

## Tingkat kepuasan suporter dalam menggunakan PERSIS Solo Official App.

Ryan Wahyu Adi Permana<sup>1 \*</sup>, Fajar Junaedi<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jl. A. Yani, Mendungan, Sukoharjo, 57162, Indonesia.

<sup>2</sup> Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul Yogyakarta 55183, Indonesia

\* Corresponding Author. E-mail: [ryan.permana0805@gmail.com](mailto:ryan.permana0805@gmail.com)

Received: 26 November 2024; Revised: 8 December 2024; Accepted: 14 Januari 2025; Published: 18 April 2025

**Abstrak:** Aplikasi *mobile* menjadi salah satu cara paling efektif bagi klub sepak bola untuk berkomunikasi dengan suporter, menyediakan informasi terkini tentang klub, pemain, jadwal pertandingan, dan berbagai fitur lainnya. Dalam konteks Persis Solo, aplikasi Persis Solo menjadi salah satu sarana untuk berbagi informasi, berinteraksi dengan supporter, dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tingkat kepuasan dalam penggunaan aplikasi Persis dan mengetahui apakah aplikasi tersebut telah memenuhi harapan supporter. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh elemen suporter Persis Solo yang menggunakan aplikasi Persis. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*, data dianalisis dengan metode *discrepancy analysis* yang membandingkan harapan (*Gratification Sought* - GS) dengan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained* - GO). Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata motif penggunaan media (*Gratification Sought*) lebih rendah dibandingkan indikator kepuasan (*Gratification Obtained*), dengan nilai rata-rata 39,86 untuk *Gratification Sought* dan 42,15 untuk *Gratification Obtained*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aplikasi Persis Solo umumnya memenuhi kepuasan pengguna, terutama pada motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

**Kata Kunci:** Aplikasi; Suporter; Kepuasan; Persis Solo.

## The level of supporter satisfaction with the use of the PERSIS Solo Official App.

**Abstract:** *Mobile applications* are one of the most effective ways for football clubs to communicate with supporters, providing the latest information about the club, players, match schedules, and various other features. In the context of Persis Solo, the Persis Solo application is one of the means to share information, interact with supporters, and provide a more in-depth experience. This study aims to dig deeper into the level of satisfaction in using the Persis application and find out whether the application has met the expectations of supporters. This study uses a quantitative descriptive research type. The population in this study were all elements of Persis Solo supporters who use the Persis application. Data collection in this study used *Non-Probability Sampling*, data was analyzed using the *discrepancy analysis* method that compares expectations (*Gratification Sought* - GS) with satisfaction obtained (*Gratification Obtained* - GO). The results showed that the average motive for using media (*Gratification Sought*) was lower than the satisfaction indicator (*Gratification Obtained*), with an average value of 39.86 for *Gratification Sought* and 42.15 for *Gratification Obtained*. So it can be concluded that the Persis Solo application generally satisfies user satisfaction, especially in terms of information motives, personal identity, social integration and interaction, and entertainment motives.

**Keywords:** Application; Supporters; Satisfaction; Persis Solo.

**How to Cite:** Permana, R. W. A., & Junaedi, F. (2025). Tingkat kepuasan suporter dalam menggunakan PERSIS Solo Official App. *Sepakbola*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.33292/sepakbola.v5i1.369>

## PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling digemari dan telah memiliki jutaan penggemar yang tersebar di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri sepak bola banyak digemari tanpa memandang usia, suku, ras, golongan, dan jenis kelamin (Yanti, 2018). Hingga tahun 2019 Indonesia menempati peringkat nomor dua yang dinyatakan sebagai negara dengan jumlah penggemar sepak bola terbanyak, mencapai persentase 77% (Indriati et al., 2019). Tidak heran jika fans klub bola di Indonesia tersebar di segala penjuru negeri, penggemar klub bola lokal maupun klub bola Internasional. Klub sepak bola bukan lagi sekadar sebuah tim yang berlaga di lapangan hijau. Mereka telah menjadi fenomena sosial, dengan basis suporter yang begitu kuat dan fanatik. Suporter bukan lagi sekadar penonton biasa, mereka adalah bagian tak terpisahkan dari identitas klub, menciptakan atmosfer unik di stadion, dan mendukung timnya dengan penuh semangat di setiap pertandingan (Hüttermann, 2021; Sandvoss, 2004; Wakefield, 2016; Yoshida et al., 2014). Fenomena ini juga terlihat di Indonesia, di mana klub-klub sepak bola sering kali menjadi simbol budaya daerah dan kebanggaan masyarakat setempat. Salah satu contohnya adalah Persis Solo, klub yang memiliki sejarah panjang sejak didirikan pada tahun 1923. Sebagai salah satu klub tertua di Indonesia, Persis Solo telah menjadi saksi perkembangan sepak bola nasional dan bagian dari identitas masyarakat Solo. Klub ini juga memiliki basis suporter yang sangat loyal, yaitu Pasoepati, yang terkenal dengan kreativitas dan semangat tinggi dalam mendukung timnya. Dalam beberapa tahun terakhir, Persis Solo juga mencatatkan sejumlah pencapaian signifikan, termasuk promosi ke Liga 1, yang semakin memperkuat posisi klub sebagai ikon olahraga dan kebanggaan daerah.

Pada setiap organisasi sistem informasi sangat diperlukan, sehingga organisasi dapat meningkatkan kinerja dalam memperoleh, memproses, serta menghasilkan informasi secara efektif dan efisien (Bimantari et al., 2024). Di era digital ini, klub sepak bola dan suporternya memiliki alat baru yang penting dalam menjalin hubungan dan memenuhi kebutuhan mereka aplikasi mobile (Puuperä, 2020). *Website* dan aplikasi menjadi suatu kemajuan bagi komunitas olahraga di Indonesia (Maulana et al., 2021), tidak terkecuali pada klub bola Persis Solo, yang terus melakukan inovasi dalam mengejar kemajuan pada era globalisasi.

Pada saat ini, forum *online* telah menjadi sarana yang demokratis dan efektif untuk mengekspresikan kesan setelah menggunakan suatu produk (Munaiir & Las Casas, 2019). Aplikasi *mobile* telah menjadi salah satu cara paling efektif untuk klub sepak bola untuk berkomunikasi dengan suporter, menyediakan informasi terkini tentang klub, pemain, jadwal pertandingan, dan berbagai fitur lainnya (Anshari & Akbar, 2019; Watkins & Lewis, 2014). Dalam konteks Persis Solo, aplikasi Persis Solo telah menjadi salah satu sarana untuk berbagi informasi, berinteraksi dengan suporter, dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam. Salah satu alasan yang mendasari pembuatan laman supporter di internet bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk mengenal berbagai macam suporter yang ada di Indonesia dan juga melihat kreativitas suporter dari berbagai daerah dalam mengekspresikan dukungannya dalam bentuk yang kreatif (Istini, 2023).

Penelitian Sukendro (2019) mengenai analisis *Uses And Gratification* situs Persis-Solo.Id sebagai media informasi dan berita di kalangan suporter (Pasoepati Dan Surakartans) Di Kota Surakarta dengan penelitian ini menunjukkan beberapa perbedaan penting dalam hal akses informasi, keterlibatan suporter, fleksibilitas, serta dampaknya terhadap kepuasan pengguna. *Official website* lebih berfungsi sebagai *platform* formal yang menyediakan informasi terstruktur tentang klub, seperti berita, jadwal, dan pengumuman, dengan sifat komunikasi satu arah yang kurang interaktif. Sebaliknya, aplikasi Persis Solo menawarkan pengalaman yang lebih dinamis, memungkinkan suporter untuk terlibat lebih dalam melalui fitur-fitur interaktif seperti pembelian tiket, forum diskusi, dan konten eksklusif. Mengingat kembali bahwa suporter adalah bagian dari masyarakat, kata masyarakat sendiri berasal dari serapan Bahasa Arab “Syaraka” yang artinya “ikut serta, berpartisipasi” (Putra et al., 2020) maka suporter sebagai masyarakat perlu dilibatkan secara interaktif sehingga diakui adanya keterlibatan.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan fokus pada penggunaan aplikasi Persis Solo dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan para suporternya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami setelah melakukan perbandingan antara hasil produk dengan rencana produk yang diharapkan (Lumbaa et al., 2023). Hingga saat ini, belum banyak studi yang secara spesifik mengeksplorasi hubungan antara penggunaan aplikasi resmi klub sepak bola dan kepuasan penggunanya dalam konteks sepak bola Indonesia. Ada kaitan antara kebutuhan dan kepuasan pengguna, artinya dengan terpenuhinya kebutuhan pengguna maka tingkat kepuasan pengguna terhadap produk aplikasi yang ditawarkan akan meningkat. Kepuasan pengguna tercapai apabila pengguna kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan (Shafie et al., 2023). Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan, kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati (Budyastomo, 2020). Studi ini mengisi celah tersebut dengan meneliti bagaimana motif penggunaan media, seperti kebutuhan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan, berdampak pada kepuasan yang diperoleh oleh supporter melalui aplikasi Persis Solo. Selain itu, pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*, kedua pendekatan ini digunakan dengan dasar mengidentifikasi adanya gap, membantu melakukan perbaikan penelitian, serta mempermudah dapatnya informasi dinamika pengguna, kedua pendekatan ini sangat membantu untuk membangun media yang lebih relevan, efektif, serta memberi kepuasan pada pengguna.

Dalam analisis ini memberikan gambaran komprehensif tentang tingkat kesenjangan antara harapan dan kepuasan pengguna, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya (McQuail, 2011). Dengan membandingkan GS (apa yang diharapkan pengguna) dan GO (apa yang diperoleh), peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan (*gratification discrepancy*). Ini penting untuk memahami apakah aplikasi memenuhi kebutuhan supporter, sekaligus menjadi dasar evaluasi untuk meningkatkan kualitas fitur atau layanan aplikasi. Dengan demikian, studi ini menawarkan wawasan baru tentang peran media digital dalam membangun loyalitas dan kepuasan di kalangan supporter sepak bola lokal. Kepuasan melibatkan persepsi publik terhadap nilai yang diperoleh dari produk atau layanan yang mereka gunakan (Djamaly et al., 2023).

Namun, pertanyaan mendasar muncul sejauh mana penggunaan aplikasi Persis Solo memengaruhi tingkat kepuasan supporter Persis? Apakah aplikasi ini benar-benar memenuhi harapan supporter? Pertanyaan-pertanyaan ini menciptakan latar belakang bagi penelitian kuantitatif ini, yang bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang hubungan antara penggunaan aplikasi Persis Solo dan tingkat kepuasan supporter Persis (Rodrigues et al., 2021); (Karunia H et al., 2021). Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat kepuasan supporter Persis Solo terhadap aplikasi Persis. Melalui penelitian ini, diharapkan aplikasi Persis Solo dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitasnya melalui fitur-fitur yang disempurnakan, sehingga membuat kalangan pengguna khususnya supporter dari tim Laskar Sambernyawa merasa terpuaskan dalam berbagai aspek.

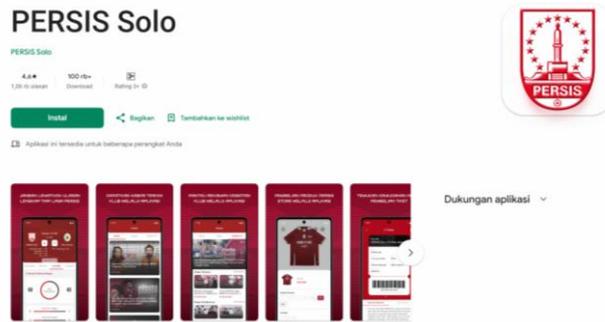
## **METODE**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Tipe penelitian ini digunakan untuk menggambarkan sebuah fenomena mengenai peristiwa yang terjadi. Menurut Creswell penelitian deskriptif ialah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menjelaskan objek dengan apa yang ada (Cresswell, 2016; Sudaryono, 2013). Tujuan penelitian ini bukan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan tentang subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini fakta atau topik dideskripsikan secara sistematis, yang tujuannya adalah untuk menggambarkan secara jelas fakta dan karakteristik objek penelitian (Nasution, 2015).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbagai kelompok supporter Persis Solo seperti Pasoepati, Surakartans, Ultras, Garis Keras 1923, Curva Nord 1923, Campusbois 1923, First Mangkoenegoro, Sambernyawa Rescue Team, serta penonton umum Surakarta dan pengumpulan sampel menggunakan teknik *Snowball Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan jumlah kecil di awal, dan membesar seiring berjalannya penelitian (Suriani et al.,

2023). Dalam konteks suporter sepak bola, seseorang yang aktif dalam komunitas biasanya memiliki informasi lebih baik tentang anggota lainnya. Hal ini dapat mempermudah peneliti untuk menemukan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* tanpa triangulasi data karena penelitian kuantitatif ini berfokus pada angka statistic, sehingga tidak perlu melakukan perbandingan sumber seperti metode kualitatif. Dalam penelitian ini tidak semua responden pada populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dikarenakan tidak semua kalangan suporter menggunakan aplikasi Persis Solo (Gambar 1).



**Gambar 1.** Persis Solo App

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jurnal rujukan Analisis *Uses and Gratification* Situs Persis-Solo.id (<https://www.persissolo.id/>) sebagai media informasi dan berita di Kalangan Suporter (Pasoepati dan Surakartans) di Kota Surakarta yang kemudian dikembangkan oleh peneliti menjadi 10 item pertanyaan untuk mengukur kepuasan suporter Persis Solo terhadap aplikasi klub dengan pembahasan mengenai motif kebutuhan informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Pengukuran dalam kuesioner ini dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Skor 5 menunjukkan "sangat setuju," 4 berarti "setuju," 3 untuk "netral," 2 menunjukkan "tidak setuju," dan 1 untuk "sangat tidak setuju." Validitas instrumen diuji dengan metode *Product Moment Pearson*, sedangkan reliabilitasnya diuji menggunakan *Alpha Cronbach* untuk memastikan konsistensi hasil. Metode analisis dengan menggunakan *uses and gratifications*. Data dianalisis dengan metode *discrepancy analysis* yang membandingkan harapan (*Gratification Sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*). Hasil analisis ini dilakukan melalui tabulasi silang untuk menilai kesenjangan antara GS dan GO, dengan fokus pada motif informasi dan sosial yang memengaruhi kepuasan pengguna.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

Indikator kepuasan suporter terhadap penggunaan aplikasi resmi klub, seperti aplikasi Persis Solo, dapat mencakup beberapa aspek utama. Aspek-aspek ini dapat dirangkum untuk mengukur secara komprehensif tingkat kepuasan pengguna di antaranya adalah motif kebutuhan informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

**Tabel 1.** Tabel Variabel

Motif	Variabel	Keterangan Pertanyaan
Motif Identitas Pribadi	X1	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai klub sepak bola Persis
	X1	Terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai klub sepak bola Persis?
	X2	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk mencari informasi mengenai manajemen tim, staff kepelatihan, dan daftar skuad dari klub Persis Solo
	X2	Terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai manajemen tim, staff kepelatihan, dan daftar skuad dari klub Persis Solo?

Motif	Variabel	Keterangan Pertanyaan
Motif Identitas Pribadi	X3	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk mencari informasi terupdate dari klub Persis Solo
	X3	Terpenuhinya kebutuhan informasi terupdate dari klub Persis Solo?
	X4	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai seorang supporter
	X4	Terpenuhinya kebutuhan memperkuat status dan kredibilitas diri sebagai seorang supporter
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	X5	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk menemukan bahan percakapan mengenai klub Persis antar sesama supporter
	X5	Terpenuhinya kebutuhan menemukan bahan percakapan mengenai klub Persis antar sesama supporter
	X6	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk menambahkan kecintaan dan loyalitas terhadap klub Persis
	X6	Terpenuhinya kebutuhan menambahkan kecintaan dan loyalitas terhadap klub Persis
Motif Hiburan	X7	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk memberikan kritik dan saran terhadap klub maupun manajemen tim
	X7	Terpenuhinya kebutuhan memberikan kritik dan saran terhadap klub maupun manajemen tim
	X8	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk memberikan berbagai informasi mengenai klub Persis Solo kepada teman maupun orang lain
	X8	Terpenuhinya kebutuhan memberikan berbagai informasi mengenai klub Persis Solo kepada teman maupun orang lain?
	X9	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk membantu melepaskan diri dari permasalahan serta mendapatkan hiburan
	X9	Terpenuhinya kebutuhan membantu melepaskan diri dari permasalahan serta mendapatkan hiburan
	X10	Saya menggunakan aplikasi Persis Solo untuk mengisi waktu luang dengan menambah informasi terkini mengenai kondisi dari tim
	X10	Terpenuhinya kebutuhan mengisi waktu luang dengan menambah informasi terkini mengenai kondisi dari tim

Tabel 2 merupakan hasil dari kuisioner yang telah disebarakan oleh peneliti :

Tabel 2. Tabel Hasil Kuisioner

Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Total
X1	31	47	22	0	0	100
X2	21	56	23	0	0	100
X3	24	53	23	0	0	100
X4	26	48	25	1	0	100
X5	19	54	27	0	0	100
X6	39	36	25	0	0	100
X7	21	52	26	1	0	100
X8	18	54	27	1	0	100
X9	25	53	21	1	0	100
X10	17	56	26	1	0	100
Y1	49	50	1	0	0	100
Y2	36	63	1	0	0	100
Y3	46	54	0	0	0	100
Y4	43	54	3	0	0	100
Y5	35	49	16	0	0	100
Y6	38	58	3	1	0	100
Y7	13	48	33	6	0	100
Y8	27	61	12	0	0	100
Y9	30	56	14	0	0	100
Y10	17	61	22	0	0	100

Berdasarkan nilai *mean* atau rata-rata keseluruhan diantara kepuasan yang diharapkan atau motif (GS) dan kepuasan (GO) bisa dilihat dari Tabel 3.

Tabel 3. Pengolahan data *mean*

No.	Indikator	Mean
1.	Motif	39,86
2.	Kepuasan	42,15

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata indikator motif kurang dari atau lebih kecil dibandingkan dengan indikator kepuasan yang memiliki nilai lebih besar. Oleh karena itu aplikasi Persis Solo bisa dikatakan mampu memberikan kepuasan terhadap para penggunanya dikalangan suporter sebagai sebuah media baru untuk mengakses berbagai informasi mengenai klub Persis Solo.

### Hasil Tingkat Kesenjangan (*Gratification Discrepancy*)

Tingkat kesenjangan (*Gratification Discrepancy*) mengacu pada perbedaan antara apa yang diharapkan oleh seseorang dari sebuah media (*Gratification Sought*) dan apa yang sebenarnya mereka rasakan setelah menggunakannya (*Gratification Obtained*). Persamaan Rumus 1 yang dikembangkan oleh Palmgreen digunakan untuk mengukur perbedaan tersebut, dengan formula sebagai berikut:

$$D = \sum_{i \neq j} n_{i,j} : \sum \sum_{i \neq j} n_{i,j} \dots\dots\dots 1]$$

Keterangan :

- D : *Discrepancy* (kesenjangan)
- n : jumlah sampel
- i : kepuasan yang dicari (GS)
- j : kepuasan yang diperoleh (GO)

Rumus kesenjangan diterapkan menggunakan metode tabulasi silang (*Cross Tabulation*) yang diolah melalui aplikasi SPSS. Proses ini mencocokkan setiap item motif dengan item yang sama dari kepuasan yang diperoleh, yang telah dikodekan secara manual. Hasil perhitungan digunakan untuk mengukur tingkat kesenjangan dalam memenuhi kebutuhan pengguna berdasarkan item pernyataan yang disusun sebelumnya.

Penelitian sebelumnya (Retnaningtyas et al., 2021; Safitri & Saputro, 2021) menetapkan batas minimal kepuasan sebesar 70%. Jika tingkat kesenjangan yang dirasakan responden berkisar antara 0-30%, maka kebutuhan mereka dianggap terpenuhi. Namun, jika tingkat kesenjangan melebihi 30%, media tersebut dinilai gagal dalam memenuhi kepuasan responden.

Tabel 4. Kategorisasi Kepuasan

No.	Kepuasan	Persentase Kesenjangan
1.	Rendah	21-30%
2.	Sedang	11-20%
3.	Tinggi	0-10%

Dari apa yang telah diperoleh dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, untuk itu kesenjangan kepuasan terhadap 100 suporter Persis Solo baik Pasoepati, Surakartans, Ultras, Garis Keras 1923, Curva Nord 1923, Campusbois 1923, First Mangkoenegoro, Sambernyawa Rescue Team, maupun penonton umum Surakarta yang menggunakan aplikasi Persis Solo hasilnya seperti pada Tabel 5.

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 menunjukkan bahwa kesenjangan antara motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan (*Gratification Obtained*) menunjukkan variasi tingkat kepuasan suporter terhadap aplikasi Persis Solo di Kota Surakarta. Pada motif kebutuhan informasi, kepuasan berada pada kategori tinggi dengan nilai kesenjangan rendah (6-11%), mengindikasikan aplikasi ini efektif dalam menyediakan informasi terkait klub. Motif identitas pribadi juga mencatat tingkat kepuasan tinggi pada sebagian besar indikator, kecuali pada indikator kecintaan dan

loyalitas yang berada di kategori sedang dengan kesenjangan 18%. Sebaliknya, motif integrasi dan interaksi sosial mencatat salah satu kepuasan terendah (kategori rendah dengan kesenjangan 39% pada kritik dan saran), menunjukkan perlunya peningkatan pada fitur interaktif. Untuk motif hiburan, tingkat kepuasan berada dalam kategori sedang, dengan kesenjangan 14-18%, mengindikasikan ruang perbaikan pada aspek pengalaman pengguna yang lebih menghibur dan rekreatif. Secara keseluruhan, aplikasi Persis Solo telah memenuhi sebagian besar kebutuhan supporter, namun peningkatan fitur tertentu dapat lebih meningkatkan kepuasan.

Tabel 5. Hasil Pengolahan Data

Item Uji	Kesenjangan (%)	Kepuasan (%)	Kategori
1	11%	89%	Sedang
2	6%	94%	Tinggi
3	7%	93%	Tinggi
4	8%	92%	Tinggi
5	10%	90%	Tinggi
6	18%	82%	Sedang
7	39%	61%	Rendah
8	13%	87%	Sedang
9	14%	86%	Sedang
10	18%	82%	Sedang
	Mean = 14,4%	Mean = 85,6%	Sedang
Skor Motif	Kepuasan (%) – Kesenjangan (%) = 71,2%		

Dari semua hasil yang didapatkan bahwa tingkat kepuasan supporter Persis yang menggunakan aplikasi Persis Solo 4 diantara 10 item pernyataan memiliki tingkat kepuasan dalam kategori tinggi, sedangkan 5 item pernyataan memiliki tingkat kepuasan dalam kategori sedang, dan 1 item pernyataan memiliki tingkat kepuasan dalam kategori rendah.

## Pembahasan

Platform internet semakin memudahkan interaksi antara supporter dengan klub melalui media baru. Media yang berbasis internet mampu memenuhi kebutuhan para supporter masa kini (Maulana et al., 2021). Penggunaan website resmi klub Persis Solo menjadi salah satu media untuk mencari informasi di kalangan supporter (Sukendro & Junaedi, 2019). Sama hal dengan aplikasi Persis Solo yang kini juga digunakan supporter untuk mencari informasi mengenai klub mereka.

Aplikasi Persis Solo merupakan aplikasi resmi klub Persis yang dibuat pada tahun 2021 lalu dan membuat para penggunanya memperoleh kepuasan dari apa yang mereka inginkan berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan di atas, dimana aplikasi tersebut mampu memenuhi berbagai motif kepuasan yang diharapkan oleh para penggunanya terutama di kalangan kelompok supporter Persis Solo. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan yang diharapkan responden dalam hal ini adalah berbagai kalangan kelompok supporter Persis Solo menunjukkan persentase tinggi pada motif kebutuhan informasi pada indikator “motif penggunaan aplikasi Persis Solo untuk mencari informasi mengenai manajemen tim, staff kepelatihan, dan daftar skuad dari klub Persis Solo” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (56.0%) menjawab setuju. Pada motif identitas pribadi, indikator “motif penggunaan aplikasi Persis Solo untuk menemukan bahan percakapan mengenai klub Persis antar sesama supporter” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (54.0%) menjawab setuju. Pada motif identitas pribadi, indikator “motif penggunaan aplikasi Persis Solo untuk menemukan bahan percakapan mengenai klub Persis antar sesama supporter” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (54.0%) menjawab setuju. Pada motif terakhir yakni motif hiburan, indikator “motif penggunaan aplikasi Persis Solo untuk mengisi waktu luang dengan menambah informasi terkini mengenai kondisi dari tim” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (56.0%)

menjawab setuju. Dengan maksud sebagian besar responden ingin mendapatkan apa yang mereka cari untuk pemenuhan kebutuhan mereka pada aplikasi Persis Solo.

Sedangkan secara umum tingkat kepuasan yang didapatkan oleh responden setelah menggunakan aplikasi Persis Solo dalam hal ini adalah berbagai kalangan kelompok supporter Persis Solo menunjukkan persentase tinggi pada motif kebutuhan informasi pada indikator “terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai manajemen tim, staff kepelatihan, dan daftar skuad dari klub Persis Solo” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (63.0%) menjawab setuju. Pada tingkat kepuasan yang diperoleh terkait dengan identitas pribadi, indikator “terpenuhinya kebutuhan menambahkan kecintaan dan loyalitas terhadap klub Persis” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (58.0%) menjawab setuju. Pada tingkat kepuasan yang diperoleh terkait dengan integrasi dan interaksi sosial, indikator “terpenuhinya kebutuhan memberikan berbagai informasi mengenai klub Persis Solo kepada teman maupun orang lain” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (61.0%) menjawab setuju. Dan pada tingkat kepuasan yang diperoleh terkait dengan hiburan, indikator “terpenuhinya kebutuhan mengisi waktu luang dengan menambah informasi terkini mengenai kondisi dari tim” merupakan indikator yang paling dominan yang dipilih oleh responden sebesar (61.0%) menjawab setuju. Dimana hal ini menandakan bahwa responden merasa kebutuhannya terpenuhi setelah mereka menggunakan aplikasi Persis Solo.

Hasil penelitian ini mendukung teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh (Karunia H et al., 2021; Katz et al., 1973), yang menyatakan bahwa audiens dipandang sebagai partisipan aktif. Dengan kata lain, audiens memiliki peran penting dalam penggunaan media massa dan diasumsikan memiliki tujuan tertentu. Teori ini menjelaskan bahwa pengguna media, seperti kelompok supporter Persis Solo di Surakarta, memiliki otonomi serta kebebasan dalam memilih dan memanfaatkan aplikasi Persis Solo sesuai kebutuhan mereka. Inti dari teori ini adalah bahwa supporter menggunakan aplikasi tersebut berdasarkan berbagai motif, sebagaimana yang diungkapkan (McQuail, 2011), di mana media, dalam hal ini aplikasi Persis Solo, berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan dianggap efektif apabila dapat melakukan hal tersebut.

Aplikasi Persis Solo, sebagai media resmi klub, memberikan kepuasan yang signifikan bagi para penggemar sepak bola, khususnya bagi para supporter Persis Solo. Para responden melaporkan bahwa kepuasan yang mereka rasakan melampaui harapan awal mereka. Mereka merasa bahwa motif-motif utama dalam mengakses aplikasi, seperti kebutuhan informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, serta hiburan, telah terpenuhi baik sebelum maupun sesudah menggunakan aplikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata motif penggunaan media (GS) lebih rendah dibandingkan indikator kepuasan (GO), dengan nilai rata-rata 39,86 untuk *Gratification Sought* dan 42,15 untuk *Gratification Obtained*.

Penelitian ini merupakan kebaruan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sukendro & Junaedi, 2019) yang berfokus pada *website* Persis-Solo.id dan cenderung hanya mengukur kepuasan dalam konteks informasi klub atau keterlibatan sosial yang bersifat satu arah. Sebaliknya, penelitian ini mengeksplorasi lebih mendalam tentang bagaimana aplikasi Persis Solo memenuhi berbagai motif pengguna, seperti kebutuhan informasi, integrasi sosial, dan identitas pribadi, menggunakan pendekatan *Gratification Discrepancy* untuk menilai tingkat kepuasan berdasarkan perbedaan antara harapan (GS) dan kepuasan aktual yang dirasakan (GO). Penelitian ini memberikan gambaran apakah aplikasi Persis Solo mampu memenuhi kebutuhan mereka, termasuk informasi, koneksi sosial, dan penguatan identitas sebagai bagian dari komunitas klub. Serta mengidentifikasi aspek aplikasi yang dapat ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu penelitian ini juga bisa membantu manajemen klub dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih efektif berdasarkan kebutuhan dan harapan pengguna.

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian (Sukendro & Junaedi, 2019) menunjukkan dimana kepuasan yang diperoleh supporter setelah menggunakan *website* Persis Solo mereka merasa terpenuhi terkait dengan motif kebutuhan informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial maupun motif hiburan. Namun pada motif identitas pribadi, terkait dengan

pertanyaan mengenai kepuasan dalam menambah kecintaan dan loyalitas terhadap klub Persis Solo sebanyak 66% responden merasa belum terpenuhi. Dari hasil kesenjangan antara motif penggunaan dengan tingkat kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan *website* Persis Solo diketahui dari total 11 item pertanyaan terdapat 7 item pertanyaan masuk dalam kategori tinggi, 3 pertanyaan pada kategori sedang, dan 1 pertanyaan pada kategori rendah.

Sedangkan temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan yang diperoleh oleh supporter setelah menggunakan aplikasi Persis Solo menunjukkan rata-rata 60% responden merasa terpenuhi dalam motif kebutuhan informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial maupun motif hiburan. Dan berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan (GD) yang dilakukan dengan rumus (*Cross Tab*) dari 10 item pertanyaan kebutuhan yang diberikan kepada responden yang berasal dari semua kalangan supporter Persis Solo, menunjukkan bahwa 4 item pertanyaan memiliki tingkat kategori tinggi, 5 item kategori sedang dan 1 item memiliki tingkat kategori rendah, dapat diartikan bahwa hampir semua item kebutuhan tersebut sudah terpenuhi tingkat pemenuhannya dan menjadi media yang efektif. Secara keseluruhan aplikasi Persis Solo sudah baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh khalayak supporter sebagai media resmi klub yang memberikan berbagai informasi, berita, serta kemudahan lainnya sebagai media baru. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya Retnaningtyas et al. (2021); Safitri (2021); Arianti (2017) yang menunjukkan adanya perbedaan antara motif awal pengguna dalam mengakses suatu media dan tingkat kepuasan yang mereka peroleh setelah menggunakannya. Perbedaan ini mencerminkan bahwa meskipun media dirancang untuk memenuhi kebutuhan tertentu, pengalaman pengguna sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, sehingga tingkat kepuasan yang dicapai tidak selalu sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi awal.

### **SIMPULAN**

Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kehadiran aplikasi Persis Solo yang merupakan salah satu media baru bagi supporter dalam mengakses informasi terkait dengan klub mampu memberikan kepuasan yang diinginkan oleh supporter. Rata-rata responden merasa kebutuhan mereka terpenuhi, meskipun ada sedikit ketidakpuasan pada aspek identitas pribadi terkait diskusi klub dan interaksi sosial dalam menyampaikan kritik atau saran kepada klub. Secara keseluruhan, dari sepuluh item pertanyaan, empat menunjukkan tingkat kepuasan tinggi, lima sedang, dan satu rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan aplikasi Persis Solo sudah baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh khalayak supporter sebagai media resmi klub yang memberikan berbagai informasi, berita, serta kemudahan lainnya sebagai media baru. Tentunya penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan dimana penelitian ini masih terfokus pada penggunaan aplikasi yang digunakan oleh supporter Persis Solo, sehingga hasilnya belum tentu mewakili seluruh pengguna aplikasi dari luar kalangan supporter. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah membandingkan antara aplikasi resmi Persis Solo dengan media digital lainnya untuk melihat sejauh mana kelebihan dan kekurangan dari masing-masing media tersebut.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Anshari, F., & Akbar, A. Q. S. (2019). Analisis model pengelolaan platform new media oleh klub sepakbola di Indonesia. *Jurnal Universitas Pancasila*, 10(1), 8–18.  
<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/1228>
- Arianti, G. (2017). Kepuasan remaja terhadap penggunaan media sosial Instagram dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180.  
<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- Bimantari, J. R., Ratnasari, D., & Ridwan, L. M. (2024). Pengembangan website survei kepuasan pengguna Rumah Sakit Umum Daerah Kota Mataram. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 5(2), 147–158. <https://doi.org/10.29303/jbegati.v5i2.1092>

- Budyastomo, A. W. (2020). Survei kepuasan mahasiswa IAIN Salatiga terhadap penggunaan Aplikasi Proprofs sebagai media pembelajaran online. *Sintak*, 3. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sintak/article/view/7569>
- Cresswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran (Edisi 4)*. Pustaka Pelajar.
- Djamaly, M. F., Djumarno, D., Astini, R., & Asih, D. (2023). Literature review: peran media sosial dalam pemasaran film indonesia: analisis kepuasan dan niat beli penonton. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 6(3), 647–659. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i3.706>
- Hüttermann, M. P. (2021). *Fan engagement in professional team sports* (Issue December) [Technische Universität München]. <https://mediatum.ub.tum.de/node?id=1609945>
- Indriati, I., Marji, M., & Pakpahan, S. (2019). Analisis sentimen tentang opini performa klub sepak bola pada dokumen Twitter menggunakan support vector machine dengan perbaikan kata tidak baku. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(7), 7259–7267. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5908>
- Istini, S. I. M. (2023). Creative website design implementation for football club supporters in Indonesia. *International Journal Science and Technology*, 2(3), 8–15. <https://doi.org/10.56127/ijst.v2i3.996>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori uses and gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Lumbaa, K. B., Mappaompo, A., & Hudain, M. A. (2023). Survei kepuasan terhadap kinerja wasit futsal di Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(Iwan 2021), 6404–6411.
- Maulana, F., Pratama, R. R., Trihatmojo, A., & Paramadina, U. (2021). Pengaruh penggunaan fitur instagram stories terhadap kepuasan mendapatkan informasi pada fans sepakbola Liverpool (Big Reds) Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 57–66. <https://doi.org/10.31294/jkom.v12i1.10060>
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Munaier, C. G. e S., & Las Casas, A. L. (2019). A membership program and a complain website: How sport clubs manage experiences of their members. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 10(3). <https://doi.org/10.23925/2179-3565.2019v10i3p75-87>
- Nasution, A. (2015). *Metodologi penelitian: Metodologi penelitian skripsi*. Rake Sarasin.
- Putra, R. P. I., Akbar, M., & Amalia, R. (2020). Analisis sentimen masyarakat terhadap kinerja Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia menggunakan metode backpropagation. *Journal of Information Technology Ampera*, 1(2), 106–118. <https://doi.org/10.51519/journalita.volume1.issue2.year2020.page106-118>
- Puuperä, T. (2020). *A case study of professional football club mobile application* [University of Oulu]. <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/15288>
- Retnaningtyas, T. A., Padmaningrum, D., & Permatasari, P. (2021). Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp oleh Penyuluh Pertanian di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 16–32. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.158>
- Rodrigues, I., Lopes, J. M., Borges, A., Oliveira, J., & Oliveira, M. (2021). How can gamified applications drive engagement and brand attitude? The case of nike run club application. *Administrative Sciences*, 11(3), 0–20. <https://doi.org/10.3390/ADMSCI11030092>
- Safitri, S., & Saputro, E. P. (2021). *Kesenjangan kepuasan audiens terhadap media online (Studi*

deskriptif kuantitatif kesenjangan kepuasan mahasiswa FKl UMS terhadap akses berita website Cnnindonesia.com) [Universitas Muhammadiyah Surakarta].  
<https://eprints.ums.ac.id/94587/>

- Sandvoss, C. (2004). Technological evolution or revolution? Sport online live internet commentary as postmodern cultural form. *Convergence*, 10(3), 39–54.  
<https://doi.org/10.1177/135485650401000304>
- Shafie, M. F., Lai, W. S., & Mohammed, N. (2023). Consumer satisfaction and demand for commercial football fields in Malaysia: A case study in Hulu Langat Selangor. *Social Sciences and Humanities Open*, 8(1), 100634. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100634>
- Sudaryono, S. (2013). *Pengembangan instrumen penelitian pendidikan*. Graha Ilmu.
- Sukendro, R., & Junaedi, F. (2019). *Analisis Uses and Gratification situs Persis-Solo.Id sebagai media informasi dan berita di kalangan suporter (Pasoepati dan Surakartans) di Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Wakefield, K. (2016). Using fan passion to predict attendance, media consumption, and social media behaviors. *Journal of Sport Management*, 30(3), 229–247.  
<https://doi.org/10.1123/jsm.2015-0039>
- Watkins, B., & Lewis, R. (2014). Winning with Apps: A case study of the current branding strategies employed on professional sport teams' mobile apps. *International Journal of Sport Communication*, 7(3), 399–416. <https://doi.org/10.1123/IJSC.2014-0009>
- Yanti, Y. (2018). *Fanatisme suporter sepakbola* (Vol. 66) [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/69773/>
- Yoshida, M., Gordon, B., Nakazawa, M., & Biscaia, R. (2014). Conceptualization and measurement of fan engagement: Empirical evidence from a professional sport context. *Journal of Sport Management*, 28(4), 399–417. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0199>