

Pengaruh Dinamika Komunikasi Dalam Bri Liga 1 Terhadap Kepuasan Penggemar (Studi Pada Followers Instagram @Persebayafans.27)

¹Alfian Jopanka Putra, ²Novan Andrianto, ³Widiyatmo Ekoputro

¹²³Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

alfianjp2001@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital saat ini, dinamika komunikasi yang dilakukan di media berbasis internet tidak hanya berfungsi sebagai media promosi. Tetapi juga menjadi elemen yang penting dalam membangun keterlibatan penggemar melalui media sosial dan situs resminya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dinamika komunikasi dalam BRI Liga 1 terhadap kepuasan penggemar melalui media resmi digitalnya, dengan studi pada followers akun instagram @persebayafans.27. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksplanatori dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data utama dengan skala likert dengan sampel 100 responden yang didapatkan dari teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur dua variabel utama yakni Dinamika Komunikasi dan Kepuasan berdasarkan teori uses and gratifications. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa hipotesis diterima yakni variabel Dinamika Komunikasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan. Variabel Dinamika Komunikasi memiliki nilai B sebesar 45.990 lebih besar dari T tabel yakni 1.984 dan nilai (Sig.) 0,000 lebih kecil dari 0.05. Sedangkan berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,779. Nilai ini menunjukkan bahwasannya variabel Kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel Dinamika Komunikasi sebesar 77,9%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media resmi BRI Liga 1 mampu meningkatkan kepuasan penggemar dan mendukung asumsi teori Uses and Gratifications.

Kata kunci: Dinamika Komunikasi, Kepuasan Penggemar, BRI Liga 1, Media Resmi Digital, Uses and Gratifications.

Abstract

In today's digital era, the dynamics of communication carried out on internet-based media not only function as a promotional medium. But also become an important element in building fan engagement through social media and its official website. This study aims to determine the effect of communication dynamics on fan satisfaction towards BRI Liga 1 through its official digital media, with a study on followers of the Instagram account @persebayafans.27. This study uses an explanatory quantitative research type by distributing questionnaires as a primary data collection tool with a Likert scale with a sample of 100 respondents obtained from the purposive sampling technique. In this study, the researcher measured two main variables, namely Communication Dynamics and Satisfaction based on the uses and gratifications theory. The results of the regression test showed that the hypothesis was accepted, namely the Communication Dynamics variable had an effect on the Satisfaction variable. The Communication Dynamics variable has a B value of 45,990 which is greater than the T table of 1,984 and a value (Sig.) 0.000 which is smaller than 0.05. Meanwhile, based on the results of the determination coefficient test, the R Square value was obtained as 0.779. The value shows that the Satisfaction variable can be explained by the Communication Dynamics variable by 77.9%. The results of this study indicate that the official media of BRI Liga 1 is able to increase fan satisfaction and support the assumptions of the Uses and Gratifications theory.

Keywords: Communication Dynamics, Fan Satisfaction, BRI Liga 1, Official Digital Media, Uses and Gratifications.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi telah mengubah cara orang untuk mengakses informasi dan berinteraksi satu sama lain. Komunikasi saat ini tidak hanya terjadi satu arah, kemajuan teknologi membuat komunikasi semakin terbuka, interaktif dan dinamis. Istilah "dinamika komunikasi" menjadi semakin populer di dunia yang serba terhubung satu sama lain ini. Dinamika komunikasi merujuk pada proses komunikasi yang dapat berubah sesuai dengan perubahan sosial, teknologi, dan budaya. Dinamika komunikasi dalam praktiknya mencakup perubahan gaya, media, intensitas, dan respons yang diberikan oleh komunikator dan komunikan secara konsisten dan berkelanjutan. Dalam dunia olahraga, dinamika komunikasi yang dilakukan di media berbasis internet tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi tempat untuk penggemar berinteraksi, berpartisipasi dalam diskusi, dan menyampaikan kritik dan aspirasi mereka termasuk dalam olahraga sepak bola.

Salah satu kompetisi sepak bola yang populer di Indonesia yakni BRI Liga 1, yang merupakan kasta tertinggi sepak bola di Indonesia setelah Pegadaian Liga 2 dan Liga Nusantara atau Liga 3. BRI Liga 1

merupakan liga profesional tingkat teratas di sistem Federasi Sepakbola Indonesia (PSSI). Dalam era digital saat ini, kesuksesan suatu kompetisi sepak bola tidak hanya diukur pada kualitas pertandingan yang dimainkan setiap tim di lapangan. Tetapi juga dari bagaimana kompetisi tersebut dapat membangun komunikasi yang aktif kepada penggemar. BRI Liga 1 yang merupakan liga profesional tertinggi di Indonesia, dituntut untuk bisa menciptakan citra yang kuat dan mempertahankan loyalitas penggemar melalui dinamika komunikasi yang dilakukan di media resmi mereka.

Beberapa platform media digital yang digunakan media resmi BRI Liga 1 antara lain Instagram, Facebook, dan situs web resmi BRI Liga 1 yang berfungsi sebagai sumber utama informasi yang aktual, akurat, dan mampu menghibur dan membangun ikatan emosional dengan para penggemar. Untuk memahami hal ini Teori Uses and Gratifications memiliki pandangan yang sesuai dengan fenomena, teori uses and gratification menjelaskan apa yang memotivasi pengguna untuk melakukan hal tersebut melalui saluran media (Stafford, Stafford, and Schkade 2004). Untuk mengukur tingkat kepuasan, penelitian ini menggunakan pengikut akun @persebayafans.27 yang merupakan bagian dari Bonek, yang merupakan salah satu komunitas suporter terbesar di Indonesia.

Penelitian terdahulu dari Prasetyo, (2013) dengan judul “Studi Tingkat Kepuasan Penggunaan Situs Pasoepati. net di Kalangan Suporter Sepak Bola (Pasoepati) di Kota Surakarta” yang meneliti tentang studi tingkat kepuasan terhadap penggunaan situs web milik suporter yakni Pasoepati. net. Penelitian ini lebih berfokus pada media internal komunitas. Tentu hal ini berbeda dengan konteks dinamika komunikasi media resmi seperti akun media resmi BRI Liga 1 yang dikelola secara profesional oleh pihak organisasi dan bersifat vertikal sebagai perwakilan dari penyelenggara liga. Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami lebih dalam tentang pengaruh dinamika komunikasi BRI Liga 1 terhadap kepuasan penggemar yakni followers Instagram @Persebayafans.27 dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif juga menggunakan paradigma tradisional, positivis, eksperimental atau empiris (Berlianti, Abid, and Ruby 2024). Sedangkan untuk jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif eksplanatori, Penelitian eksplanatori juga didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis dengan tujuan memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis tersebut (Sari et al. 2022).

Untuk memperoleh hasil penelitian yang fakta dan akurat maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner, menurut Sugiyono (2017) kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana responden diminta untuk menjawab dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan khusus. Sedangkan untuk analisis datanya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji f, regresi linear sederhana dan koefisien determinan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap seratus responden followers dari akun @persebayafans.27 yang lolos uji filter, diperoleh bahwasannya hipotesis diterima yakni dinamika komunikasi yang dilakukan oleh media resmi BRI Liga 1 berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan para penggemar. Hal ini diperoleh dari uji dari analisis hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel dinamika komunikasi dan kepuasan. Hal ini memiliki arti yakni semakin baik dinamika komunikasi yang dibangun oleh media, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penggemar. Variabel Dinamika Komunikasi dalam penelitian ini memiliki beberapa indikator yakni, interaktivitas, kualitas pesan, konsistensi pesan, dan kualitas konten. Sedangkan untuk variabel Kepuasan, memiliki indikator yakni informasi, hiburan, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Secara umum, pada hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kebanyakan responden menanggapi pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap pertanyaan - pertanyaan yang berkaitan dengan dinamika komunikasi dan kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa para penggemar merasa puas dengan cara media resmi BRI Liga 1 berkomunikasi dengan mereka.

Hasil penelitian ini mendukung teori Uses and Gratifications, yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih media berdasarkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan atau tujuan tertentu. Seperti

kebutuhan akan informasi, hiburan, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Dalam konteks penelitian ini, penggemar BRI menggunakan media resmi digital yakni Instagram, Facebook dan Website. Sedangkan Dinamika Komunikasi dengan indikator interaktivitas, kualitas pesan, konsistensi komunikasi, dan kualitas konten berperan sebagai faktor penting dalam proses pemenuhan kebutuhan pengguna. Semakin tinggi kualitas dinamika komunikasi pada media BRI Liga 1, maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang tinggi pada pengguna hal ini searah dengan asumsi teori Uses and Gratifications. Media resmi BRI Liga 1 berhasil dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga komunikatif. Ini mendukung pernyataan dari Richard West (2020) bahwa dalam pengembangan teori Uses and Gratifications kepuasan pengguna tidak hanya ditentukan oleh informasi saja, tetapi juga kualitas hubungan antara pengguna dan media itu sendiri.

Penutup

Pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dinamika komunikasi dalam BRI Liga 1 berpengaruh terhadap kepuasan penggemar yakni followers Instagram @Persebayafans.27. Berdasarkan hasil penelitian analisis deskriptif dari variabel Dinamika Komunikasi yang diukur dengan indikator interaktivitas, kualitas pesan, konsistensi pesan dan kualitas pesan menghasilkan tanggapan yang positif dari responden. Hal ini juga terjadi pada variabel Kepuasan, yang memiliki indikator yakni informasi, hiburan, identitas pribadi, interaksi dan integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan yang rata - rata responden menanggapi dalam kategori "Sangat Setuju" dan "Setuju". Selain itu hasil uji hipotesis juga menunjukkan bahwa dinamika komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan penggemar. Semakin baik dinamika komunikasi yang dibangun media resmi BRI Liga 1, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh penggemar.

Daftar Pustaka

- Berlianti, Dessy Fitria, Ashfa Al Abid, and Arcivid Chorynia Ruby. 2024. "Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data." *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran* 7(3): 1861–64.
- Prasetyo, Adita Giri. 2013. "Studi Tingkat Kepuasan Penggunaan Situs Pasoepati.Net Di Kalangan Suporter Sepak Bola (Pasoepati) Di Kota Surakarta." (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*)
- Richard West, Lynn Turner. 2020. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. 7th ed. McGraw-Hill Education.
- Sari, Mutia et al. 2022. "Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif." *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer* 3(01): 10–16.
- Stafford, Thomas F., Marla Royne Stafford, and Lawrence L. Schkade. 2004. "Determining Uses and Gratifications for the Internet." *Decision Sciences* 35(2): 259–88.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.