media sosial dan aktiviti dalam talian mereka mencerminkan aktiviti orang di bandar utama China seperti Beijing dan Shanghai. Penggunaan peranti mudah alih untuk mengakses media sosial juga semakin meningkat dengan jumlah pengguna media sosial mudah alih dijangka meningkat sekitar 30% setiap tahun di Henan. Pada masa ini, media sosial dapat berhubung dengan pengguna secara lebih peribadi daripada saluran pengiklanan konvensional seperti televisyen atau media cetak. Ini merupakan cara yang baik bagi perniagaan untuk meningkatkan pangkalan pengguna mereka kerana mereka dapat menghubungi individu di tempat-tempat di mana mereka menghabiskan sebahagian besar masa mereka, seperti di pejabat, di dalam kelas, atau di dalam komuter atau bas. Bagaimanapun, selebriti dan pengaruh baru juga muncul berkat populariti media sosial di Wilayah Henan, China, seperti Wang Yibo, yang dianggap sebagai "selebriti Internet".

Di wilayah ini, pasaran untuk pengajaran kecergasan dalam talian di platform media sosial sangat kompetitif (Guohua, 2020). Selain aplikasi yang dicipta oleh rangkaian gim besar seperti Super Monkey dan Lefit, jurulatih kecergasan dalam talian memiliki akses kepada pelbagai jenis platform media sosial, seperti WeChat, TikTok, Weibo, dan Apl Latihan KEEP. Jurulatih kecergasan dalam talian dapat memanfaatkan persamaan di antara keduanya untuk kelebihan mereka ketika memasarkan diri mereka di media sosial. WeChat adalah aplikasi popular di Wilayah Henan untuk berhubung dengan keluarga dan rakan serta membuat sambungan baharu. Sebaliknya, pengguna aplikasi media sosial TikTok dapat mencipta dan berkongsi video lucu berdurasi satu minit. Weibo juga memiliki fungsi blog mikro di mana pengguna dapat memposting pembaruan pendek yang kaya dengan media (Le Han, 2019). Mempertahankan motivasi dalam mengejar kesihatan dapat menjadi sukar, tetapi bimbingan kecergasan dalam talian dapat membantu dengan menyediakan hala tuju menuju matlamat jangka panjang, memberikan insentif melalui saluran media sosial, dan meminta seseorang bertanggungjawab terhadap jadual senaman mereka.

Pengaruh di Wilayah Henan, China, sekarang dapat menyokong diri mereka sendiri dengan menunjukkan kepada orang lain cara menggunakan platform media sosial dengan lebih efisien atau cara mereka menghasilkan pendapatan daripadanya hasil daripada pertumbuhan populariti platform ini (Achen, 2020). Pengaruh media sosial ini sekarang dapat meningkatkan pengikut mereka dengan membeli suka dan menyebarkan siaran mereka.

Beberapa individu kecergasan terkemuka (PMS) telah menunjukkan kepimpinan yang teladan di platform ini dengan mengambil tanggungjawab terhadap kejayaan mereka dan menetapkan matlamat untuk kandungan dan jenama peribadi mereka. Mereka menetapkan objektif mengenai jenis kandungan yang ingin mereka hasilkan dan mesej yang ingin disampaikan kepada audiens mereka, serta berusaha untuk mencapai aspirasi ini. Menentukan jumlah siaran setiap minggu, memilih medium yang sesuai

untuk berkongsi kandungan (contohnya, video, gambar, atau tulisan), dan memilih topik perbincangan adalah beberapa contoh pertimbangan yang mereka ambil kira (contohnya, berkaitan dengan kecergasan, pemakanan, kesihatan). Pengaruh ini juga membantu mereka untuk mengekalkan fokus dan memastikan mereka termotivasi untuk menghasilkan kandungan berkualiti tinggi yang menarik kepada audiens mereka jika mereka menetapkan matlamat ini untuk diri mereka sendiri.

Selain itu, PMS menjalankan disiplin diri dan tetap termotivasi untuk mematuhi jadual kandungan mereka dan menghasilkan kandungan secara berterusan. Mereka bergantung kepada rakan kongsi akauntabiliti dan menggunakan alat seperti kalendar editorial dan aplikasi penjadualan untuk memastikan mereka berada di landasan yang betul dan mencapai matlamat mereka. Mereka juga membuat pilihan yang bijak mengenai kandungan laman web mereka dan jenama peribadi mereka. Ini melibatkan mengikuti perkembangan berita dan tren dalam industri, memantau dengan teliti analisis dan metrik penglibatan mereka, dan mengambil kira kesan kandungan mereka terhadap audiens sasaran mereka. Tambahan pula, PMS adalah gigih dalam menghadapi cabaran atau rintangan, seperti komen negatif atau penurunan penglibatan. Menurut Gatti et al. (2013), individu dapat meningkatkan kandungan dan jenama peribadi mereka dengan melibatkan diri dalam penilaian sendiri dan mendapatkan maklum balas daripada sumber yang boleh dipercayai.

Walaupun bagaimanapun, media sosial di Wilayah Henan, China juga menghadapi cabaran dalam mendapatkan dan mengekalkan pengikut dengan menghasilkan kandungan yang menarik kepada audiens mereka sambil mematuhi garis panduan ketat dalam platform seperti Weibo, Douban, Sina Weibo, dan Baidu. Keperluan ini termasuk meninggalkan ulasan di halaman pengguna lain untuk tujuan promosi diri, menggunakan hashtag yang relevan dalam siaran, mengikuti format yang khusus untuk siaran foto atau video, serta menggunakan hashtag yang betul. Dengan semakin banyak jurulatih yang terlibat dalam bidang ini, beberapa cabaran baharu telah muncul. Terdapat permintaan yang lebih tinggi untuk PMS yang dapat berkomunikasi dengan baik dan menghasilkan video motivasi untuk pengikut mereka sepanjang waktu. Walaupun sukar untuk tetap bermotivasi ketika tidak berada di gim atau studio setiap hari, terdapat cara untuk menghadapi cabaran ini.

Beberapa cabaran yang mungkin dihadapi dalam kerjaya kejurulatihan kecergasan dalam talian termasuk pengurusan masa, jarak, komunikasi, kepercayaan, fokus pada amalan profesional dan cabaran peribadi.

2. Apakah cabaran berkaitan kandungan, berkaitan proses dan berkaitan konteks yang dihadapi oleh pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China?

Pengaruh kecergasan di wilayah Henan telah memanfaatkan media sosial mengikut kelebihan mereka, tetapi terdapat cabaran tersendiri dalam menggunakan platform baru ini. Selain manfaatnya, terdapat juga beberapa kekurangan yang muncul ketika menjadi mempengaruhi kecergasan di dunia media sosial. Salah satu cabaran utama adalah mencipta kandungan. Hal ini memerlukan usaha dan kreativiti yang besar untuk menghasilkan kandungan yang menarik dan informatif yang dapat mempengaruhi para pelanggan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 11:

Saya mengakui bahawa kadang-kadang saya benar-benar bergelut dengan menghasilkan kandungan segar untuk penonton saya setiap hari. Ia adalah tugas yang rumit kerana kandungannya perlu diselaraskan dengan trend segar dan juga selera penonton saya. Jadi saya perlu menyediakan dan mengumpul kandungan yang lebih menarik. Idea tersebut mungkin daripada persidangan industri, latihan profesional atau berita dalam talian.

Dipetik daripada Transkrip 11, Baris 44

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 7:

Dan juga adalah penting bagi saya untuk memanfaatkan teknologi sepenuhnya yang mungkin untuk membezakan kandungan saya daripada pesaing apabila pasaran berkembang setiap hari. Walaupun kandungan adalah raja, pengaruh media sosial yang mempunyai pemahaman yang lebih baik tentang teknologi berkemungkinan menarik khalayak mereka dengan lebih berkesan berbanding mereka yang kurang berpengetahuan.

Dipetik daripada Transkrip 7, Baris 61

Cabaran lain terletak pada mengurus pangkalan pelanggan yang luas dengan berkesan sambil tetap memberikan bimbingan dan maklum balas yang diperibadikan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 9:

Bagi jurulatih dalam talian, adalah mencabar untuk memimpin pelanggan mereka dengan berkesan. Sesetengah mungkin kelihatan berdiri berasingan daripada pelanggan mereka, yang boleh membuatkan pelanggan menganggap jurulatih itu sebagai seorang yang sombong. Selain itu, ada juga yang bertindak tanpa integriti atau tidak jujur dalam komunikasi mereka, yang boleh memberi kesan negatif kepada tempoh bimbingan mereka.

Dipetik daripada Transkrip P9, Baris 42

Selain itu, cabaran berkaitan konteks seperti perbezaan budaya dan halangan bahasa juga boleh menimbulkan halangan apabila menggunakan media sosial di rantau dan negara yang berbeza. Faktor-faktor ini boleh mempengaruhi kecekapan platform media sosial untuk pengaruh kecergasan yang cuba berhubung dengan khalayak di seluruh dunia.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 3

Saya sedar pada satu ketika bahawa hanya menerbitkan kandungan dalam satu bahasa akan menghadkan penonton dan peminat saya. Oleh itu, saya mempunyai tanggapan untuk menambahkan bahasa Inggeris pada video YouTube saya untuk meningkatkan bilangan pelanggan, tetapi bahasa Inggeris saya tidak begitu hebat. Ia amat sukar bagi saya.

Dipetik daripada Transkrip P3, Line47

Akibatnya, pengaruh kecergasan perlu membangunkan strategi yang mempertimbangkan isu kontekstual ini semasa membangunkan kehadiran dalam talian mereka.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 3:

Sebenarnya, pasaran tempatan dan nasional lebih ramai. Sebagai sebahagian daripada strategi jangka panjang saya, saya perlu berusaha sedaya upaya untuk mendapatkan lebih ramai peminat asing kerana masih terdapat banyak pasaran yang belum ditemui dengan sedikit atau tiada pesaing yang berpotensi untuk menjadi terkenal. Oleh itu, saya mesti mengatasi halangan budaya dan meningkatkan bahasa Inggeris lisan saya untuk memperdalam hubungan antara pengguna dan jenama dan memupuk kepercayaan.

Dipetik daripada Transkrip P3, Baris 58

Secara keseluruhan, mengurus cabaran ini memerlukan set kemahiran unik yang disertakan dengan pengalaman, kreativiti, kemahiran komunikasi dan pengetahuan yang mencukupi tentang aliran media sosial khusus untuk pelbagai wilayah di seluruh dunia.

3. Apakah strategi yang digunakan oleh pengaruh media sosial di Wilayah Henan, China untuk mengatasi cabaran dan memastikan keberkesanan media sosial dalam latihan kecergasan dalam talian melangkaui pandemik COVID-19?

Bagi menonjolkan penemuan unik, pengaruh media sosial telah menjadi satu tugas yang mencabar dalam bidang bimbingan kecergasan dalam talian. Untuk mengatasi cabaran ini, pengaruh media sosial di Wilayah Henan telah merangka beberapa strategi untuk memastikan kejayaan mereka. Salah satu strategi yang digunakan ialah mencipta kandungan yang menarik dan informatif untuk khalayak sasaran mereka. Bagi mencapai matlamat ini, mereka mengadaptasikan program senaman, memberi nasihat pemakanan dan berkongsi petua kesihatan yang sesuai dengan keperluan dan keutamaan unik setiap pelanggan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 8:

Untuk menjalankan latihan dalam talian dengan lebih baik, pertama sekali, hasil daripada peralatan yang terhad, saya telah cuba mengatur beberapa latihan tangan bebas, termasuk latihan tikan, dan telah menggunakan beberapa jalur anjal dan gelang anjal untuk membantu; Kedua, saya mahu dapat mengubah suai rutin senaman supaya mereka memenuhi keperluan individu pelanggan saya dan mendapat hasil yang mereka cari. Ketiga, saya akan menunjukkan pergerakan dari pelbagai sudut untuk meningkatkan pemahaman pelanggan tentang arahan.

Dipetik daripada Transkrip P8, Baris 63

Dengan memberikan nasihat dan bimbingan yang disesuaikan, pengaruh media sosial dapat meningkatkan penglibatan, kepatuhan, dan motivasi pelanggan dalam mencapai matlamat kecergasan mereka. Pendekatan ini membolehkan individu merasakan hubungan yang lebih rapat dengan pengaruh tersebut kerana mereka memperhatikan keperluan setiap pelanggan secara khusus. Ini menjadikan mereka unik berbanding dengan jurulatih generik lain yang terdapat di platform media sosial.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 2:

Saya menggalakkan pengikut saya untuk berkelakuan lebih seperti pemacu kerja kecergasan mereka dan bukannya pelaksana tugas. Selain itu, sepanjang latihan, saya berusaha untuk memberikan peranan dan objektif penting kepada pengikut saya. Walau bagaimanapun, ini telah menghasilkan dinamik yang sangat sempurna, yang telah menghalang proses membangunkan hubungan yang tulen.

Dipetik daripada Transkrip P2, Baris 73

Pengaruh media sosial juga dikenali kerana keupayaan mereka untuk berhubung dengan pengikut dan membentuk rasa komuniti. Mereka sering menggunakan pelbagai strategi untuk membina kumpulan individu yang berkongsi pandangan serupa dan saling memberi sokongan serta motivasi dalam mencapai matlamat kecergasan. Contohnya, platform media sosial seperti WeChat dan Weibo menyediakan ciri yang membolehkan pengguna membentuk kumpulan dan komuniti. Pengaruh media sosial boleh menggunakan ciri ini untuk membina rangkaian pelanggan yang berkongsi pengalaman dan cabaran yang berkaitan dengan kecergasan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 4:

Saya telah memilih untuk menggunakan kumpulan WeChat untuk membina komuniti, dan pasukan saya boleh mengurus komuniti ini dengan memberikan jawapan penting kepada soalan pelanggan saya. Komuniti dalam talian telah menjana nilai pelanggan dan boleh menjadi platform untuk menarik bakal pelanggan ke perniagaan saya.

Dipetik daripada Transkrip P4, Baris 67

Dengan mewujudkan persekitaran inklusif di mana semua orang boleh meluahkan perasaan mereka secara bebas, mempengaruhi memupuk komuniti yang menyokong di mana ahli boleh memberi inspirasi antara satu sama lain dalam perjalanan kecergasan mereka. Dengan cara ini, media sosial telah muncul sebagai alat yang berkesan untuk membina rangkaian sokongan dalam kalangan orang yang mempunyai minat yang sama.

Seperti yang dikongsi oleh Peserta 5:

Saya membina komuniti keahlian dalam talian saya, iaitu komuniti dalam talian yang menyokong dengan ratusan pengikut yang berfikir sama. Ia adalah platform dalam talian yang dipenuhi dengan ratusan jam program latihan yang diperoleh daripada pengalaman bimbingan saya yang lalu. Dan maklum balas tentang komuniti ini daripada beberapa pengikut saya mengatakan bahawa mereka telah memperoleh banyak daripada komuniti, terutamanya dalam bidang pengetahuan dan inspirasi.

Dipetik daripada Transkrip P5, Baris 69

Dengan bantuan pengaruh media sosial yang menggunakan platform ini secara strategik, individu dari semua lapisan masyarakat boleh mendapatkan motivasi, bimbingan dan galakan daripada orang lain yang juga berusaha ke arah kesihatan dan kesejahteraan yang lebih baik.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 10:

Trend kecergasan telah meningkat kepada populariti yang melampau kerana internet. Dan sebagai pengaruh media sosial, saya sentiasa cuba untuk menyampaikan pengetahuan dan kandungan kesihatan kepada pengikut saya. Oleh itu, semua pelanggan saya boleh mendapatkan pelbagai program kecergasan, penggunaan serta motivasi dan bimbingan daripada komuniti kecergasan dalam talian.

Dipetik daripada Transkrip P10, Baris 22

Jelas sekali, data telah menunjukkan dengan jelas bahawa pengaruh media sosial di Wilayah Henan memainkan peranan penting dalam dunia bimbingan dalam talian. Mereka menggunakan pelbagai gaya kejurulatihan untuk memenuhi keperluan dan pilihan pelanggan mereka yang berbeza. Pendekatan satu saiz untuk semua tidak berkesan kerana setiap pelanggan adalah unik, dan setiap orang bertindak balas secara berbeza terhadap pelbagai gaya bimbingan. Oleh itu, pengaruh media sosial mesti mempunyai fleksibiliti dan serba boleh yang diperlukan untuk menyesuaikan gaya bimbingan mereka mengikut keperluan individu setiap pelanggan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 8:

Semasa penutupan, saya membangunkan pelbagai jenis program senaman untuk peserta saya berdasarkan keputusan penilaian kecergasan mereka, matlamat peribadi dan keutamaan gaya bimbingan. Saya menjalankan penilaian kecergasan penuh selama sejam melalui soal selidik WeChat, termasuk analisis postur, ujian fleksibiliti, komposisi badan dan juga latar belakang personaliti dan

kecergasan mereka. Dan kemudian saya menyesuaikan sesi latihan untuk individu berdasarkan tahap kecergasan dan sumber yang tersedia. Kebanyakan pelanggan saya berpuas hati dengan reka bentuk latihan dan pelaksanaan saya.

Dipetik daripada Transkrip P8, Baris 32

Sebaliknya, terdapat pelanggan yang mungkin memerlukan jurulatih yang berwibawa yang memberikan arahan dan struktur yang jelas, manakala pelanggan lain mungkin mendapati manfaat lebih daripada jurulatih yang memberikan sokongan dan mendengar secara aktif, serta memberikan galakan. Oleh itu, pengaruh media sosial perlu mempunyai kecekapan dalam menggunakan pelbagai teknik bimbingan yang dapat membantu mereka menyesuaikan perkhidmatan mereka dengan keperluan setiap pelanggan.

Seperti yang dinyatakan oleh Peserta 7:

Untuk pengikut, mereka mempercayai saya untuk mewujudkan persekitaran bimbingan yang baik untuk mereka kekal bersama mereka dalam talian. Saya cuba mempelajari keperluan mendalam pelanggan saya terlebih dahulu dan bertindak sebagai model peranan yang positif, memberi inspirasi kepada orang lain dengan visi yang menarik, dan menggalakkan serta menyokong input pengikut. Walau bagaimanapun, adalah mustahil untuk memenuhi keperluan setiap pelanggan; itu adalah sesuatu yang perlu diingat jika anda berfikir tentang membuka perniagaan kecergasan dalam talian. Tetapi saya cuba sedaya upaya untuk memilih niche dan menumpukan diri saya sepenuhnya untuk itu, dan juga melayani pelanggan saya sebanyak mungkin.

Dipetik daripada Transkrip P7, Baris 28

Secara keseluruhan, pengaruh media sosial yang berkesan memahami bahawa bimbingan dalam talian yang berjaya melibatkan perhatian yang diperibadikan, perancangan yang disesuaikan, dan sokongan yang bersesuaian untuk mencapai matlamat dan pilihan khusus setiap pelanggan. Oleh itu, mereka menggunakan pelbagai gaya bimbingan berdasarkan keperluan yang sesuai dengan setiap situasi individu pelanggan.

PERBINCANGAN

Dapatan dari kajian ini menunjukkan bahawa latihan kecergasan dalam talian melalui media sosial semakin popular di Wilayah Henan, China, memberi peluang baru bagi profesional kecergasan dan pengaruh media sosial" (Chen & Shan, 2021; Pan et al., 2022). Sebelum kajian ini dilakukan, terdapat kekurangan kajian mengenai keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian dalam bidang ini (Ardianto et al., 2021; van Coller-Peter & Manzini, 2020).). Selain itu, cabaran yang dihadapi oleh pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan (Di Lan, 2020; Burnett, 2018; Larsen, 2019) termasuk isu berkaitan kandungan, proses, dan konteks, masih kurang difahami (Lamba & Jain, 2021; Kornosenko et al., 2021; Niess & Woźniak, 2018).). Terdapat juga kekurangan pengetahuan mengenai strategi yang digunakan oleh pengaruh media sosial untuk mengatasi cabaran ini dalam memastikan latihan kecergasan dalam talian yang berkesan melewati pandemik COVID-19 di Wilayah Henan (Wang et al., 2020; Ardianto et al., 2021).

Sebagai sintesis dengan dapatan kajian lepas, penyelidikan ini telah menghasilkan penemuan-penemuan yang penting, yang akan memberikan wawasan berharga kepada mereka yang berminat untuk mengembangkan strategi yang berkesan untuk latihan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan dan di tempat lain ((Jin et al., 2021; Park et al., 2021; Susilo, 2020; Nouri, 2018; Nurhandayani et al., 2019). Dari segi kepentingan kajian, hasil analisis ini telah memberikan implikasi yang signifikan kepada pelbagai pihak yang berkepentingan, termasuk jurulatih, pelanggan, dan penggemar kecergasan (Coole

et al., 2020; Klochkov., 2022). Kebanyakan PMS memiliki strategi yang berkesan untuk meningkatkan hasil latihan mereka (Zeng et al., 2019; Muralidharan et al., 2018) dan menarik lebih banyak pelanggan (Xiaoli, 2022; Karandikar et al., 2019). Selain itu, penyelidikan ini telah menerangkan cabaran yang dihadapi oleh pengpengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan berkualiti melalui medium ini (Kercher et al., 2022). Khususnya, ia akan mengenal pasti halangan yang unik yang mereka hadapi ketika menyampaikan bimbingan kepada pengikut mereka dan menyoroti teknik berpotensi yang dapat membantu mereka mengatasi cabaran ini secara berkesan (Stragier et al., 2016).

Penyelidikan yang dijalankan di Wilayah Henan, China ini telah berjaya menjawab tiga persoalan kajian yang dikemukakan. Pertama, kajian tersebut mengkaji keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian. Analisis terhadap pengalaman 12 pengaruh media sosial yang berdedikasi terhadap arahan dan latihan kecergasan menyimpulkan bahawa platform media sosial dapat digunakan secara efektif untuk pemasaran dan membentuk komuniti (van Coller-Peter & Manzini, 2020). Pada masa ini, lebih daripada 80% pengguna internet di Wilayah Henan mempunyai lebih daripada satu akaun media sosial, mencipta pasaran yang sangat kompetitif untuk bimbingan kecergasan dalam talian di platform ini (Liang et al., 2020). Tambahan pula, penyelidikan menunjukkan bahawa individu yang mampu menyesuaikan diri, menghasilkan kandungan yang berinteraksi dengan penonton, dan gigih menghadapi cabaran lebih cenderung mencapai kejayaan sebagai jurulatih kecergasan dalam talian (Taillon et al., 2020).

Kedua, cabaran yang dihadapi oleh pengaruh media sosial dalam menyediakan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China, dikaji melalui persoalan kajian kedua. Menurut kajian tersebut, individu yang berpengaruh menghadapi halangan yang ketara dalam bentuk cabaran berkaitan kandungan, proses, dan konteks. Cabaran berkaitan kandungan termasuk menyesuaikan rancangan senaman berdasarkan keperluan individu, menghasilkan kandungan yang konsisten, dan berinteraksi dengan pengikut (Ying et al., 2021). Pengurusan masa, keseimbangan antara penciptaan kandungan dengan amalan profesional dan kesejahteraan peribadi, adalah contoh cabaran berkaitan proses (Ronai, 2021). Cabaran kontekstual melibatkan halangan bahasa, jurang budaya, jarak geografi, komunikasi yang terbatas, serta pembinaan kepercayaan (Ma et al., 2021).

Ketiga, kajian ketiga tertumpu kepada keberkesanan media sosial dalam latihan kecergasan dalam talian melalui pandemik COVID-19. Kajian tersebut mendapati bahawa pengaruh media sosial di Wilayah Henan, China (individu, kumpulan, dan syarikat) melaksanakan pelbagai strategi untuk mengatasi cabaran ini. Strategi ini termasuk pembangunan rancangan senaman yang disesuaikan, membina rasa komuniti di kalangan peminat, dan menggunakan teknologi untuk meningkatkan komunikasi dan penglibatan (Li et al., 2021). Individu yang berpengaruh menunjukkan kawalan diri, kekal bersemangat, dan menunjukkan ketabahan dalam menghadapi rintangan (Ma et al., 2021).

Akhirnya, kajian ini telah menangani semua persoalan kajiannya dengan memberikan pandangan yang berharga tentang keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian, halangan yang dihadapi oleh pengaruh media sosial semasa menawarkan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian, dan taktik yang digunakan oleh individu, kumpulan, dan syarikat (PMS) untuk mengatasi halangan ini dan memastikan kejayaan dalam media sosial selepas COVID-19. Dengan menyelidik persoalan-persoalan ini, kajian ini memberikan pemahaman menyeluruh tentang peluang dan cabaran yang muncul daripada platform media sosial dalam sektor kecergasan dan pengaruh. Penekanan pada personaliti, daya tahan, dan pembinaan komuniti menekankan kepentingan faktor-faktor ini dalam mencapai kejayaan sebagai jurulatih kecergasan dalam talian dan dalam pemasaran media sosial secara luas (Li et al., 2023).

Implikasi Kajian

Analisis keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China, boleh diteliti dari tiga perspektif: teori, amalan, dan dasar. Kajian ini memberikan implikasi yang signifikan terhadap dimensi-dimensi yang disebutkan di atas.

Penyelidikan ini memperluaskan pengetahuan tentang kesan media sosial ke atas latihan kecergasan dalam era digital dan menonjolkan peranannya sebagai alat pemasaran bagi jurulatih kecergasan (Guo et al., 2023). Penyelidikan ini juga mengemukakan soalan-soalan penting untuk kajian masa depan, seperti bagaimana teknologi dapat meningkatkan interaksi antara jurulatih dan pelanggan (Zhou et al., 2022). Walau bagaimanapun, kajian ini terhad kepada Wilayah Henan, dan penyelidikan tambahan diperlukan untuk mengaplikasikan kajian sedemikian di luar Wilayah Henan, China.

Dari segi praktikal, kajian ini mempunyai implikasi penting untuk pengaruh media sosial (PMS) yang menyediakan latihan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China. Kajian ini menekankan keperluan PMS untuk memiliki fleksibiliti dan kemampuan untuk membentuk kehadiran digital yang efektif, sambil menyesuaikan program latihan dengan keperluan peribadi pelanggan untuk meningkatkan motivasi (Sindermann et al., 2022). Walau bagaimanapun, PMS juga perlu bersaing dalam pasaran yang kompetitif dan terus mencipta kandungan inovatif untuk menarik penonton (Guo et al., 2022).

Selain itu, laporan penyelidikan ini relevan bagi penggubal dasar digital di China. Ia menekankan potensi platform media sosial sebagai alat untuk memperluaskan pangkalan pelanggan perniagaan (Athanasopoulou & Giovanis, 2019). Sebagai contoh, adalah penting bagi penggubal dasar untuk menjaga persaingan yang adil dalam pasaran bimbingan kecergasan dalam talian (Hussain et al., 2019). Selain itu, garis panduan dan peraturan perlu dibangunkan untuk menangani cabaran seperti pengurusan masa dan kepercayaan antara PMS dan pelanggan (Singh & Sharma, 2022).

Secara keseluruhan, kajian ini memberikan pandangan yang berharga kepada penggubal dasar, pengamal, dan penyelidik mengenai keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China. Penting untuk menyedari bahawa kajian ini terhad kepada konteks tertentu, oleh itu, penyelidikan tambahan diperlukan untuk mengesahkan keputusan di luar Wilayah Henan. Namun begitu, implikasi praktikal kajian ini menekankan kepentingan bagi PMS untuk menjadi inovatif dan dapat menyesuaikan diri, serta bagi penggubal dasar untuk mengatasi halangan yang dihadapi oleh jurulatih kecergasan dalam talian (Zeng et al., 2018). Ini akan mendorong persekitaran perniagaan yang memberi galakan kepada pengaruh dan perniagaan dalam sektor ini (Pinto & Yagnik, 2017).

Cadangan Untuk Penyelidikan Masa Hadapan

Pemeriksaan mengenai keberkesanan pengaruh media sosial sebagai kaedah latihan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China adalah satu sumbangan penting yang menerangkan prospek dan cabaran yang dihadapi oleh platform media sosial dalam sektor kecergasan (Pinto & Yagnik, 2017). Walau bagaimanapun, perlu ditegaskan bahawa kajian ini hanya terhad kepada konteks tertentu dan seharusnya digunakan sebagai rujukan awal untuk penyelidikan lanjut dalam bidang ini. Seperti yang telah disebutkan, kajian ini memberi tumpuan utama kepada Wilayah Henan di China dan mungkin tidak mencerminkan pengalaman pengaruh media sosial di kawasan atau negara lain. Selain itu, saiz sampel yang terdiri daripada 12 individu sebagai pengaruh media sosial agak terhad dan mungkin tidak mewakili populasi yang lebih besar daripada jurulatih kecergasan dalam talian di Wilayah Henan. Oleh itu, perlu berhati-hati apabila cuba menggunakan kesimpulan kajian ini dalam konteks yang berbeza (Braun et al., 2021).

Selain itu, fokus utama kajian mengenai keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian tidak semestinya bermakna kaedah ini merupakan satu-satunya yang terbaik (Milne-Ives et al., 2020). Walaupun menunjukkan kelebihan media sosial dalam pemasaran dan pembinaan komuniti, kajian ini juga menekankan kesulitan yang dihadapi oleh pengaruh media sosial yang ingin menyampaikan perkhidmatan bimbingan kecergasan dalam talian yang berkesan. Cabaran tersebut melibatkan aspek pemperibadian, pengurusan masa, komunikasi, dan kepercayaan (Xu et al., 2021). Oleh itu, jurulatih kecergasan perlu mempertimbangkan platform media sosial sebagai salah satu daripada beberapa sumber yang mereka gunakan dan menimbangbaik buruknya sebelum melibatkan usaha dan pelaburan dalam penggunaannya.

Selanjutnya, hasil kajian ini perlu dianggap sebagai asas untuk penyelidikan masa depan. Walaupun penyiasatan ini memberikan wawasan yang signifikan tentang potensi dan halangan yang dihadapi oleh saluran media sosial dalam perniagaan dan pengaruh dalam sektor kecergasan, ia juga membangkitkan banyak soalan yang memerlukan penyelidikan lanjut (Garcia-Fernandez et al., 2020). Sebagai contoh, kajian akan datang dapat menilai keberkesanan media sosial dalam pengaruh di negara atau wilayah lain, atau menyelidiki pertemuan latihan kecergasan berdasarkan web yang tidak menggunakan platform media sosial (Ahrens et al., 2022). Kajian lanjutan juga dapat menyelidiki pengaruh teknologi dalam meningkatkan komunikasi dan keterlibatan antara jurulatih kecergasan dan pelanggan mereka.

Secara ringkas, penyelidikan yang dilakukan mengenai keberkesanan pengaruh media sosial dalam bimbingan kecergasan dalam talian di Wilayah Henan, China memberikan perspektif yang berharga tentang potensi kelebihan dan halangan yang ditawarkan oleh platform media sosial dalam perniagaan dan pengaruh dalam sektor kecergasan (Chen et al., 2022). Walau bagaimanapun, adalah penting untuk melihat hasil ini secara kontekstual semata-mata dan sebagai titik permulaan bagi penyelidikan lebih lanjut dalam masa depan. Penyiasatan yang lebih mendalam diperlukan untuk memahami secara menyeluruh kebaikan dan keburukan pengaruh media sosial sebagai alat untuk latihan kecergasan dalam talian (Zhang et al., 2022), serta untuk mencari pendekatan inovatif dalam meningkatkan komunikasi dan keterlibatan antara jurulatih kecergasan dan pelanggan mereka (Li et al., 2023).

KESIMPULAN

Kajian ini telah mengkaji isu-isu yang berkaitan dengan konteks media sosial China dalam latihan kecergasan dalam talian. Ia telah meneroka pelbagai aspek pengaruh media sosial dan memahami peranannya secara menyeluruh dalam bidang ini. Selain itu, kajian ini juga telah mengenal pasti halangan yang dihadapi oleh PMS di Wilayah Henan ketika menggunakan media sosial untuk latihan kecergasan dan strategi yang disyorkan untuk mengatasi cabaran ini. Sebagai sumbangan kepada penyelidikan, kajian ini telah menyediakan analisis terperinci mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif sebagai alat untuk latihan kecergasan dan bagaimana jurulatih dapat memanfaatkannya dengan maksimum manfaat sambil mengatasi batasannya. Seiring dengan perkembangan yang pesat dalam pemasaran mempengaruhi media sosial, hal yang sama dapat dikatakan mengenai latihan kecergasan dalam talian. Meskipun terdapat cabaran yang terkait dengan latihan kecergasan dalam talian, terdapat strategi yang efektif untuk mengatasinya. Salah satu strategi tersebut adalah mengembangkan gaya pelatihan yang unik yang sesuai dengan prioritas dan kebutuhan pelanggan - hal ini membantu membangun kepercayaan dan kesetiaan di antara pelanggan. Analisis media sosial juga dapat memberikan wawasan berharga tentang keterlibatan pelanggan, termasuk tingkat interaksi dan kepatuhan mereka terhadap program latihan. Membangun rasa komunitas di antara pelanggan adalah cara lain untuk membantu mengatasi cabaran ini; ini menciptakan lingkungan di mana pelanggan merasa didukung dan termotivasi oleh satu sama lain. Selain itu, pengaruh media sosial dapat bekerja sama dengan rekan-rekan dalam bidang mereka, berbagi keahlian dan pengetahuan untuk meningkatkan keberkesanan dan dampak layanan bimbingan mereka. Kerjasama ini memastikan pelanggan menerima dukungan yang lebih komprehensif dalam mencapai tujuan kecergasan mereka melalui platform bimbingan dalam talian.

RUJUKAN

- Achen, R. M. (2020). Use of social media networks and perceptions of firm-generated content in the fitness industry. *The Journal of Social Media in Society*, 9(2), 47-68.
- Aggarwal, R., Hueniken, K., Eng, L., Kassirian, S., Geist, I., Balaratnam, K., Liang, M., Paulo, C. B., Geist, A., Rao, P., Mitchell, L., Magony, A., Jones, J. M., Grover, S. C., Brown, M. C., Bender, J., Xu, W., Liu, G., & Gupta, A. A. (2020). Health-related social media use and preferences of adolescent and young adult cancer patients for virtual programming. *Supportive Care in Cancer*, 28(10), 4789-4801. <https://doi.org/10.1007/s00520-019-05265-3>
- Ahmad, S. (2020). Political behavior in virtual environment: Role of social media intensity, internet connectivity, and political affiliation in online political persuasion among university students. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(4), 457-473. <https://doi.org/10.1080/10911359.2019.1698485>
- Ahrens, J., Brennan, F., Eaglesham, S., Buelo, A., Laird, Y., Manner, J., Newman, E., & Sharpe, H. (2022). A Longitudinal and Comparative Content Analysis of Instagram Fitness Posts. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(11), Article 6845. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116845>
- Alam, F., Meng, T., Lahuerta-Otero, E., & Zhao, F. F. (2022). Let's Buy With Social Commerce Platforms Through Social Media Influencers: An Indian Consumer Perspective. *Frontiers in psychology*, 13, Article 853168. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.853168>
- Alam, M. K. (2020). A systematic qualitative case study: questions, data collection, NVivo analysis and saturation. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*.
- AlMarzooqi, M. A. (2021). Physical Activity and Attitudes Toward Social Media Use of Active Individuals During the COVID-19 Pandemic in Saudi Arabia: Cross-Sectional Survey. *Frontiers in psychology*, 12, Article 707921. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.707921>
- Al-Qaysi, N., Mohamad-Nordin, N., & Al-Emran, M. (2020). Employing the technology acceptance model in social media: A systematic review. *Education and Information Technologies*, 25(6), 4961-5002.
- Anjum, R., Burki, M., & Jahangir, M. (2021). Challenges to Fitness and Coaching During Covid-19.
- Ardianto, B., Sugiyanto, S., & Liskustyawati, H. (2021). Fenomena online fitness coaching di era revolusi industri 4.0. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Keahlian Olahraga,
- Ariyaratna, N. (2015). Online Nutrition and Physical Fitness Coaching System for New Royal Fitness Center (PVT) Ltd.
- Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., & Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index-insights from Facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 86-101.
- Athanasopoulou, P., & Giovanis, A. N. (2019, Sep 16-18). The Role of Social Media in the Marketing Strategy of Fitness Centres. [Innovation, entrepreneurship and sustainable value chain in a dynamic environment]. 8th Annual Conference of the EuroMed-Academy-of-Business, Verona, ITALY.
- Baniasadi, A., & Salehi, K. (2019). Introduction on the Principles and Process of Construction and Validation of the Interview Protocol. *Higher Education Letter*, 12(46), 177-203.
- Belotto, M. J. (2018). Data analysis methods for qualitative research: Managing the challenges of coding, interrater reliability, and thematic analysis. *Qualitative Report*, 23(11).
- Bicen, A., Uzunboylu, H., & Burgul, N. S. (2020). Evaluation of Participants' Opinions on Online Physical Fitness Training. *Revista De Psicologia Del Deporte*, 29(4), 25-32. <Go to ISI>://WOS:000637946800001
- Blom, A. G., Cornesse, C., Friedel, S., Krieger, U., Fikel, M., Rettig, T., Wenz, A., Juhl, S., Lehrer, R., & Möhring, K. (2020). High frequency and high quality survey data collection. *Survey Research Methods*,

- Braun, V., Clarke, V., Boulton, E., Davey, L., & McEvoy, C. (2021). The online survey as a qualitative research tool. *International Journal of Social Research Methodology*, 24(6), 641-654.
- Brough, M., Literat, I., & Ikin, A. (2020). "Good Social Media?": Underrepresented Youth Perspectives on the Ethical and Equitable Design of Social Media Platforms. *Social Media + Society*, 6(2), Article 2056305120928488. <https://doi.org/10.1177/2056305120928488>
- Burnett, N. (2018). E-coaching: theory and practice for a new online approach to coaching. In: Taylor & Francis.
- Callary, B., Gearity, B., & Kuklick, C. (2021). Coach developers' confessional tale of an online professional development course for Masters fitness coaches. *Sports Coaching Review*, 10(3), 348-369.
- Cataldo, I., Burkauskas, J., Dores, A. R., Carvalho, I. P., Simonato, P., De Luca, I., Gomez-Martinez, M. A., Ventola, A. R. M., Demetrovics, Z., Szabo, A., Abel, K. E., Shibata, M., Kobayashi, K., Fujiwara, H., Arroyo-Anllo, E. M., Martinotti, G., Barbosa, F., Griskova-Bulanova, I., Pranckeviciene, A., . . . Corazza, O. (2022). An international cross-sectional investigation on social media, fitspiration content exposure, and related risks during the COVID-19 self-isolation period. *Journal of Psychiatric Research*, 148, 34-44. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2022.01.032>
- Chen, L., Jih-Syuan, & Shan, Y. (2021). Influencer marketing in China: The roles of parasocial identification, consumer engagement, and inferences of manipulative intent. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1436-1448.
- Chen, S. L., Wang, B. F., Imagebe, S., Gu, X. L., Androzzi, J., Liu, Y., Yli-Piipari, S. R., Hu, G., & Staiano, A. E. (2022). Adolescents' Behaviors, Fitness, and Knowledge Related to Active Living before and during the COVID-19 Pandemic: A Repeated Cross-Sectional Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5), Article 2560. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052560>
- Chen, Z., Kong, F., & Zhang, M. (2022). A Case Study of the "7-20" Extreme Rainfall and Flooding Event in Zhengzhou, Henan Province, China from the Perspective of Fragmentation [Article]. *Water (Switzerland)*, 14(19), Article 2970. <https://doi.org/10.3390/w14192970>
- Cohen, J. P., Morrison, P., Dao, L., Roth, K., Duong, T. Q., & Ghassemi, M. (2020). Covid-19 image data collection: Prospective predictions are the future. *arXiv preprint arXiv:2006.11988*.
- Coole, C., Konstantinidis, S. T., Ablewhite, J., Radford, K., Thomson, L., Khan, S., & Drummond, A. (2020). Comparing face-to-face with online training for occupational therapists in advising on fitness for work: Protocol for the CREATE study. *British Journal of Occupational Therapy*, 83(3), 172-178, Article 0308022619893563. <https://doi.org/10.1177/0308022619893563>
- David, Y. (2022). Public opinion, media and activism: the differentiating role of media use and perceptions of public opinion on political behaviour. *Social Movement Studies*, 21(3), 334-354. <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1875321>
- Dhanesh, G. S., & Duthler, G. (2019). Relationship management through social media influencers: Effects of followers' awareness of paid endorsement. *Public Relations Review*, 45(3), 101765.
- Di Lan, L. S., Huang Herui, Zhang Yinghui, Zhang Yaodong. (2020). Trend analysis of the new crown pneumonia epidemic in Henan Province. *Henan Medical Research* 29(10), 1729-1732.
- Drummond, C., O'Toole, T., & McGrath, H. (2020). Digital engagement strategies and tactics in social media marketing. *European Journal of Marketing*.
- Ellington, M., Connelly, J., Clayton, P., Lorenzo, C. Y., Collazo-Velazquez, C., Trak-Fellermeier, M. A., & Palacios, C. (2022). Use of Facebook, Instagram, and Twitter for recruiting healthy participants in nutrition-, physical activity-, or obesity-related studies: a systematic review. *American Journal of Clinical Nutrition*, 115(2), 514-533. <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqab352>
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2021). Social media influencers in strategic communication: A conceptual framework for strategic social media influencer communication. In *Social Media Influencers in Strategic Communication* (pp. 7-23). Routledge.

- Feng, Y., Duives, D., Daamen, W., & Hoogendoorn, S. (2021). Data collection methods for studying pedestrian behaviour: A systematic review. *Building and Environment*, 187, 107329.
- Fernandez-Prados, J. S., Lozano-Diaz, A., Bernal-Bravo, C., Muyor-Rodriguez, J., & Ieee. (2021, Mar 27-29). Influencers and Social Media: State of the Art and Bibliometric Analysis. [2021 9th international conference on information and education technology (iciet 2021)]. 9th International Conference on Information and Education Technology (ICIET), Electr Network.
- Flyvbjerg, B. (2011). Case study. *The Sage handbook of qualitative research*, 4, 301-316.
- Gabarron, E., Larbi, D., Dorronzoro, E., Hasvold, P. E., Wynn, R., & Arsand, E. (2020). Factors Engaging Users of Diabetes Social Media Channels on Facebook, Twitter, and Instagram: Observational Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(9), Article e21204. <https://doi.org/10.2196/21204>
- Gao, Y., Wang, J. Q., & Liu, C. C. (2021). Social media's effect on fitness behavior intention: Perceived value as a mediator. *Social Behavior and Personality*, 49(6), Article e10300. <https://doi.org/10.2224/sbp.10300>
- Garcia-Fernandez, J., Galvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Angosto, S., Fernandez-Gavira, J., & Bohorquez, M. R. (2020). The Promotion of Physical Activity from Digital Services: Influence of E-Lifestyles on Intention to Use Fitness Apps. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), Article 6839. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186839>
- Gatti, F., Brivio, E., & Galimberti, C. (2013). Evaluation of a Personal Mobile Coaching Service for Health Tracking. In.
- Gerring, J. (2006). *Case study research: Principles and practices*. Cambridge university press.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2019). News use across social media platforms 2016.
- Guo, L., Gu, L., Peng, Y. H., Gao, Y. M., Mei, L., Kang, Q., Chen, C., Hu, Y. R., Xu, W. Y., & Chen, J. (2022). Online media exposure and weight and fitness management app use correlate with disordered eating symptoms: evidence from the mainland of China. *Journal of Eating Disorders*, 10(1), Article 58. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00577-y>
- Guo, S. Y., Lin, T., Akhtar, N., & Du, J. A. (2023). COVID-19, Anti-Intellectualism, and Health Communication: Assessing the Chinese Social Media Platform Sina Weibo. *Healthcare*, 11(1), Article 121. <https://doi.org/10.3390/healthcare11010121>
- Guohua, Z. (2020). A study of national fitness in Henan under the epidemic. *Shaolin and Taiji*, 04, 76.
- Hancock, D. R., Algozzine, B., & Lim, J. H. (2021). Doing case study research: A practical guide for beginning researchers.
- Harris, M. T., & Metzler, M. (2019). Online Personal Fitness Course Alignment With National Guidelines for Online Physical Education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 38(3), 174-186. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2018-0169>
- Heidorn, B., & Huet, K. (2020). Coaching Strategies for Fitness Testing. *Strategies*, 33(2), 41-43.
- Hemsley, J., Jacobson, J., Gruzd, A., & Mai, P. (2018). Social Media for Social Good or Evil: An Introduction. *Social Media + Society*, 4(3), Article 2056305118786710. <https://doi.org/10.1177/2056305118786710>
- Hu, G. Y., Han, X. Y., Zhou, H. X., & Liu, Y. L. (2019). Public Perception on Healthcare Services: Evidence from Social Media Platforms in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(7), Article 1273. <https://doi.org/10.3390/ijerph16071273>
- Hussain, F., Rashid, K., Haroon, M., & Saad, M. (2019, Jun 13-14). Social Media Marketing and Customer Equity: Study on Quick Fitness Brand. *Proceedings of the European Conference on Social Media* [Proceedings of the 6th european conference on social media (ecsm 2019)]. 6th European Conference on Social Media (ECSM), Univ Brighton, Brighton, ENGLAND.
- Ikart, E. M. (2019). Survey questionnaire survey pretesting method: An evaluation of survey questionnaire via expert reviews technique. *Asian Journal of Social Science Studies*, 4(2), 1.
- Jenny, S. E., Krause, J. M., & Armstrong, T. (2020). *Technology for physical educators, health educators, and coaches: Enhancing instruction, assessment, management, professional development, and advocacy*. Human Kinetics Publishers.

- Jiang, M., & Fu, K. W. (2018). Chinese Social Media and Big Data: Big Data, Big Brother, Big Profit? *Policy and Internet*, 10(4), 372-392. <https://doi.org/10.1002/poi3.187>
- Jin, Y. Q., Lin, C. L., Zhao, Q., Yu, S. W., & Su, Y. S. (2021). A Study on Traditional Teaching Method Transferring to E-Learning Under the Covid-19 Pandemic: From Chinese Students' Perspectives. *Front Psychol*, 12, 632787. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.632787>
- Joo, S. Y., Lee, C. B., Joo, N. Y., & Kim, C. R. (2021). Feasibility and Effectiveness of a Motion Tracking-Based Online Fitness Program for Office Workers. *Healthcare*, 9(5), Article 584. <https://doi.org/10.3390/healthcare9050584>
- Karandikar, A., Deshpande, N., Lingayat, S., & Kulkarni, A. (2019). IoT based Smart Fitness Tracker for Gymnasiums. *sensors*, 6(11).
- Kercher, V. M., Kercher, K., Bennion, T., Levy, P., Alexander, C., Amaral, P. C., Li, Y.-M., Han, J., Liu, Y., & Wang, R. (2022). 2022 Fitness Trends from Around the Globe. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 26(1), 21-37.
- Kim, M. (2022). How can I Be as attractive as a Fitness YouTuber in the era of COVID-19? The impact of digital attributes on flow experience, satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, Article 102778. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102778>
- Klochkov., C. H. (2022). SONIC: SOcial Network analysis with Influencers and Communities. *Journal of Econometrics*, 228(2), 177-220. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2021.02.008>
- Kornosenko, K., Khomenko, P., Taranenko, I., Zhamardiy, V., Shkola, O., Tolchieva, H., Saienko, V., Batieieva, N., & Kyzim, P. (2021). Professional competencies as a component of professional training of a fitness trainer-teacher in higher education institutions.
- Krlev, G., & Lund, A. B. (2020). Social Innovation Ignored: Framing Nonprofit Activities in European News Media. *Voluntas*, 31(5), 949-965. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00224-7>
- Lamba, P. S., & Jain, N. (2021). Emerging Social Power of Coaches in Digital Entrepreneurship. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 17(7), 73-104.
- Larsen, R. (2019). Fitness.
- Le Han, E. (2019). *The discourse of Chinese social media The case of Weibo*. <Go to ISI>://WOS:000488535400026
- Li, W. J., Ding, H. Y., Xu, G. F., & Yang, J. D. (2023). The Impact of Fitness Influencers on a Social Media Platform on Exercise Intention during the COVID-19 Pandemic: The Role of Parasocial Relationships. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), Article 1113. <https://doi.org/10.3390/ijerph20021113>
- Li, Wang, R., Zhang, Y. Q., Lu, H. Y., Cai, N. N., & Yu, Z. X. (2021). Potential social media influencers discrimination for concept marketing in online brand community. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 41(1), 317-329. <https://doi.org/10.3233/jifs-201809>
- Liang, X. J., Kuang, X., Xu, Y., & Xiao, H. B. (2020). The construction of national fitness online platform system under mobile internet technology. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*. <https://doi.org/10.1007/s13198-021-01198-5>
- Lou, C. (2022). Social media influencers and followers: Theorization of a trans-parasocial relation and explication of its implications for influencer advertising. *Journal of Advertising*, 51(1), 4-21.
- Ma, K., Chutiyami, M., Zhang, Y., & Nicoll, S. (2021). Online teaching self-efficacy during COVID-19: Changes, its associated factors and moderators. *Educ Inf Technol (Dordr)*, 26(6), 6675-6697. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10486-3>
- Mackieson, P., Shlonsky, A., & Connolly, M. (2019). Increasing rigor and reducing bias in qualitative research: A document analysis of parliamentary debates using applied thematic analysis. *Qualitative Social Work*, 18(6), 965-980.
- Mao, Y. P., Zhu, Y. S., Sun, F. X., Jia, C. J., & Liu, B. (2022). An Analysis of Women's Fitness Demands and Their Influencing Factors in Urban China. *Healthcare*, 10(2), Article 187. <https://doi.org/10.3390/healthcare10020187>

- Mavrodieva, A. V., Rachman, O. K., Harahap, V. B., & Shaw, R. (2019). Role of Social Media as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change. *Climate*, 7(10), Article 122. <https://doi.org/10.3390/cli7100122>
- McHugh, P., & Perrault, E. (2022). Of supranodes and socialwashing: network theory and the responsible innovation of social media platforms. *Cogent Social Sciences*, 8(1), Article 2135236. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2135236>
- Mention, A.-L., Barlatier, P.-J., & Josserand, E. (2019). Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 242-250.
- Merriam, S. B. (2015). Qualitative research: Designing, implementing, and publishing a study. In *Handbook of research on scholarly publishing and research methods* (pp. 125-140). IGI Global.
- Milne-Ives, M., Lam, C., van Velthoven, M., & Meinert, E. (2020). Mobile Fitness and Weight Management Apps: Protocol for a Quality Evaluation. *Jmir Research Protocols*, 9(9), Article e17685. <https://doi.org/10.2196/17685>
- Muralidharan, A., Niv, N., Brown, C. H., Olmos-Ochoa, T. T., Fang, L. J., Cohen, A. N., Kreyenbuhl, J., Oberman, R. S., Goldberg, R. W., & Young, A. S. (2018). Impact of online weight management with peer coaching on physical activity levels of adults with serious mental illness. *Psychiatric Services*, 69(10), 1062-1068.
- Musat, G. C., Petcu, D., Georgescu, A., Florin, C., Georgescu, A., Popa, D. A. T., Banu, E. A., & Barna, O. (2021). Influence of social media marketing on nutrition and physical activity behaviors of Romanian Generation Z students. *Progress in Nutrition*, 23(2), Article e2021188. <https://doi.org/10.23751/pn.v23i2.11427>
- Nathan, N. A., & Nathan, K. I. (2020). Suicide, Stigma, and Utilizing Social Media Platforms to Gauge Public Perceptions. *Frontiers in Psychiatry*, 10, Article 947. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00947>
- Niess, J., & Woźniak, P. W. (2018). Supporting meaningful personal fitness: The tracker goal evolution model. Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems,
- Nouri, M. (2018). The power of influence: Traditional celebrity vs social media influencer.
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). The impact of social media influencer and brand images to purchase intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(4), 650-661.
- Pan, W., Mu, Z., & Tang, Z. (2022). Social Media Influencer Viewing and Intentions to Change Appearance: A Large Scale Cross-Sectional Survey on Female Social Media Users in China. *Frontiers in psychology*, 13.
- Park, G., Nan, D., Park, E., Kim, K. J., Han, J., & del Pobil, A. P. (2021, Jan 04-06). Computers as Social Actors? Examining How Users Perceive and Interact with Virtual Influencers on Social Media. *International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication-IMCOM* [Proceedings of the 2021 15th international conference on ubiquitous information management and communication (imcom 2021)]. 15th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication (IMCOM), Sungkyunkwan Univ, Seoul, SOUTH KOREA.
- Peterson, B., Searle, A., Spink, M., Hawke, F., Callister, R., & Chuter, V. (2022). Going their own way-male recreational runners and running-related injuries: A qualitative thematic analysis. *PLoS One*, 17(8), Article e0273401. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0273401>
- Pinto, M. B., & Yagnik, A. (2017). Fit for life: A content analysis of fitness tracker brands use of Facebook in social media marketing. *Journal of Brand Management*, 24(1), 49-67. <https://doi.org/10.1057/s41262-016-0014-4>
- Plaisime, M., Robertson-James, C., Mejia, L., Nunez, A., Wolf, J., & Reels, S. (2020). Social Media and Teens: A Needs Assessment Exploring the Potential Role of Social Media in Promoting Health. *Social Media + Society*, 6(1), Article 2056305119886025. <https://doi.org/10.1177/2056305119886025>

- Ronai, P. (2021). Moving Online? How to Effectively Deliver Virtual Fitness. *Acsms Health & Fitness Journal*, 25(2), 33-37. <https://doi.org/10.1249/fit.0000000000000646>
- Saddour, I. (2020). Methodological considerations when piloting an interview protocol: the example of Syrian asylum seekers in France. *Journal of French Language Studies*, 30(2), 211-238.
- Schneider, K. P. (2018). Methods and ethics of data collection. *Methods in pragmatics*, 37-93.
- Shan, Y., Chen, K. J., & Lin, J. S. (2020). When social media influencers endorse brands: the effects of self-influencer congruence, parasocial identification, and perceived endorser motive. *International Journal of Advertising*, 39(5), 590-610. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1678322>
- Sharp, E. A., & Munly, K. (2022). Reopening a can of words: Qualitative secondary data analysis. *Journal of Family Theory & Review*, 14(1), 44-58. <https://doi.org/10.1111/jftr.12443>
- Sheth, J. N. (2018). How social media will impact marketing media. *Social media marketing: Emerging concepts and applications*, 3-18.
- Sindermann, C., Yang, H. B., Yang, S. X., Elhai, J. D., & Montag, C. (2022). Willingness to accept (WTA), willingness to pay (WTP), and the WTA/WTP disparity in Chinese social media platforms: Descriptive statistics and associations with personality and social media use. *Acta Psychologica*, 223, Article 103462. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2021.103462>
- Singh, G., & Sharma, S. (2022). Obese customers' fitness goal disclosure on social media: exploring weight-loss image sharing on emotions and healthy lifestyle aspirations. *European Journal of Marketing*, 56(11), 3138-3167. <https://doi.org/10.1108/ejm-07-2021-0518>
- Sokolova, K., & Perez, C. (2021). You follow fitness influencers on YouTube. But do you actually exercise? How parasocial relationships, and watching fitness influencers, relate to intentions to exercise. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, Article 102276. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102276>
- Stajer, V., Milovanovic, I. M., Todorovic, N., Ranisavljev, M., Pisot, S., & Drid, P. (2022). Let's (Tik) Talk About Fitness Trends. *Frontiers in Public Health*, 10, Article 899949. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.899949>
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*.
- Stragier, J., Vanden Abeele, M., Mechant, P., & De Marez, L. (2016). Understanding persistence in the use of Online Fitness Communities: Comparing novice and experienced users. *Computers in Human Behavior*, 64, 34-42. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.013>
- Susilo, D. (2020). Unlocking the secret of E-loyalty: a study from Tiktok users in China. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 3(1), 37-49.
- Taillon, B. J., Mueller, S. M., Kowalczyk, C. M., & Jones, D. N. (2020). Understanding the relationships between social media influencers and their followers: the moderating role of closeness. *Journal of Product & Brand Management*.
- Terry, G., Hayfield, N., Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The SAGE handbook of qualitative research in psychology*, 2, 17-37.
- Tian, W. (2021). How China managed the COVID-19 pandemic. *Asian Economic Papers*, 20(1), 75-101.
- van Coller-Peter, S., & Manzini, L. (2020). Strategies to establish rapport during online management coaching. *SA Journal of Human Resource Management*, 18, 9.
- Wang, K., & Wang, X. (2020). Providing sports venues on mainland China: Implications for promoting leisure-time physical activity and national fitness policies. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5136.
- Wang, W. J., Wang, Y. K., Zhang, X., Jia, X. L., Li, Y. P., & Dang, S. S. (2020). Using WeChat, a Chinese Social Media App, for Early Detection of the COVID-19 Outbreak in December 2019: Retrospective Study. *Jmir Mhealth and Uhealth*, 8(10), Article e19589. <https://doi.org/10.2196/19589>

- Wang, Y., Wang, Y., & Li, M.-X. (2019). Regional characteristics of sports industry profitability: Evidence from China's province level data. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 525, 946-955.
- Weller, K. (2016). Trying to understand social media users and usage: The forgotten features of social media platforms. *Online Information Review*.
- Xiaoli, X. (2022). Research on the development trend of online fitness industry under the background of "Internet+". *China Collective Economy*, 16.
- Xie, Y. G., Qiao, R., Shao, G. S., & Chen, H. (2017). Research on Chinese social media users' communication behaviors during public emergency events. *Telematics and Informatics*, 34(3), 740-754. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.023>
- Xing Na, W. R. (2022). A study on home online fitness during the Covid-19 epidemic - A case study in Henan Province. *Contemporary Sports Science and Technology* 01, 67-69.
- Xu, K. K., Chen, K. K., Kim, E., García-Fernández, J., Nauright, J., & Zhang, J. J. (2021). Dimensions of service quality in health-fitness clubs in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20), 10567.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. Guilford publications.
- Ying, H., Liu, T., Ai, M., Ding, J., & Shang, Y. (2021). AICoacher: A System Framework for Online Realtime Workout Coach. Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia,
- Yuefeng, P., & Darodjat, T. A. (2022). A Study on the Current Situation of Sports Complex Management in Henan-China. *European Journal of Research Development and Sustainability*, 3(1), 68-76.
- Zeng, L., Almquist, Z. W., & Spiro, E. S. (2018, Jul 15-20). Stay Connected and Keep Motivated: Modeling Activity Level of Exercise in an Online Fitness Community. *Lecture Notes in Computer Science* [Social computing and social media: Technologies and analytics, scsm 2018, pt ii]. 10th International Conference on Social Computing and Social Media (SCSM) Held as Part of 20th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI International), Las Vegas, NV.
- Zeng, L., Almquist, Z. W., & Spiro, E. S. (2019, Jan 08-11). "Friending" in Online Fitness Communities: Exploring Activity-Based Online Network Structure. [Proceedings of the 52nd annual hawaii international conference on system sciences]. 52ndHawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Hi.
- Zhang, Y., Ming, Y., Li, Y. L., & Yang, Y. L. (2022). An empirical study on university students' continuous utilization of fitness apps in China. *Information Research-an International Electronic Journal*, 27, Article isic2206. <https://doi.org/10.47989/irisic2206>
- Zhongxue, C. (2022). How sports lead to the physical fitness in China? *Revista De Psicologia Del Deporte*, 31(2), 239-247. <Go to ISI>://WOS:000886097200001
- Zhou, Q. Q., & Zhang, C. Z. (2018). Detecting Users' Dietary Preferences and Their Evolutions via Chinese Social Media. *Journal of Database Management*, 29(3), 89-110. <https://doi.org/10.4018/jdm.2018070105>
- Zhou, W. H., Dai, L. X., Zhang, Y. J., & Wen, C. L. (2022). Personal information management on social media from the perspective of platform support: a text analysis based on the Chinese social media platform policy. *Online Information Review*, 46(1), 1-21. <https://doi.org/10.1108/oir-06-2020-0249>